

گزارش سالانه



دیجی‌پی
در سال ۱۴۰۱

جایزه های پی کلاب

۱
۳۳ نفر
تعداد شرکت کنندگان در دوره آموزشی
مجموعه آموزشی شامل دوره های تخصصی و عمومی در زمینه های مختلف است.
فهرست شرکت کنندگان در دوره آموزشی

۲
۳ نفر
تعداد برندگان در دوره آموزشی
مجموعه آموزشی شامل دوره های تخصصی و عمومی در زمینه های مختلف است.
فهرست برندگان در دوره آموزشی

۳
digikala job
تعداد شرکت کنندگان در دوره آموزشی
مجموعه آموزشی شامل دوره های تخصصی و عمومی در زمینه های مختلف است.
فهرست شرکت کنندگان در دوره آموزشی



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 سوپراپلیکیشن 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





سراغاز

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

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

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

- جایگاه صنعت فین‌تک در ایران، جهان و منطقه
 - الگوهای رفتاری کاربران در استفاده از خدمات دیجی‌پی به عنوان یک سرویس فناوری مالی
 - نحوه استفاده کاربران دیجی‌پی از خدمات اعتباری و خرید اقساطی
 - روند تغییر رویکرد کاربران به مفاهیمی همچون خدمات اعتباری، رتبه اعتباری، بازپرداخت، سابقه اعتباری و ردپای دیجیتال
 - عملکرد سرویس‌های نوپای دیجی‌پی در سال ۱۴۰۱
 - عملیات پشتیبانی کاربران دیجی‌پی در سال گذشته
 - مسئولیت‌های اجتماعی دیجی‌پی در سالی که گذشت
- امید می‌رود ارائه این گزارش، ضمن شفاف‌سازی عملکرد دیجی‌پی، به شناخت اکوسیستم فین‌تک کشور و ارزیابی بخشی از رفتارهای کاربران در این اکوسیستم کمک کند.

صنعت فین تک؛ موتور محرک تجارت الکترونیک

حمید محمدی، رئیس هیات مدیره دیجی پی

در سال ۱۳۹۷ که دیجی پی با سرمایه گذاری دیجی کالا به عنوان بازوی فناوری مالی به این گروه پیوست، اطمینان داشتیم که هم افزایی میان فین تک و تجارت الکترونیک می تواند دستاوردهای بزرگی را در اقتصاد دیجیتال کشور رقم بزند. در آن زمان سهم خرده فروشی آنلاین کشور از کل بازار خرده فروشی کمتر از ۲ درصد بود. امروز گرچه این عدد به کمی بیش از ۴ درصد افزایش یافته اما همچنان با میانگین جهانی ۱۶ درصد فاصله زیادی دارد و این درحالیست که پیش بینی ها نشان می دهد تا سال ۲۰۴۰ بیش از ۹۵ درصد از معاملات جهان بر پایه تجارت الکترونیک انجام خواهد شد. ما نیز چاره ای جز برداشتن موانع و پیوستن به این حرکت نداریم و در این مسیر توسعه راهکارهای فین تک و قابلیت های آن بر شتاب آن می افزاید.

توانمندسازی خریداران و راهکارهای مبتنی بر فراگیری مالی یکی از مهم ترین خدمات فین تک 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 اقسامی و BNPL به متن جامعه می برند و کاربران بیشتری را به قدرت خرید بالاتر مجهز می کنند. فین تک به تجارت الکترونیک کمک می کند تا علاوه بر مشتریان نهایی، خدمات مشابهی به مشتریان سازمانی ارائه کند. این یعنی دسترسی به هر دو بازار B2C و B2B. مشتریان سازمانی بسیار علاقه مندند خدماتی مشابه کاربران نهایی از تجارت الکترونیک دریافت کنند. تعریف روش های پرداخت متنوع و خطوط اعتباری برای کارکنان سازمان ها از جمله راه حل های فین تکیست 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 تامین کنندگان و فروشندگان مارکت پلیس ها کمک می کند به سرمایه خود زودتر دسترسی پیدا کنند. سرویس «تسویه زودتر از موعد» که در حال حاضر به فروشندگان دیجی کالا ارائه می شود دسترسی فروشندگان به سرمایه در گردش شان در مدت زمان کوتاه تر را امکان پذیر کرده و از جمله راه حل هاییست که به رشد و توسعه تجارت الکترونیک منجر خواهد شد.

راهکارهای فین تک در انتقال ارزی خرد ابزار تجارت الکترونیک در توسعه بین المللی به شمار می آیند و امروز این صنعت با پتانسیل بالا آماده ورود به بازارهای منطقه است. هر چند محدودیت های

داخلی و تحریم امکان این مقیاس پذیری را از تجارت الکترونیک سلب کرده است. امروز موجودیت و پیشرفت تجارت الکترونیک مستقل از فین تک تعریف ناشدنیست. فین تک موتور محرک تجارت الکترونیک است و با متحول کردن صنعت پرداخت، ساده تر کردن فرآیندها، کاهش هزینه های عملیاتی، ایجاد مدل ها و محصولات تجاری جدید، نقشی کلیدی در توسعه این صنعت بر عهده خواهد داشت و تجارت الکترونیک را بیش از گذشته به فاکتورهای سادگی، سرعت و اطمینان خاطر مجهز می کند.





شفافیت؛ رمز توسعه فین تک‌ها

هومن امینی، بنیان‌گذار و مدیرعامل دیجی‌پی



بیش از چهار سال از روزی که «دیجی‌پی» را با هدف توسعه فراگیری مالی، رشد اقتصاد دیجیتال و کمک به کاهش هزینه‌های تمام شده خدمات در صنعت مالی و بانکی کشور راه‌اندازی کردیم، می‌گذرد. در این مدت، بر اعتقادمان مبنی بر ضرورت توسعه همه‌جانبه اقتصاد دیجیتال و فین تک به عنوان یکی از مهم‌ترین و تاثیرگذارترین راه‌حل‌ها برای پایان دادن به بحران‌های اقتصاد کشور، استوارتر شدیم و بر این اساس، توانستیم فعالیت‌های دیجی‌پی را از یک درگاه پرداخت هوشمند به حوزه‌های متنوع خدمات فین تک توسعه دهیم؛ بستری که بتواند ضریب توزیع عادلانه فرصت‌ها و امکانات اقتصادی و مالی را در جامعه ایرانی گسترش دهد و طیف متنوعی از خدمات مالی را در اختیار همه کاربران در سراسر کشور قرار دهد.

امروز مفتخریم که توانسته‌ایم علاوه بر شرکت‌ها و سازمان‌های مختلفی که از خدمات سازمانی ما استفاده می‌کنند، خدمات مالی متنوعی همچون خرید اقساطی و اعتباری، بیمه، خدمات 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 تسهیل‌گری وام‌های خرد در قالب خدمات خرید اقساطی بود که در شرایط اقتصاد کنونی کشور، راهکاری موثر در فراگیری مالی به شمار می‌رود.

این راهکار با بالا بردن قدرت خرید، سرعت بخشیدن و ساده‌سازی فرآیندها، تغییر تلقی کاربران از وام خرد و به خدمت گرفتن خدمات فین تک در تجارت الکترونیک، زیرساخت‌های مالی مدرن و فرصت‌های خرید برابر را در اختیار کاربران اقتصاد دیجیتال در سراسر کشور قرار داد و به مفهوم فراگیری مالی عینیت بخشید. از ابتدای فعالیت، ما نیز همچون دیگر همکارانمان در این صنعت نوظهور، با فراز و نشیب‌های بسیاری از جمله موانع زیرساختی، فقدان یا ضعف قوانین و مقررات متناسب با تحولات عرصه اقتصاد دیجیتال، محدودیت در تامین منابع مالی، محدودیت‌های اینترنتی و ارتباط با شبکه‌های بین‌المللی، جهانگیری کووید ۱۹، بحران‌های اجتماعی و سیاسی، تحریم‌های فزاینده و ... روبه‌رو بوده‌ایم.

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

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

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

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

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

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

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

سال ۱۴۰۱ برای ما سال هم‌افزایی و تعامل سازنده با دیگر بازیگران حوزه فین‌تک بود و خوشبختانه موفق شدیم همکاری‌های سازنده‌ای را با بخش‌های مهمی از این صنعت آغاز کنیم و امیدواریم دستاوردهای حاصل از این همکاری‌ها به نفع کاربران اقتصاد دیجیتال و توسعه صنعت فین‌تک باشد. بدون شک در سال ۱۴۰۲ هم برنامه‌های گسترده‌ای برای ادامه این روند و سامان‌دهی فعالیت‌های نهادها و 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!	BNPL (Buy Now Pay Later)
کلمه‌ای اختصاری از سرواژه‌های هزار میلیارد تومان	همت
کیف پول الکترونیک	Wallet
درگاه یکپارچه پرداخت دیجی‌پی	UPG (Unified Payment Gateway)
پرداخت نشدن بدهی در موعد مقرر	نکول
تامین مالی زنجیره تامین یا پرداخت اعتبار به تامین‌کنندگان برای دسترسی سریع‌تر به سرمایه در گردش	SCF
اعتبارسنجی یا تعیین رتبه اعتباری کاربر برای اعطای تسهیلات	Credit Scoring

دیجی‌پی در یک نگاه

متوسط تعداد تراکنش‌های ماهانه در سوپراپلیکیشن

۱ میلیون و ۳۰۰ هزار تراکنش



متوسط تعداد تراکنش‌ها ماهانه در درگاه یکپارچه پرداخت

۴ میلیون و ۳۰۰ هزار تراکنش



تعداد اعتبارهای خرد اعطا شده*

۲+ میلیون و ۳۰۰ هزار اعتبار



مبلغ اعتبارهای خرد اعطا شده*

۲.۲ همت



تعداد اعتبارهای BNPL اعطا شده در سال

۲+ میلیون اعتبار به ۶۱۰ هزار کاربر یکتا



مبلغ کل اعتبارهای BNPL اعطا شده در سال

۱ همت



مبلغ تراکنش‌های موفق بر بستر کیف پول دیجی‌پی

۱٫۵ همت



تعداد کل تراکنش‌های موفق بر بستر کیف پول دیجی‌پی

۱۰ میلیون و ۶۰۰ هزار تراکنش



تعداد بازدید از سایت و اپلیکیشن دیجی‌پی

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



تعداد نصب فعال

۲ میلیون نصب فعال (آمار تجمیعی همه بازارهای معتبر)



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

اکوسیستم فین تک
در ایران و جهان

گزارش سالانه دیجی پی

نگاهی به اقتصاد دیجیتال در ایران و جهان

اقتصاد دیجیتال، دیروز، امروز، آینده

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

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

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

همچنان که شواب نیز اذعان داشت، ما در عصری قرار داریم که تکنولوژی، ارزان و فراگیر شده و تنها متعلق به طبقه‌ای خاص نیست. هوش مصنوعی بسیار پیشرفت کرده و نقش سنسورها

در ابزارهایی که از آن‌ها استفاده می‌کنیم، بیش از هر زمان است. امروز انقلاب صنعتی چهارم نیازهایی در زندگی روزمره افراد ایجاد کرده که برای رفع آن‌ها استفاده از تلفن همراه و اینترنت اجتناب‌ناپذیر است.

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

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

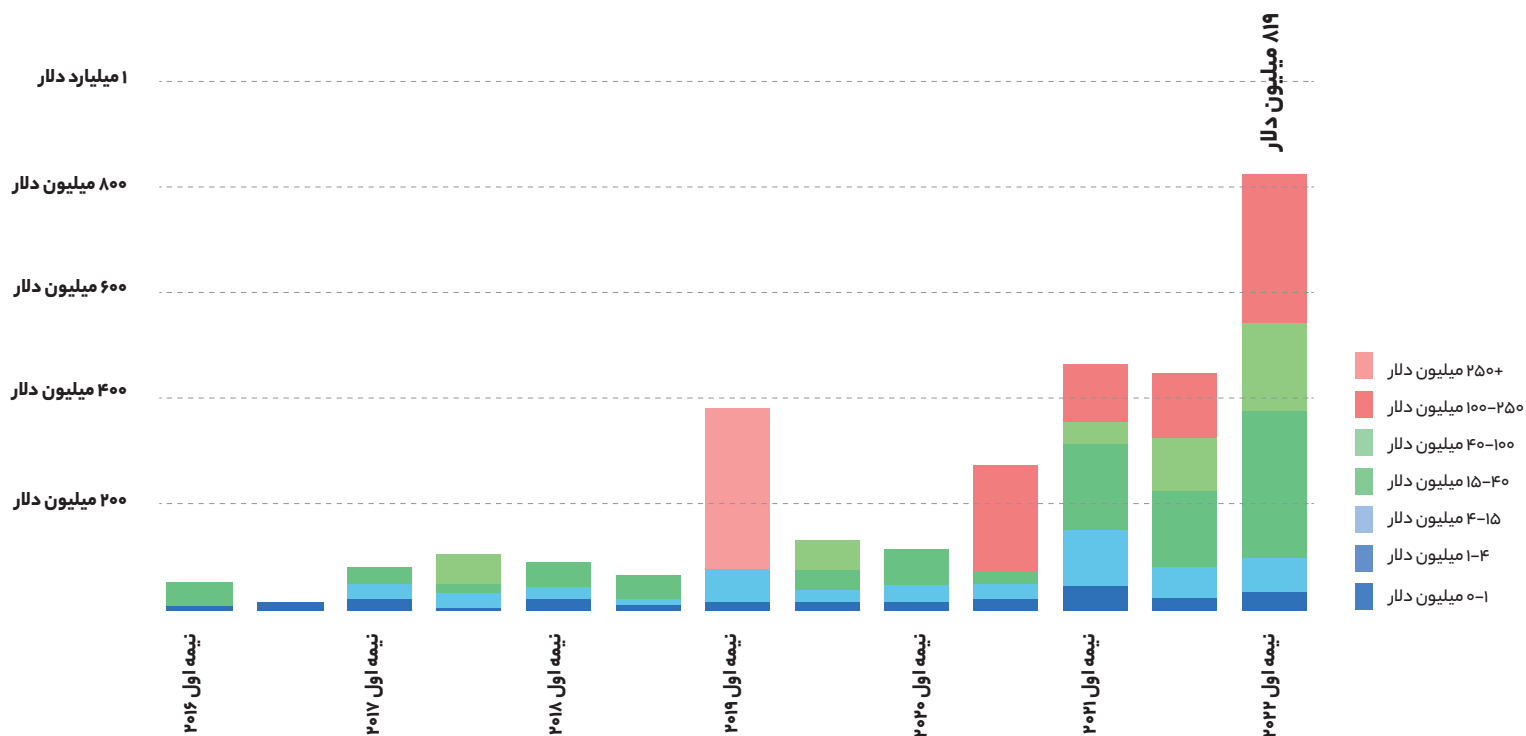
در مطالعه‌ای که «هوآوی» و «آکسفورد اکونومیکس» انجام داده‌اند، پیش‌بینی شده که تا سال ۲۰۲۵، ۲۵٪ اقتصاد جهان دیجیتالی خواهد شد. این یعنی عددی در حدود ۲۳ تریلیون دلار. این درصد در سال ۲۰۱۵، ۱۵٪ بوده که نشان‌دهنده رشد ۱۰ درصدی تنها طی ۱۰ سال است.

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

اقتصاد دیجیتال در منطقه MENA

و آمادگی زیادی برای پذیرش فناوری های دیجیتال جدید دارند. به عنوان مثال، در امارات متحده عربی، بیش از ۵۰ درصد از مردم از کیف پول دیجیتال استفاده می کنند. رشد استارت آپ های فین تک در این منطقه بسیار شگفت انگیز بوده است. ارزش بازار فین تک 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، فرصت های بکر بزرگی را برای اقتصاد دیجیتال ایجاد کرده است. در مقایسه با بازارهای بالغ، مانند ایالات متحده و اروپا، ۶۷ درصد از جمعیت بزرگسال در این منطقه (۱۳۶ میلیون نفر) حساب بانکی ندارند. در عین حال بیش از ۶۰ درصد از جمعیت این منطقه زیر ۳۰ سال سن دارند، در حالی که این رقم در اروپا یک سوم است. جمعیت MENA همچنین آشنایی



منبع: dealroom.co

منطقه MENA اکنون میزبان بیش از ۸۰۰ استارت آپ فین تک به ارزش ۱۵٫۵ میلیارد دلار است.



MENA Map

مهم‌ترین روندهای فین‌تک در منطقه MENA



استارت‌آپ‌های فعال در حوزه پرداخت موفق به کسب بالاترین درصد سرمایه در این منطقه شده‌اند و از سال ۲۰۱۶ تا کنون این استارت‌آپ‌ها موفق به جذب ۱.۲ میلیارد دلار سرمایه شده‌اند. رمز ارز و لندتک (وام‌دهی فناورانه) با تقریباً ۰.۴ میلیارد دلار در جایگاه‌های بعدی قرار دارند.

BNPL

BNPL (Buy Now Pay Later) یا همان خرید اعتباری «الان بخر، بعداً پرداخت کن!»، یکی از اصلی‌ترین روندها در منطقه در دو سال گذشته بوده است.

طبق نظرسنجی اخیر انجام شده توسط BNPL, Checkout.com، ۲۴ درصد نفوذ بیشتر نسبت به انگلیس و ۲۳ درصد نسبت به اروپا به عنوان روش پرداخت مورد علاقه جدید در منطقه MENA شناخته می‌شود.

تامین مالی زنجیره تامین (SCF)

یکی دیگر از روندهای اصلی در منطقه، راه‌حل‌های 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 مؤسسات مالی سنتی یا فین‌تک‌ها ایجاد می‌کند تا از زیرساخت فناوری و API در برنامه‌های پرداخت الکترونیک و وام‌دهی خود بهره‌جویند.

منبع: dealroom.co

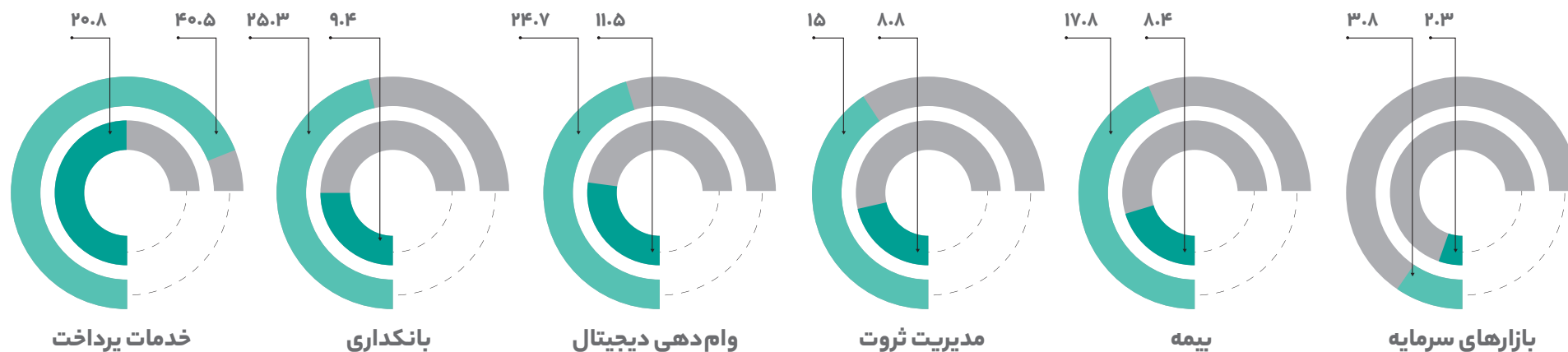
کاهش سرمایه‌گذاری در حوزه فین‌تک در سال ۲۰۲۲

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

مهم‌ترین تغییرات جهانی فین‌تک در سال ۲۰۲۲

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

سرمایه‌گذاری جهانی در حوزه‌های مختلف فین‌تک در سال ۲۰۲۲

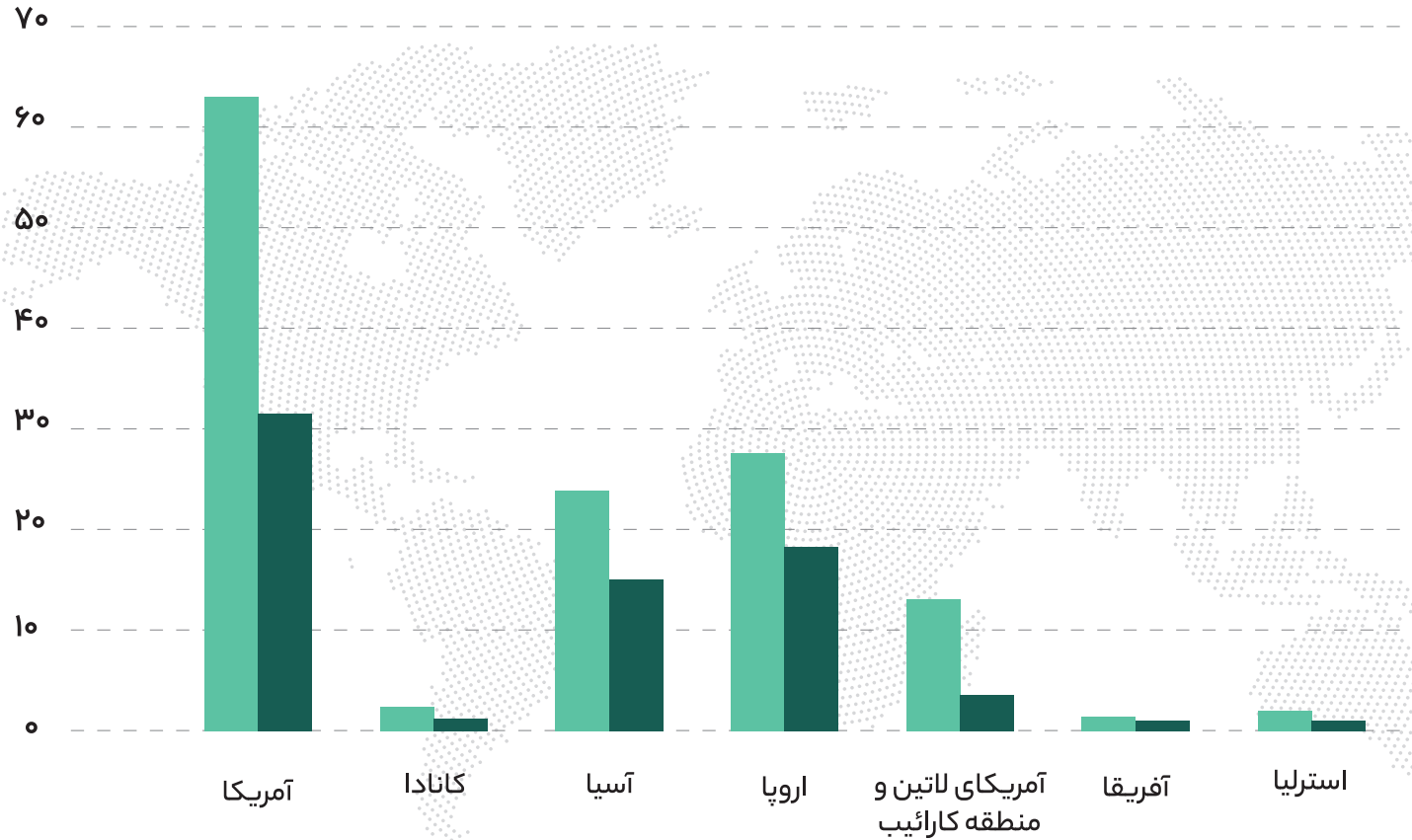


گزارش منتشر شده از سوی سی‌بی اینسایت CB Insight در مورد وضعیت فین‌تک در سال ۲۰۲۲

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

کاهش سرمایه‌گذاری در حوزه فین‌تک در سال ۲۰۲۲





روند کاهش سرمایه‌گذاری در جهان وضعیت مشابهی داشته است.



■ ۲۰۲۱ (میلیارد دلار)
■ ۲۰۲۲ (میلیارد دلار)

روند کاهش جهانی سرمایه‌گذاری در حوزه فین‌تک

ارزش سهام فعالان به نام BNPL قبل و بعد از بحران اقتصادی ۲۰۲۱

نام شرکت	ارزش پیش از بحران	ارزش پس از بحران
	۴۶ میلیارد دلار	۶ میلیارد دلار
	۲۹ میلیارد دلار	۱۴۰.۷۶ میلیارد دلار
	۱۱۰ میلیارد دلار	۴۱.۴۷ میلیارد دلار
	۲۰.۷ میلیارد دلار	ادغام با PayPal
	۱۲۷.۵۸ میلیارد دلار	۹۴.۵۵ میلیارد دلار

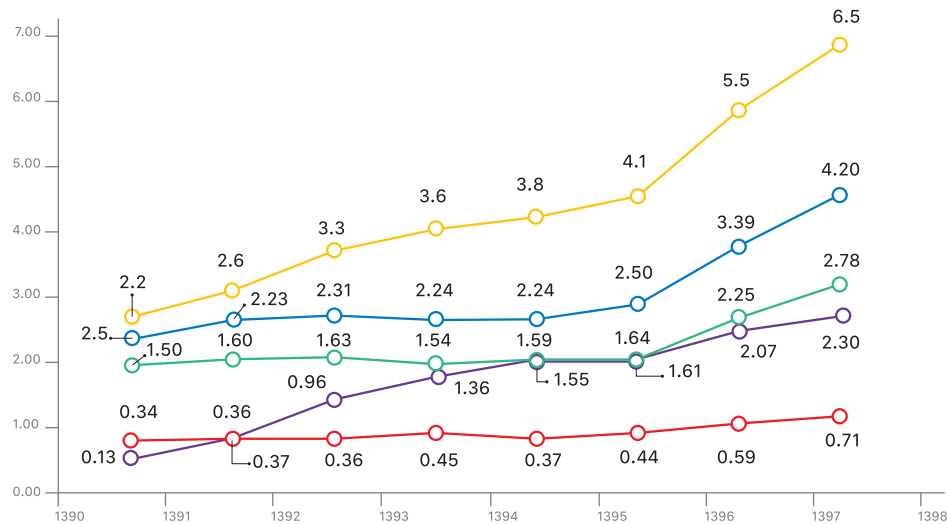
اقتصاد دیجیتال در سالی که نیمی از آن در محدودیت‌های اینترنتی گذشت

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

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

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

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



● سهم لایه هسته از GDP (%)
 ● سهم IT از GDP (%)
 ● سهم CT از GDP (%)
● سهم لایه دوم و سوم از GDP (%)
 ● سهم اقتصاد دیجیتال از GDP (%)

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

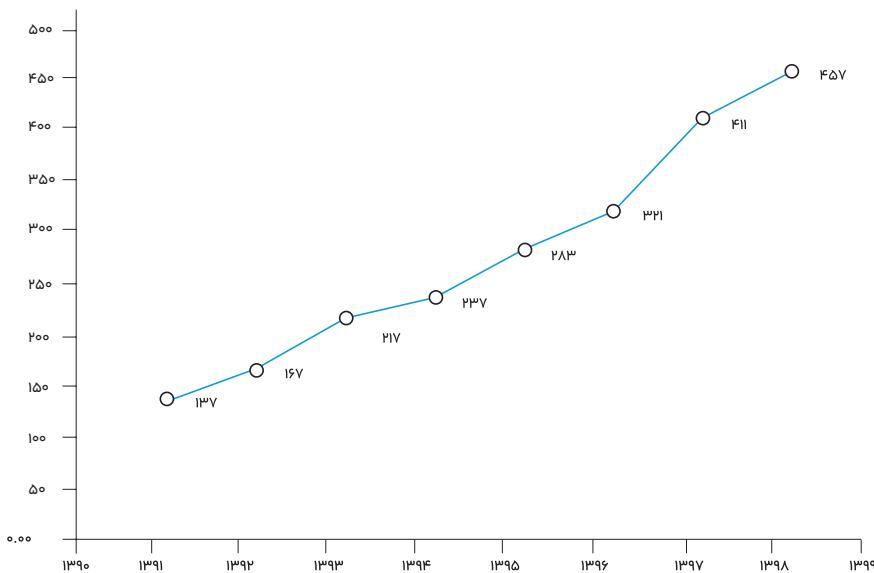
برترین کشورهای جهان در شاخص تکانه رشد دیجیتال ۲۰۲۰

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

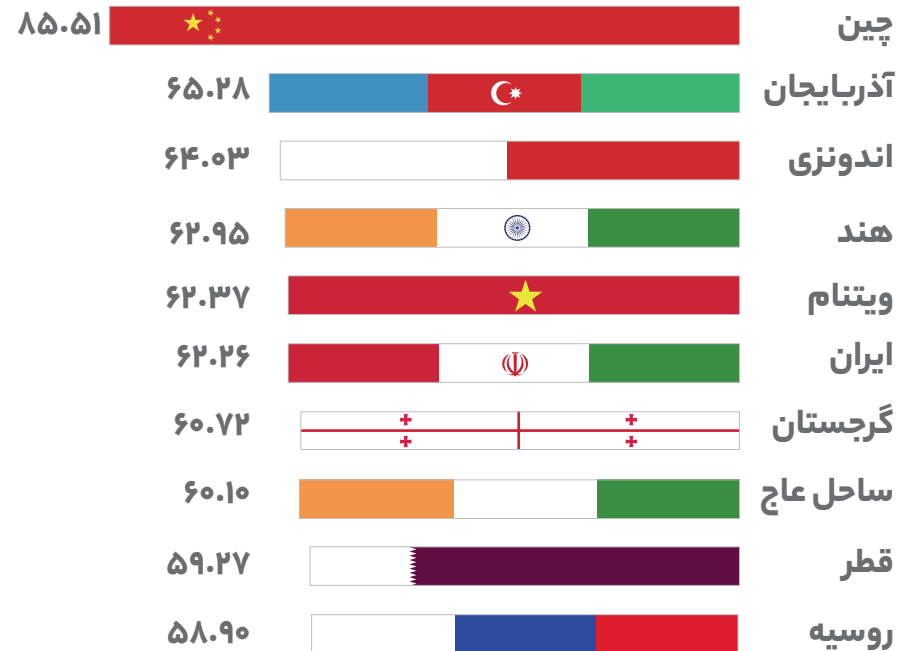
رشد قابل قبول اقتصاد دیجیتال ایران در کمتر از یک دهه

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

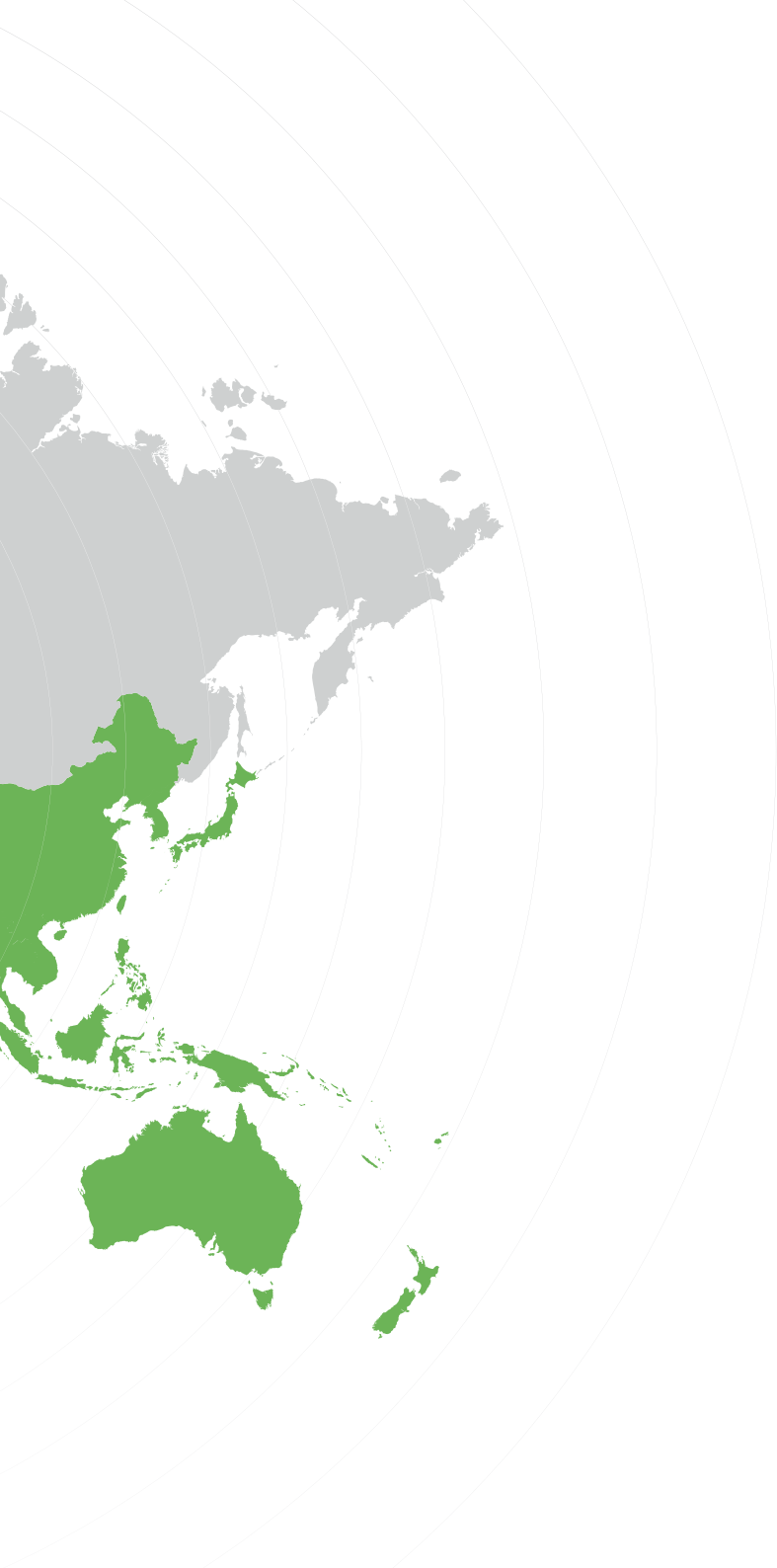
ارزش کل اقتصاد دیجیتال در ایران بین سالهای ۱۳۹۱ تا ۱۳۹۹ به همت (هزار میلیارد تومان)



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



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 فراگیری مالی هستند. این پلتفرم‌ها نقش مهمی در اقتصاد دیجیتال بازی می‌کنند.

۶۰۳۶ میلیارد دلار

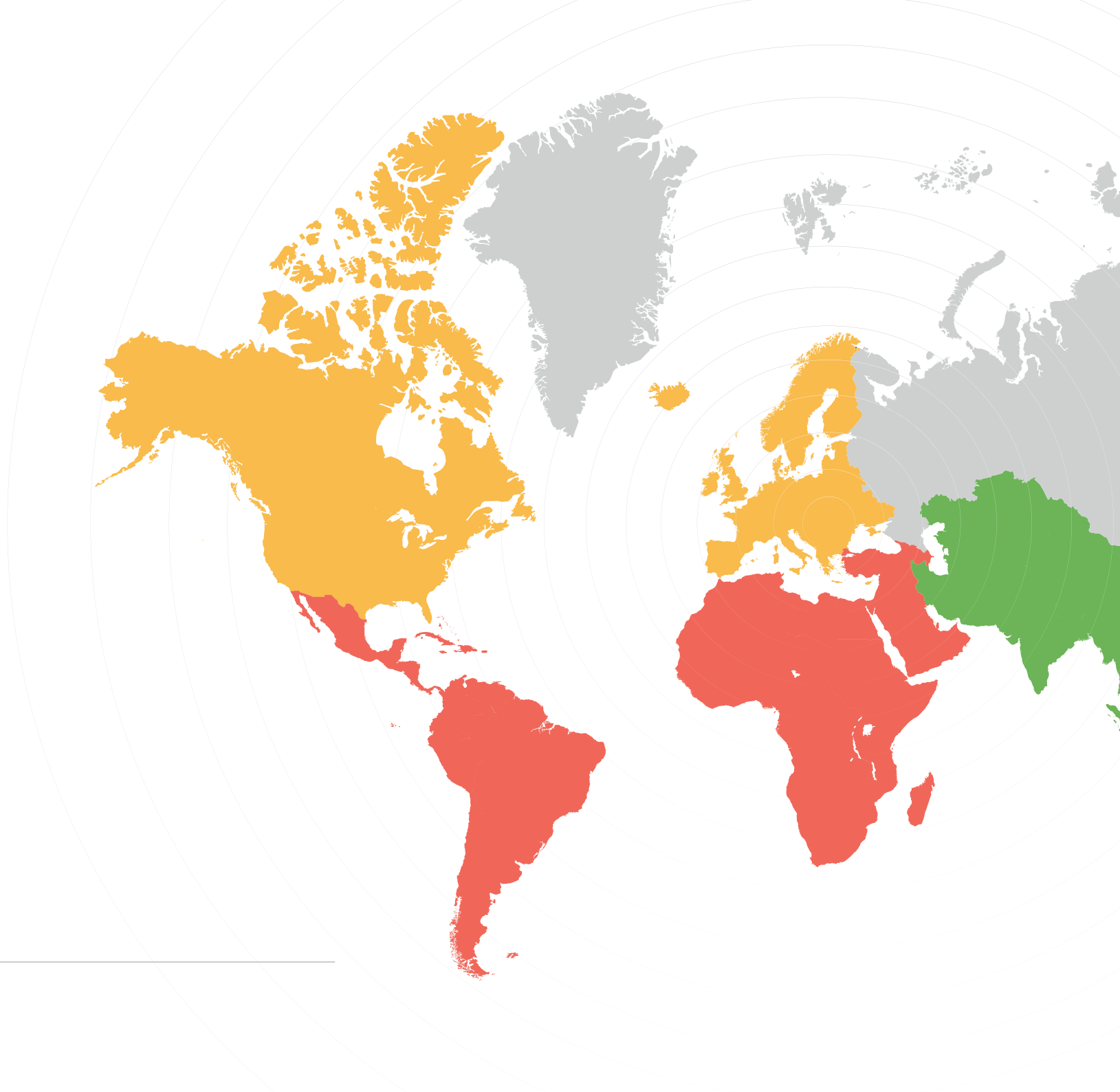
میزان کل تسهیلات ارائه شده در دنیا در سال ۲۰۲۰

۴۴۹ میلیارد دلار

میزان کل تسهیلات آنلاین در دنیا در سال ۲۰۲۰

۷.۴۵٪

نسبت اندازه بازار جهانی تسهیلات آنلاین به کل



رتبه رشد منطقه‌ای

زیاد

متوسط

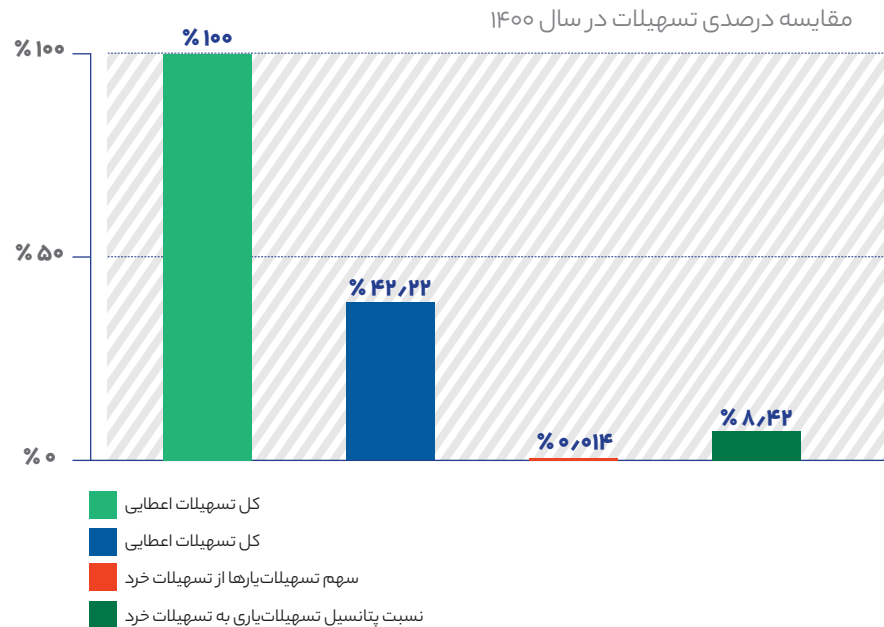
کم

منبع : Mordor Intelligence

لندتک در ایران: جدول مقایسه‌ای تسهیلات خرد در سال ۱۴۰۰

نسبت پتانسیل تسهیلات یاری به تسهیلات خرد	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
% ۸,۴۲	۱۶۰۰	% ۰,۰۱۴	% ۴,۵۵	% ۴۲	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 ۳۷۰۰۰ همت صورت پذیرفته است.
 - ۲- تخمین اقتصاد دیجیتال مبتنی بر خریدهای اینترنتی در ۱۴۰۰ از طریق شاپرک و بدون آمار کارت به کارت است.
 - ۳- عقد فروش اقساطی در تامین مالی غیر از اقتصاد خرد نیز کاربرد دارد، اما پیش بینی می شود اثر آن ها در کلیت گزارش ما تاثیر معناداری نداشته باشد.
 - ۴- موارد استفاده برخی از عمده موارد غیر خردی است که در آن از عقد فروش اقساطی استفاده می شود:
 - الف- تسهیلات خرید مواد اولیه
 - ب- تسهیلات صندوق توسعه ملی
- بنا به گزارش Statista در سال ۲۰۲۰، فروش در تجارت الکترونیک از طریق روش های اعتباری بیش از ۱۸۵ درصد کارت های نقدی بوده است.

منبع: بانک مرکزی

اقتصاد دیجیتال؛ نجات‌دهنده‌ای که دست‌کم گرفته‌ایم

دهه پایانی قرن گذشته برای اقتصاد ایران، به کابوسی ناآرام شباهت داشت. تحریم، انزوا، رکود، رشد منفی، سقوط ارزش پول و تمام بحران‌هایی که هر اقتصادی از وقوع آن بیمناک است، برای آن رخ داده است. ظرفیت‌های تولیدی در داخل تضعیف 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 پرسرعت در سراسر کشور، همه‌گیری کووید ۱۹، رشد و توسعه تجارت الکترونیک، نفوذ فناوری و ارتباطات در میان کسب‌وکارها و بنگاه‌های اقتصادی از جمله دلایل این رشد دور از انتظار بوده‌اند.

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





دیجی‌پی در سالی که گذشت

امید و پویایی در سالی که به سختی گذشت

سال ۱۴۰۱، با وجود تمام سختی‌ها و محدودیت‌ها، سالی پر از امید و شکوفایی بود. همکاری با دو بانک موفق و خوش‌نام ملت و تجارت، دو دستاورد بزرگ دیجی‌پی در سال ۱۴۰۱ بود. سرمایه‌گذاری تکنوتجارت روی دیجی‌پی و شروع همکاری با بانک تجارت که بزرگ‌ترین سرمایه‌گذاری یک بانک در صنعت فین‌تک کشور، به شمار می‌آید، در این سال اتفاق افتاد و هر دو مجموعه به چشم یک همکاری استراتژیک و تحول‌آفرین روی این برنامه‌ریزی کرده‌اند. 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 فراگیری مالی برداشته است و امیدوار است که بتواند با توسعه دامنه خدمات، دسترسی به خدمات مالی را برای کاربران در سراسر کشور بیشتر کند.

در سال ۱۴۰۱ علاوه بر توسعه دامنه همکاری‌ها، از سرویس‌های BNPL، بیمه (InsureTech)، مدیریت ثروت (Wealth Tech) و تامین مالی زنجیره تامین (SCF) هم رونمایی کردیم. برای هر یک از این محصولات صدها نفر ساعت پژوهش، مطالعه و فعالیت برنامه‌ریزی شده و بدون انجام شده بود و خوشبختانه موفق شدیم، هر یک از آن‌ها را در مرحله نهایی پیاده‌سازی و اجرا کنیم. سال ۱۴۰۱ سال فعالیت‌های ریشه‌ای با نگاهی اصولی به صنعت و نیازهای آن بود و با تکیه بر توانمندی‌ها، دانش و تخصص سرمایه‌های انسانی و استفاده از ظرفیت‌های موجود در اقتصاد دیجیتال، موفق به کسب دستاوردهایی شدیم که بخشی از آن را در صفحات پیش رو با مخاطبان این گزارش به اشتراک گذاشته‌ایم.

رفتار کاربران
سوپر اپلیکیشن

گزارش سالانه دیجی پی

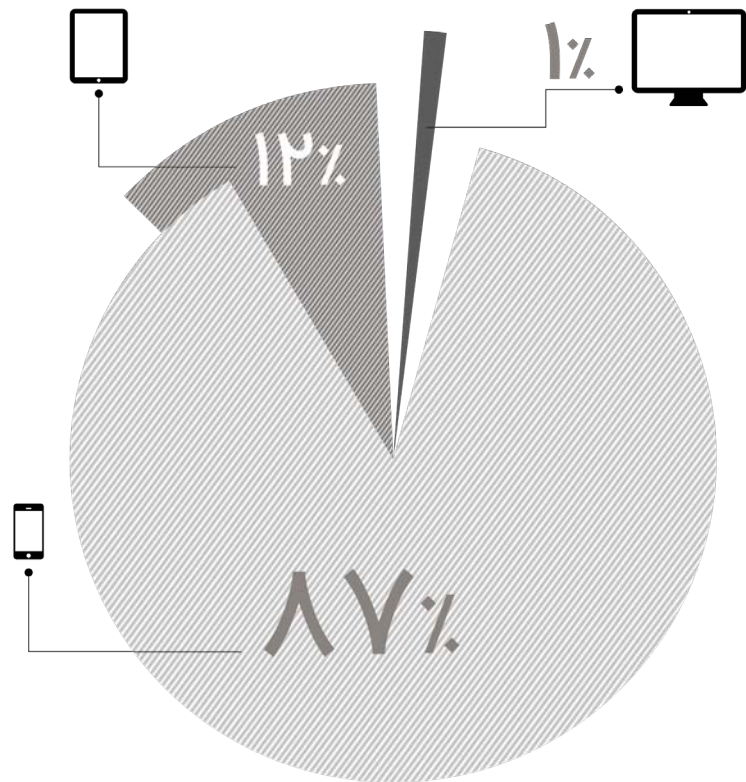


سوپراپلیکیشن دیجی‌پی

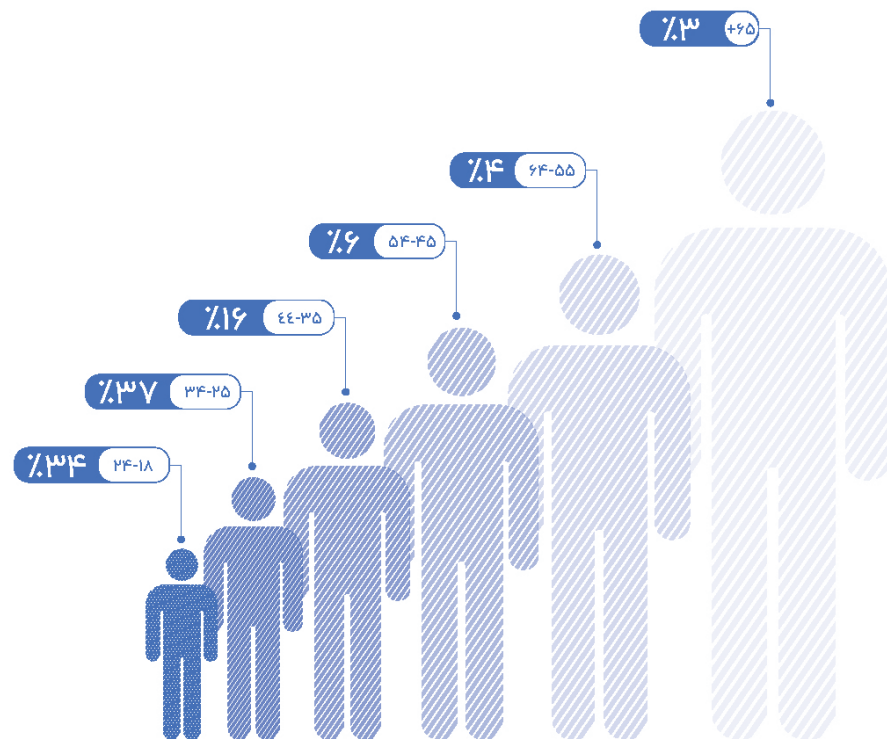
سوپراپلیکیشن دیجی‌پی، خدمات متنوع مالی را در اختیار کاربران قرار می‌دهد و اکنون انجام مجموعه‌ای از خدمات کارت به کارت، خرید شارژ، پرداخت قبض، خرید بسته اینترنت، پرداخت عوارض جاده‌ای، نیکوکاری، پرداخت کرایه تاکسی و استعلام جریمه در این سوپراپلیکیشن امکان‌پذیر است. در این بخش از گزارش دیجی‌پی، نگاهی به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

مبلغ کل تراکنش‌های پردازش شده در برخی از محبوب‌ترین سرویس‌های دیجی‌پی

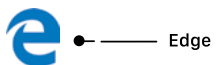
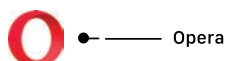
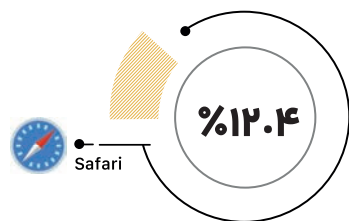
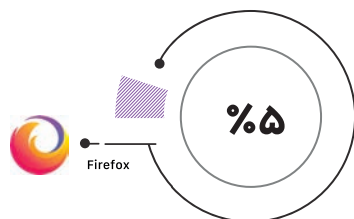
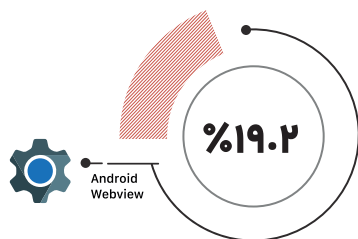
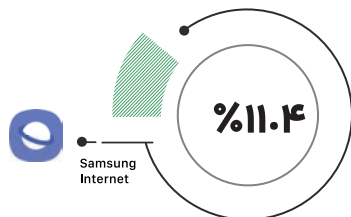
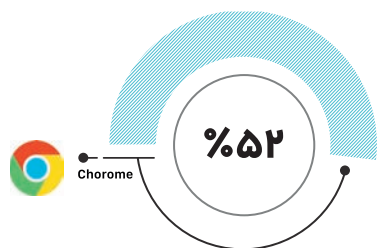
مبلغ کل تراکنش‌های پردازش شده در سوپراپلیکیشن دیجی‌پی	۶.۲ همت	
مبلغ کل تراکنش‌های کارت به کارت	۴.۱+ همت	
مبلغ کل عوارض آزادراهی پرداخت شده	۳.۷+ میلیارد تومان	
مبلغ کل جرائم رانندگی پرداخت شده	۱.۵+ میلیارد تومان	
مبلغ کل تراکنش‌های خرید بسته اینترنت	۳۵+ میلیارد تومان	
مبلغ کل تراکنش‌های نیکوکاری	۴.۸+ میلیارد تومان	
مبلغ کل کرایه تاکسی پرداخت شده	۱۲۸+ میلیارد تومان	
مبلغ کل خرید شارژ	۴۱.۶+ میلیارد تومان	
بالاترین تعداد تراکنش یک فرد در طول یک سال	۴۷۹۲ تراکنش	



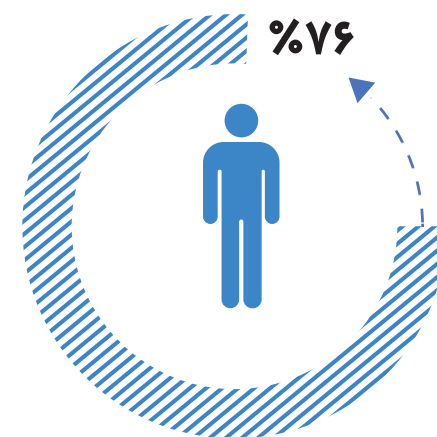
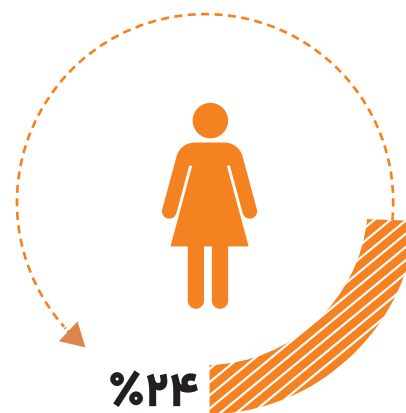
تجهيزات مورد استفاده کاربران



طبقه بندی سنی کاربران



سیستم عامل ها



طبقه بندی جنسیتی کاربران

بازخورد کاربران

مشتریان چه قدر دیجی‌پی را به دیگران توصیه می‌کنند؟

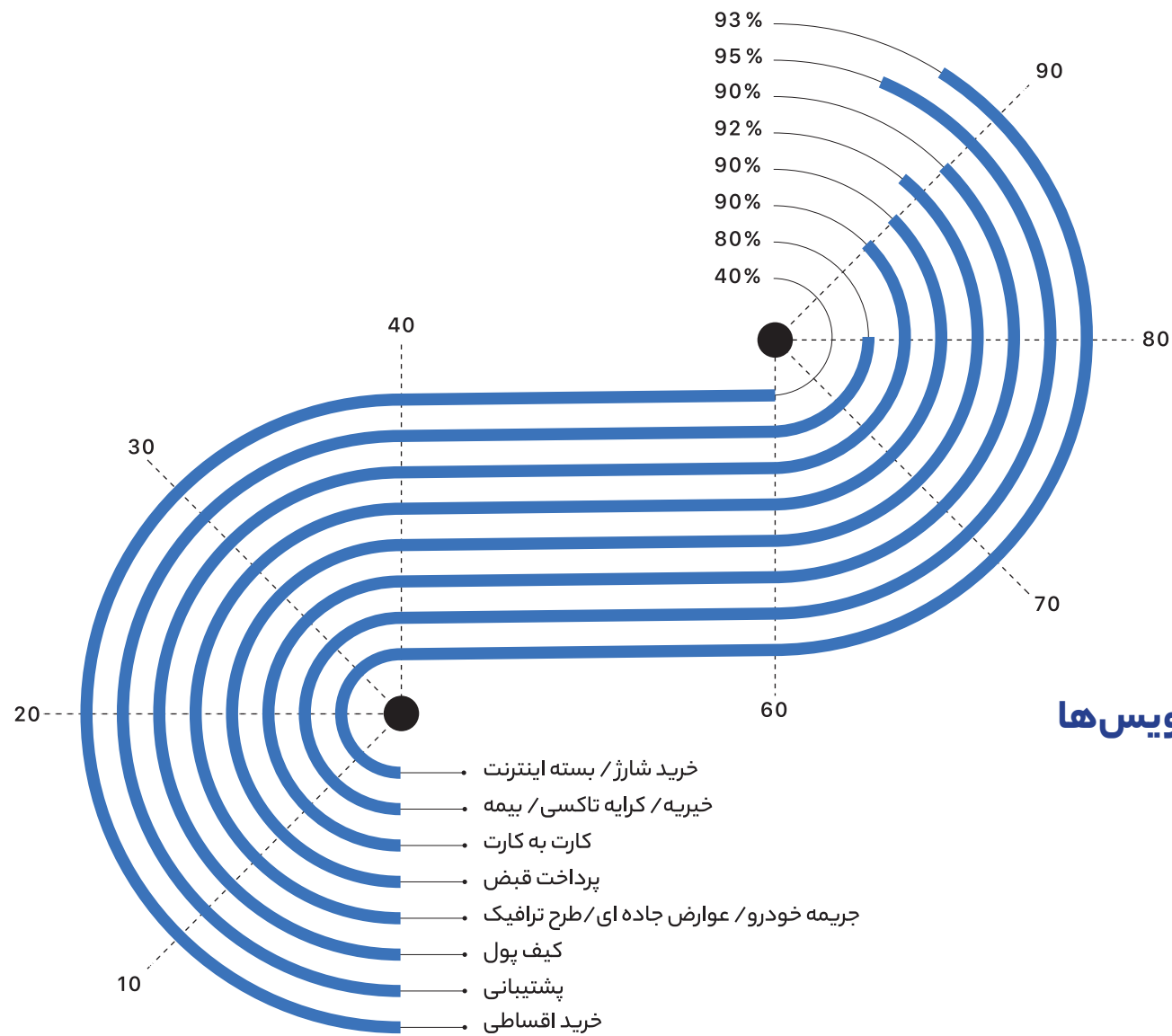
در سال ۱۴۰۱، بیش از ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار نظر سنجی از کاربران اپلیکیشن دیجی‌پی به عمل آمده است، که از این تعداد ۳ درصد از شرکت‌کنندگان به پرسش‌های رضایت‌سنجی پاسخ داده‌اند. رتبه رضایت‌مندی کاربران از سرویس‌های دیجی‌پی در نمودار صفحه بعد مشخص شده است.

مهم‌ترین دلایل نارضایتی کاربران سوپراپلیکیشن

- بروز خطا و اختلال (تراکنش ناموفق، در دسترس نبودن سرویس و...)
- سرعت پایین انجام عملیات (تأخیر در تسویه 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/کنسلی



میزان رضایت کاربران از خدمات و سرویس‌ها

گزارش سالانه دیجی‌پی | سرویس‌های اعتباری

خرید اقساطی

اعتباری برای همه

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

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

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

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

مهم‌ترین تغییرات سرویس خرید اقساطی

• تمرکز بیش از پیش بر فراگیری مالی

دیجی‌پی در سال ۱۴۰۱ محصولات و خدمات متنوعی را در مسیر چشم‌انداز شرکت یعنی فراگیری مالی در فضای اقتصاد دیجیتال توسعه داد که این محصولات و خدمات را می‌توان به چند دسته تقسیم کرد. اعتبار برای کاربران نهایی، اعتبار برای کارکنان شرکت‌ها و سازمان‌ها، اعتبار BNPL و

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

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

• تعامل بیشتر با بدنه بانکی کشور

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

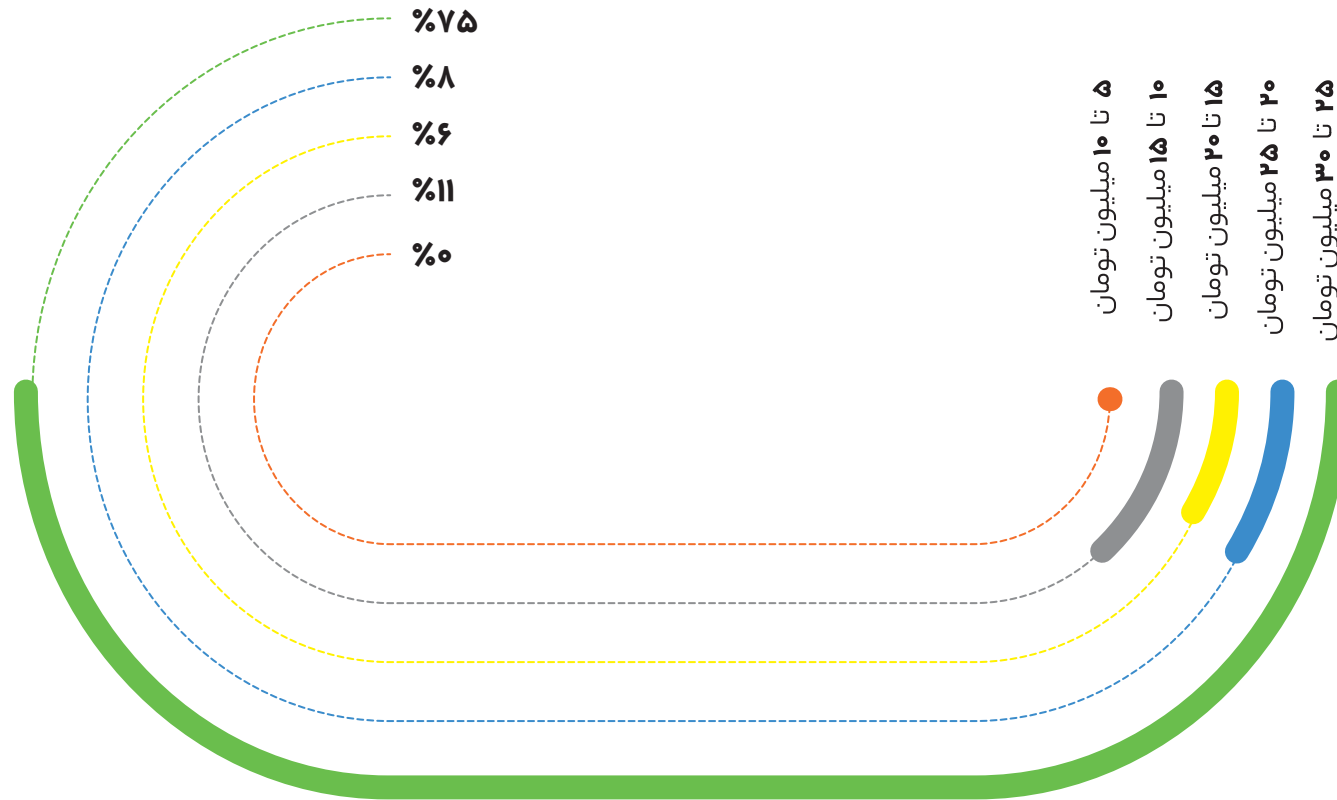
• افزایش تعداد پذیرندگان

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

• حرکت در مسیر تمام دیجیتالی شدن

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

تنوع سرویس های اقساطی

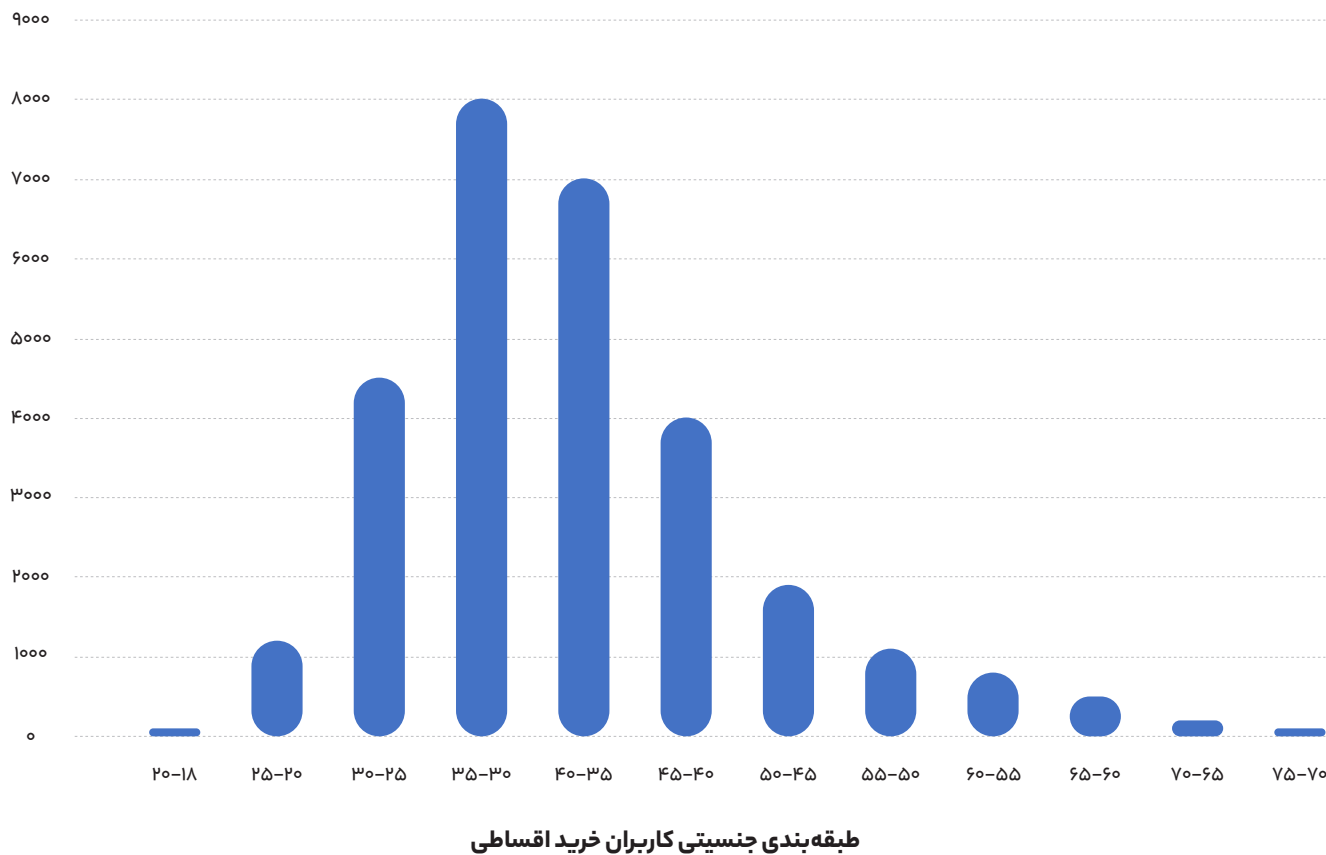


مبلغ اعتبارهای خرد اختصاص یافته به کاربران
۱.۲ همت

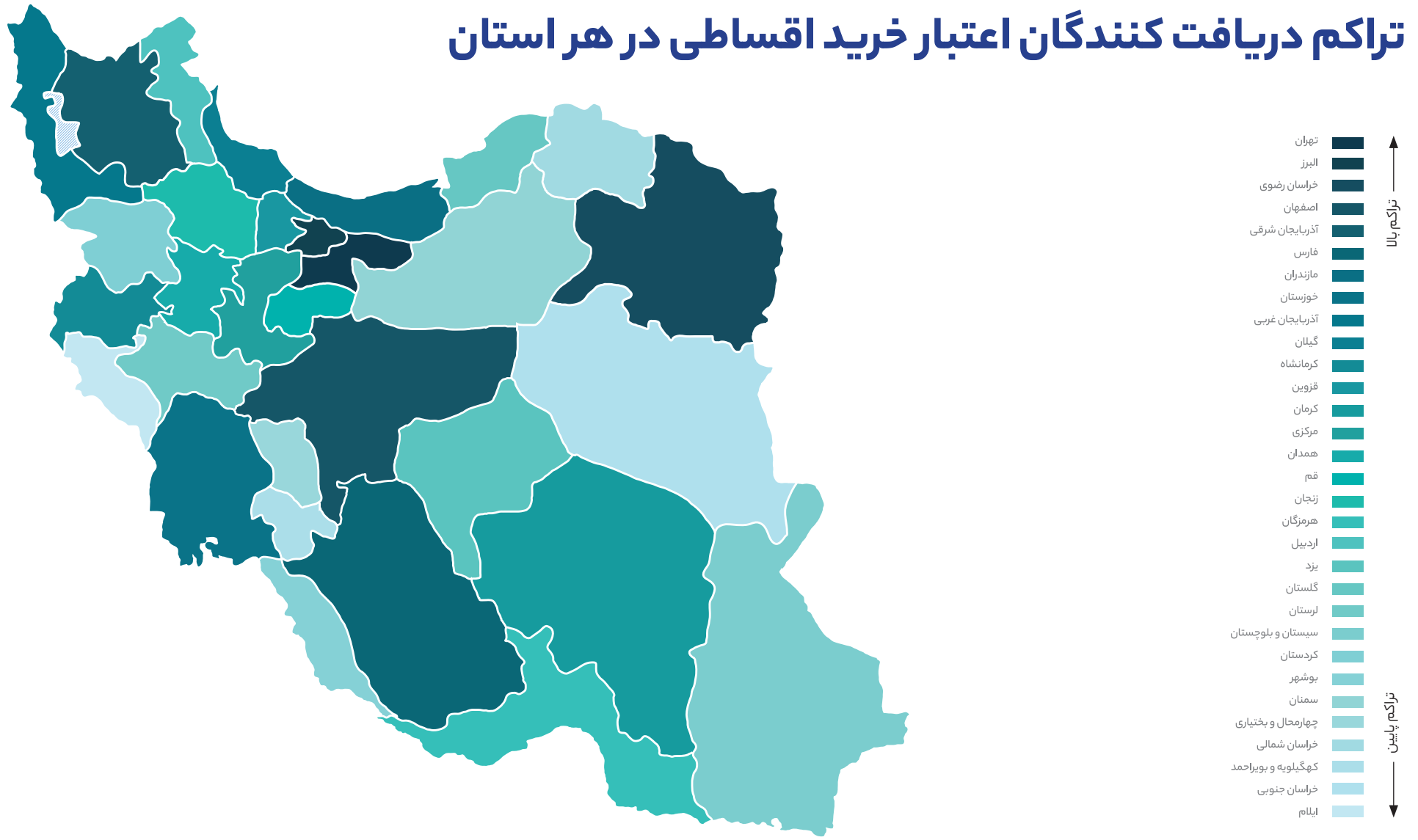
مبلغ درخواست های ثبت شده برای خدمات اعتباری
بیش از ۳۰ همت درخواست

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

طبقه بندی سنی کاربران خرید اقساطی

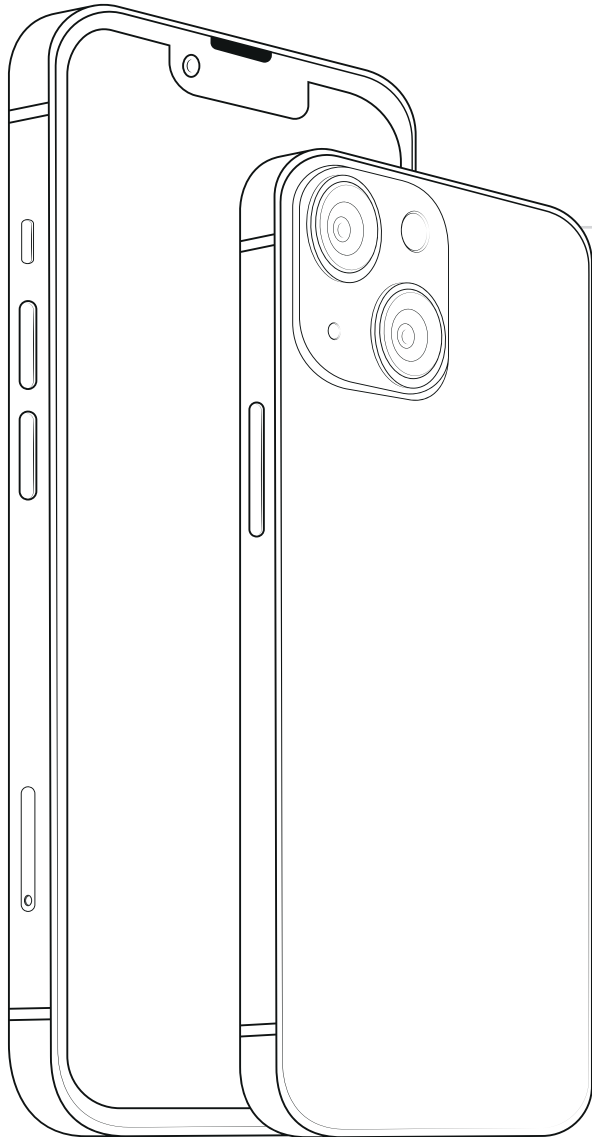


تراکم دریافت کنندگان اعتبار خرید اقساطی در هر استان



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

محبوب‌ترین کالا خرید اقساطی



iPhone 13 CH

گوشی موبایل اپل مدل

دو سیم کارت، ظرفیت ۱۲۸ گیگابایت و رم ۴ گیگابایت

۱۰ کالای محبوب بعدی برای خرید اقساطی

گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy A32

گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy A73 (5G)

گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy S21 FE (5G)

گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy A53 (5G)

گوشی موبایل شیائومی مدل **POCO X4 PRO (5G)**

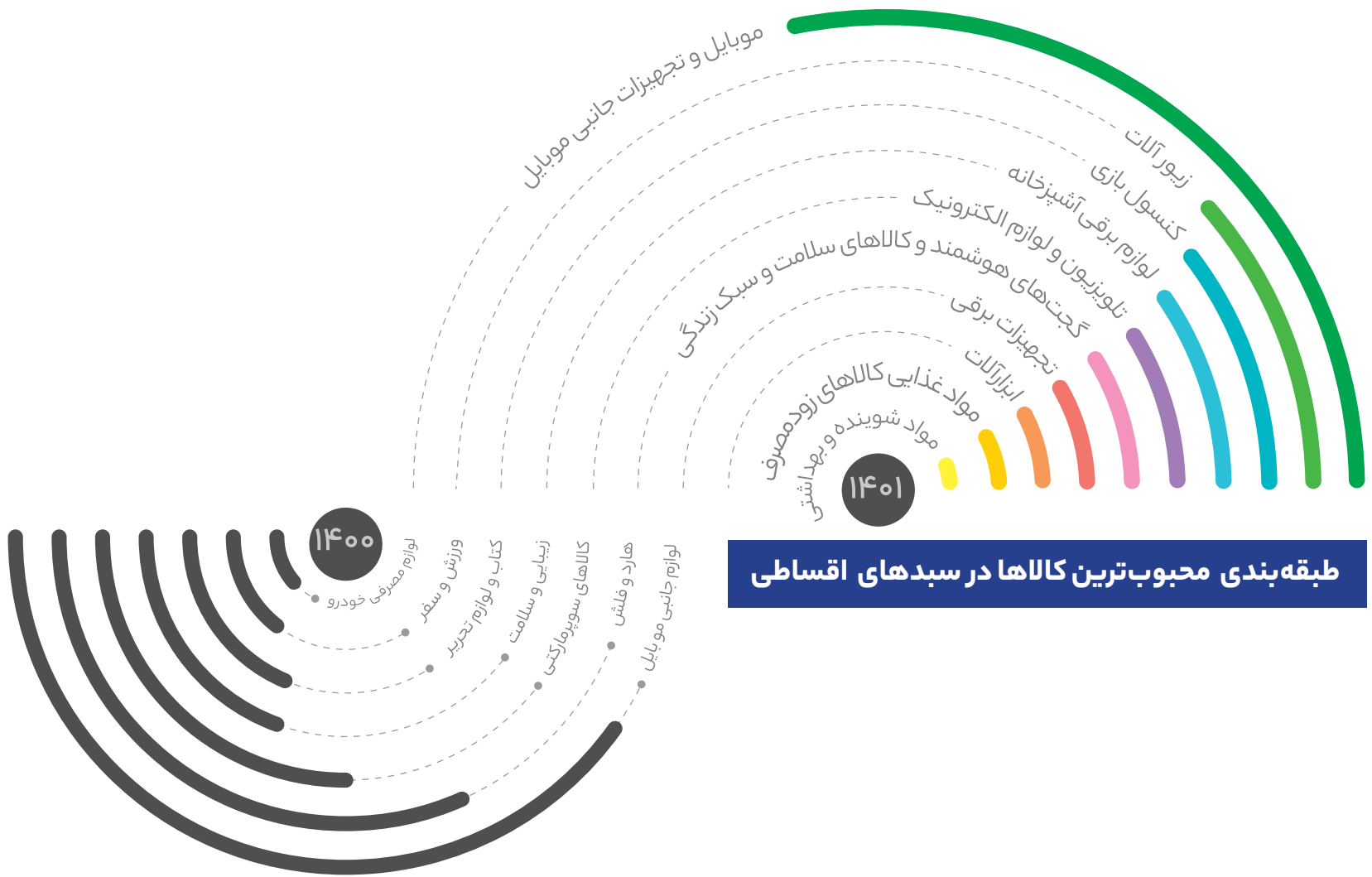
گوشی موبایل شیائومی مدل **Redmi Note 11**

گوشی موبایل اپل مدل iPhone 13 Pro Max

گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy A73 5G SM-A736B/DS

گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy A13

گوشی موبایل سامسونگ مدل Galaxy A13 SM-A137F/DS



طبقه‌بندی محبوب‌ترین کالاها در سبدهای اقساطی

الان بخر، بعدا پرداخت کن! (BNPL)

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

سرویس BNPL علاوه بر 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 دهند.

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

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

BNPL برای کاربران نهایی

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

BNPL برای کاربران سازمانی

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



مبلغ اعتبارهای BNPL اعطا شده:

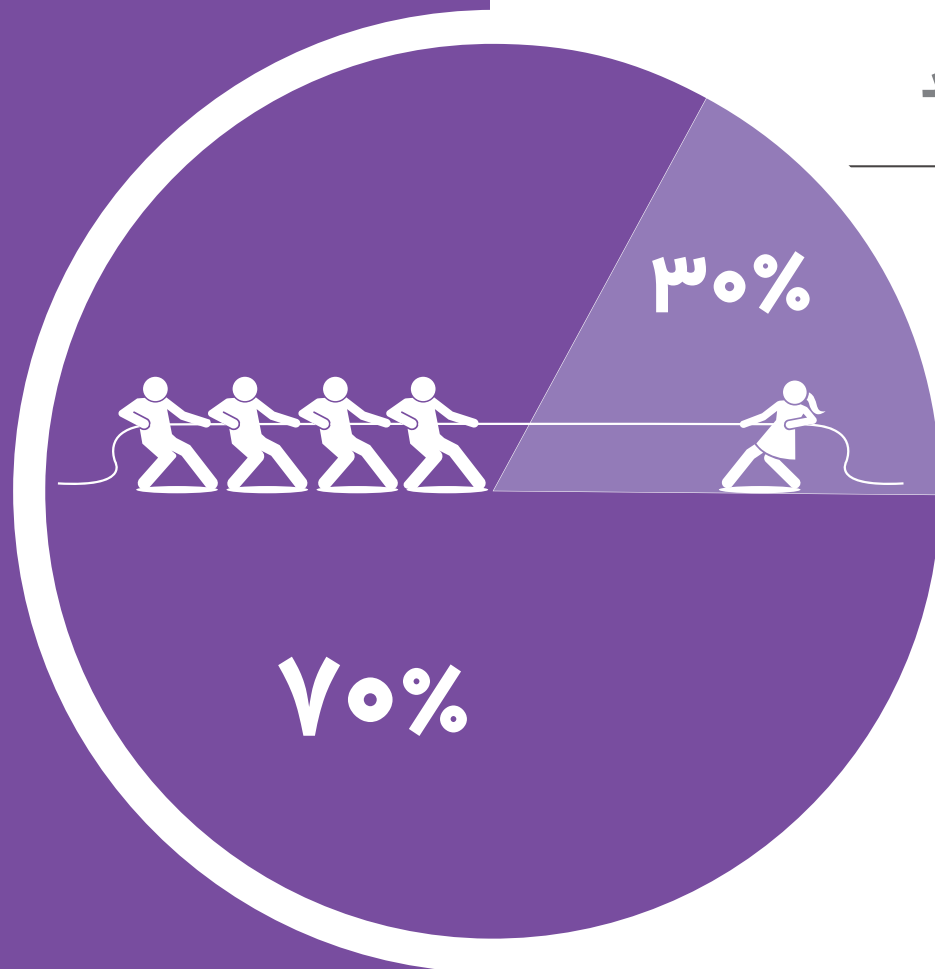
۱ همت



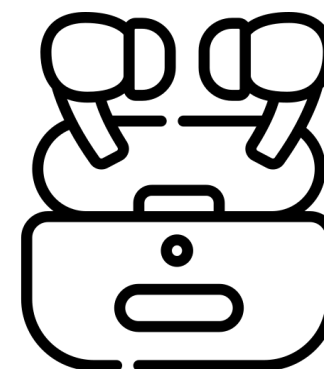
تعداد کاربران دریافت‌کننده اعتبار BNPL:

بیش از ۲ میلیون اعتبار به ۶۱۰ هزار کاربر یکتا

آقایان به خرید اعتباری علاقه بیشتری نشان می‌دهند



آقایان
خانم‌ها

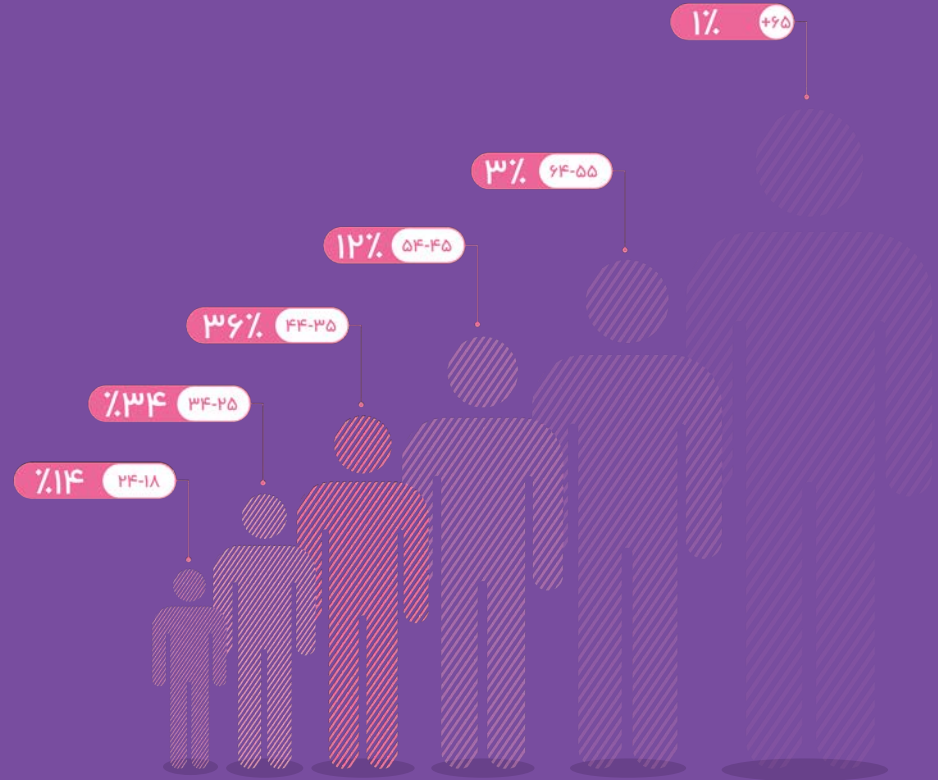


محبوب‌ترین کالای خرید شده با اعتبار **BNPL**

هندزفری بلوتوثی

محبوب‌ترین کالاها برای خریداران BNPL

- زیبایی و سلامت
- کالای دیجیتال
- خودرو، ابزار و تجهیزات صنعتی
- کتاب، لوازم التحریر و هنر
- مد و پوشاک
- کالای سوپرمارکتی



بیشترین میزان خرید BNPL

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

برخی از کالاهای مورد علاقه این کاربر خوش‌پوش، هنرمند و دست‌به‌آچار



ادو پرفیوم مردانه



ترازوی هوشمند



لامپ ال ای دی هوشمند



بند عینک مردانه



لپ‌تاپ ۱۵٫۶ اینچی



پولشرت آستین کوتاه مردانه



مایکروویو



پیچ و رولپلاک



میخ



چکش



انبردست



دریل پیچ گوشتی شارژی



پیچ و مهره



شلوار مردانه



کابل تبدیل VGA



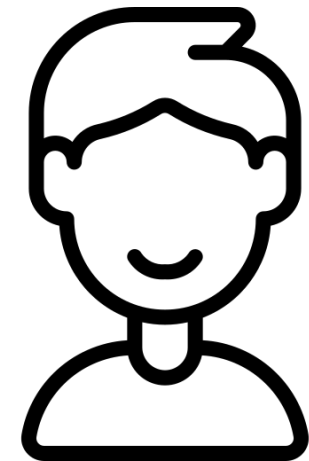
قهوه اسپرسو

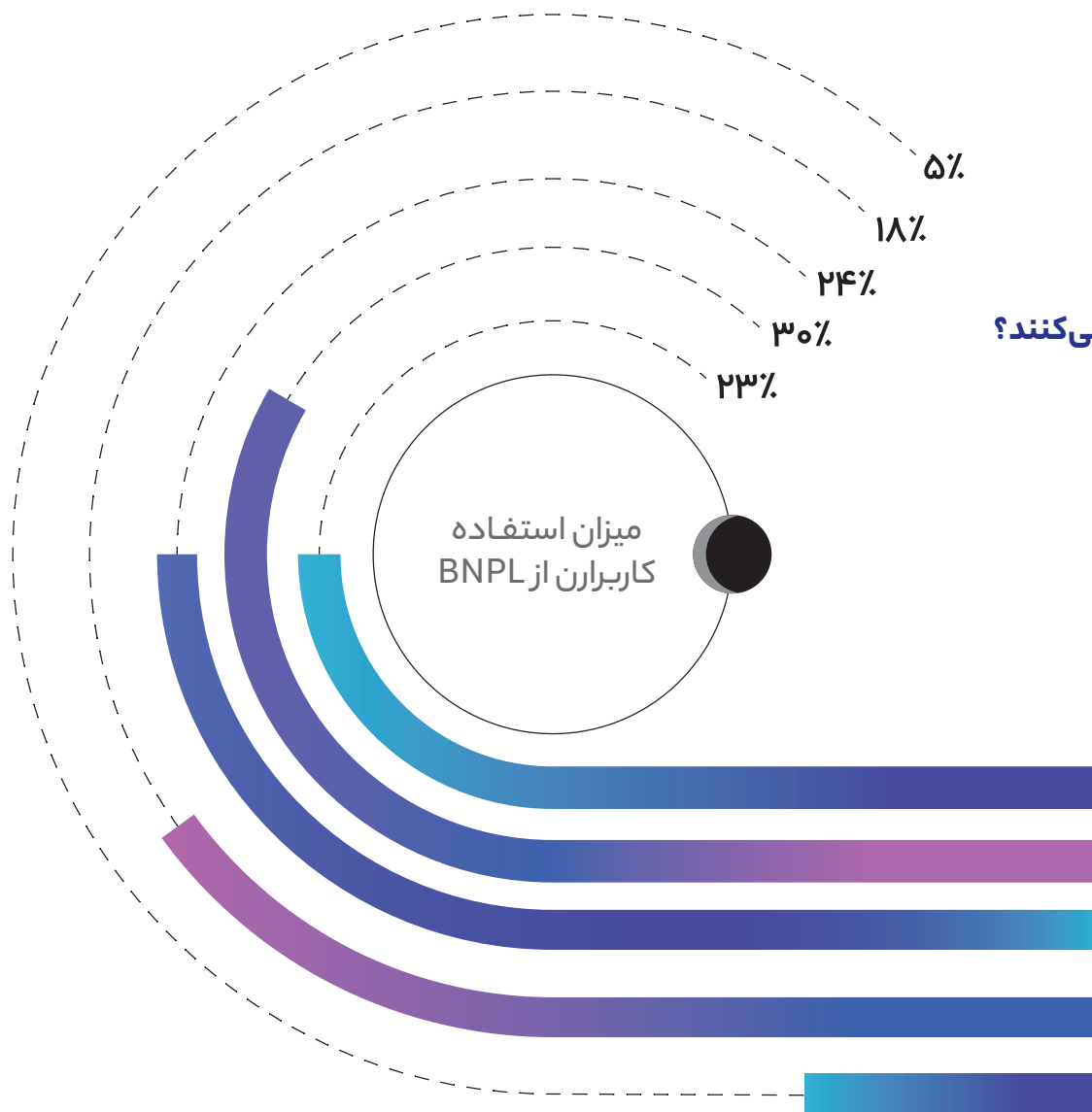


قهوه فرانسه



پایه گیتار





کاربران در چه روزهایی از ماه بیشتر از اعتبار BNPL استفاده می کنند؟

الگوی خرید اعتباری کاربران در هفته های مختلف ماه

هفته اول

هفته دوم

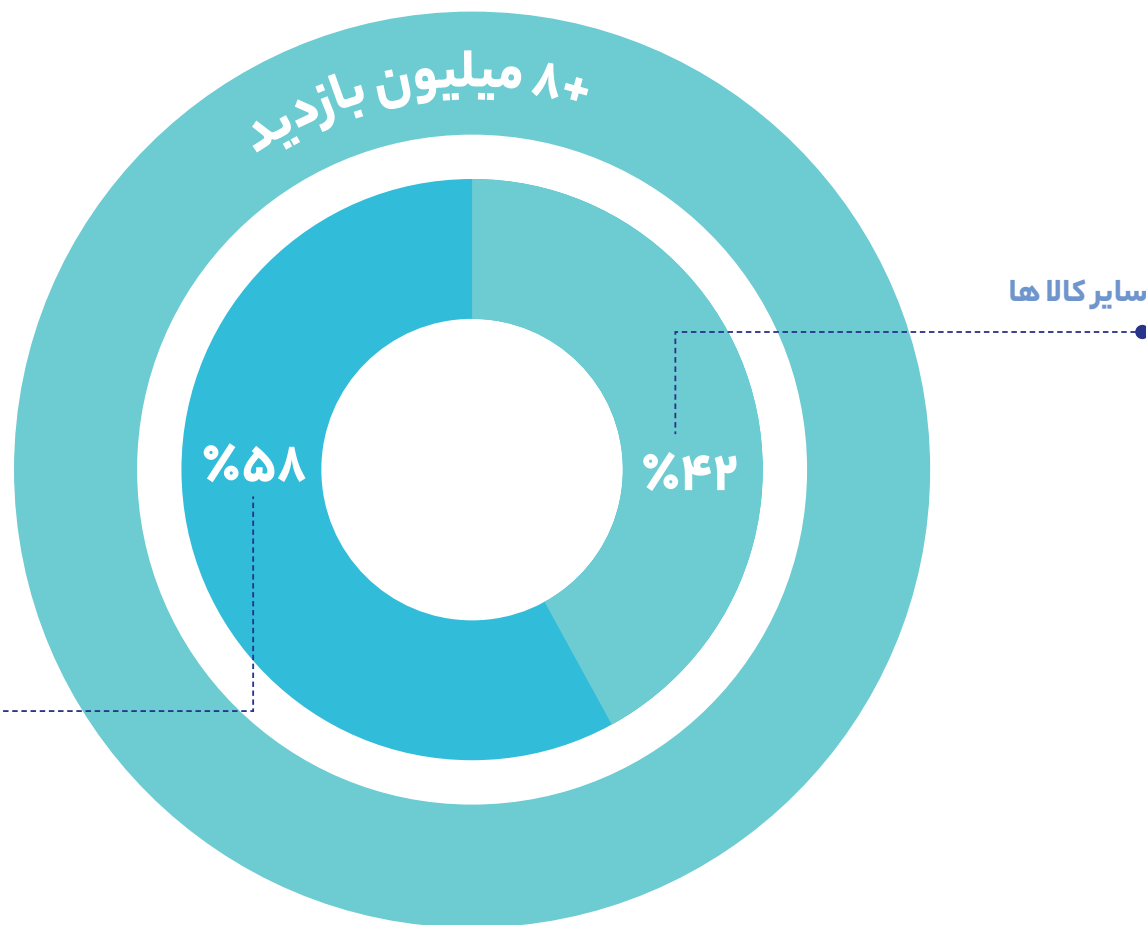
هفته سوم

هفته چهارم

هفته پنجم (برخی ماه ها)

گزارش سالانه دیجی‌پی | رفتار کاربران خرید اقساطی

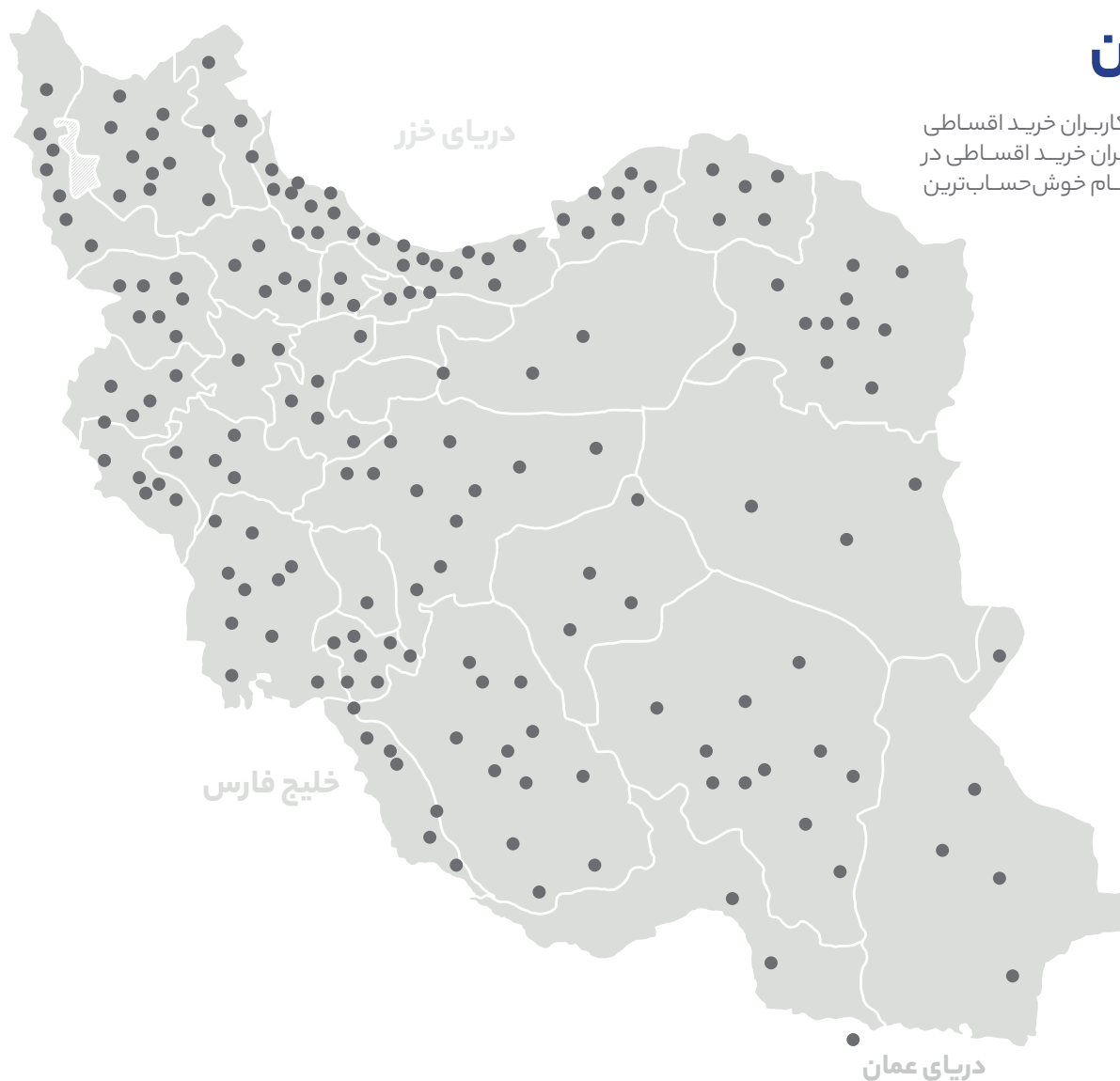
کاربران بازدید کننده از صفحه خرید اقساطی



خوش حساب‌ترین شهرهای ایران

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

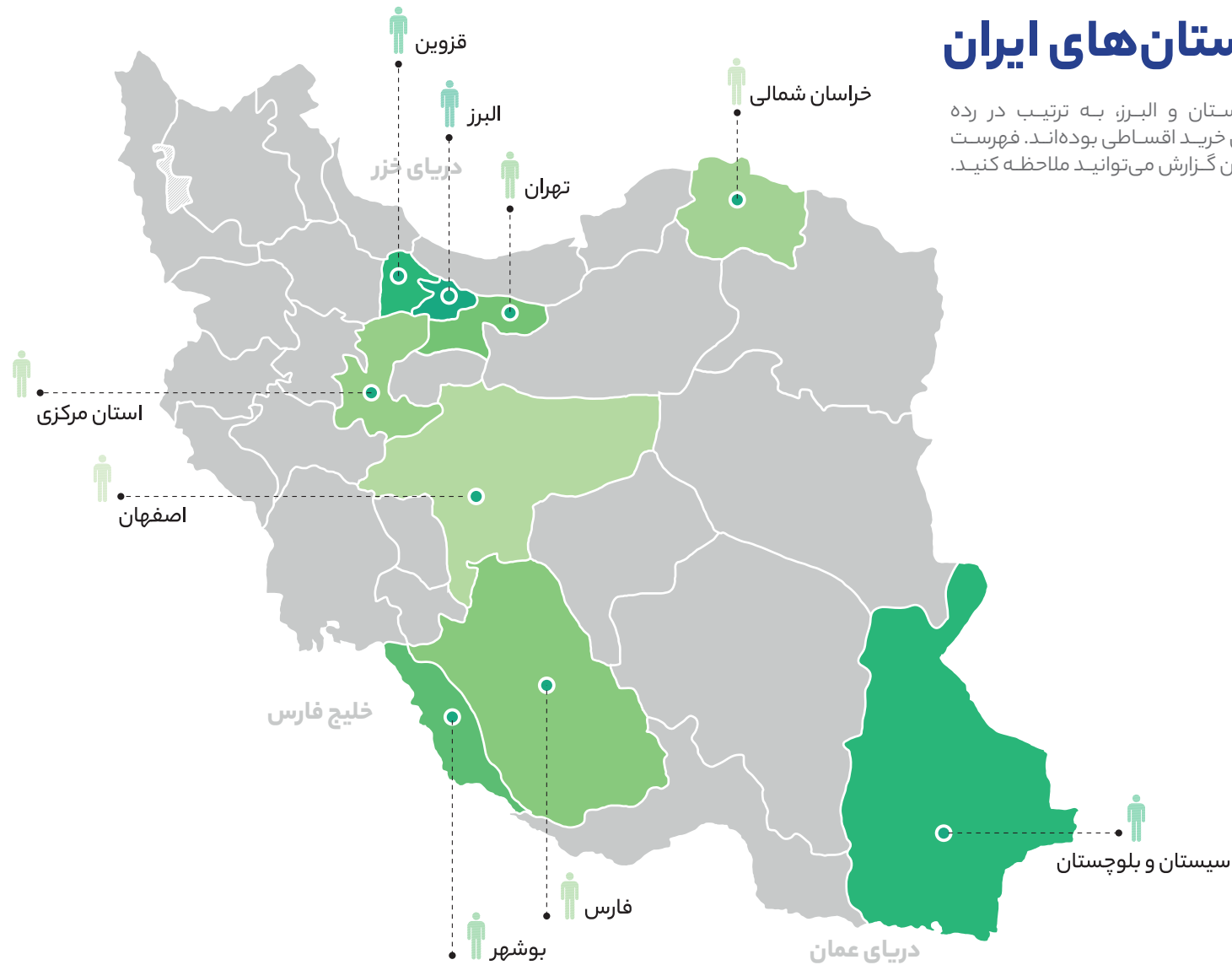
شهرهای کشور را ملاحظه کنید



پارس آباد	اسفراین	آزادشهر	مهر
تنکابن	شیروان	سپیدان	آوج
ایرانشهر	آق‌قلا	سرپل ذهاب	دهگلان
ساری	قشم	سیب و سوران	مهریز
ترکمن	چالدران	خمیر	جویبار
نور	چادگان	مهدی شهر	طبس
بستک	چرداول	داراب	کنارک
قائم‌شهر	شوط	فسا	خوشاب
امیدیه	فارسان	گیلان غرب	بستان‌آباد
محلات	بيجار	ماه‌نشان	لالی
چناران	گناره	اردستان	فیروزه
مراغه	خلیل‌آباد	میاندورود	شوشتر
فردوس	سلماس	ورزقان	تبران و کرون
خمین	پاوه	کلاردشت	اشنویه
سیرجان	سروستان	گتوند	بوانات
یوکان	فراهان	دشت‌آزادگان	قبر و کارزین
گلپایگان	لامرد	سامان	گناپاد
رودبار	میامی	دلیجان	سرباز
خرمدره	لارستان	ازنا	کنگاور
ساوه	آستارا	زیرکوه	بانه
زرنج	درگز	فیروزکوه	رضوانشهر
بوئین‌زهرا	فیروزآباد	آباده	مه ولات
مرند	اشتهارد	شادگان	تنگستان
اسلام‌آباد غرب	چهرم	نطنز	گچساران
عسویه	فراشبند	آران و بیدگل	زرین‌دشت
زابل	سلطانیه	بدره	ملکشاهی
خمینی‌شهر	دنا	بهبهان	صحنه
مشگین‌شهر	دشتستان	فریدونکتار	صومعه‌سرا
کوه‌دشت	جوین	شفت	
اقلید	ملکان	هوراند	
جیرفت	فاروج	بیله‌سوار	
ورامین	خواف	استهبان	
سفر	نیک‌شهر	قصر شیرین	
رودبار جنوب	بجنورد	باوی	
خلخال	پل‌دختر	کامیاران	
لنجان	باخرز	برخوار	
دلفان	نیریز	جغتای	
لردگان	ماکو	مریوان	

خوش حساب‌ترین استان‌های ایران

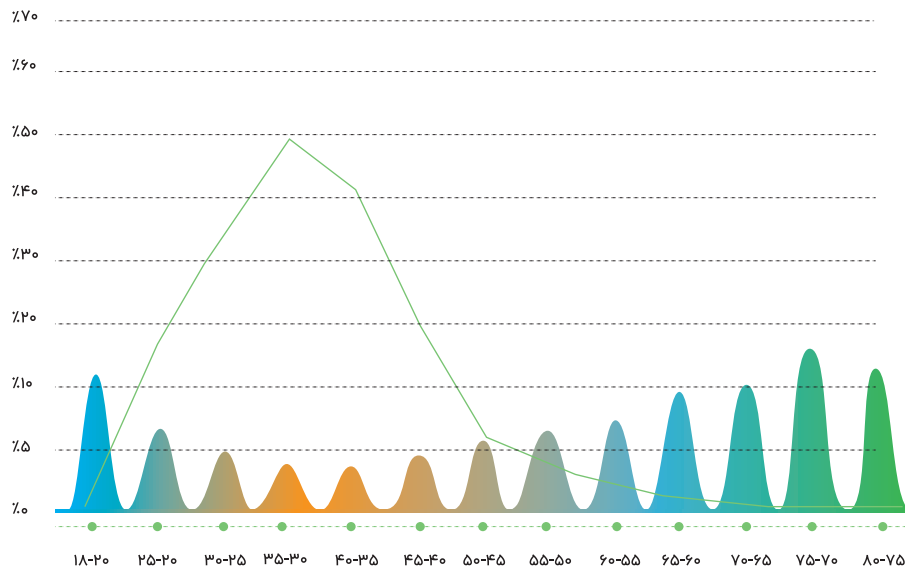
مردم استان‌های قزوین، سیستان و بلوچستان و البرز به ترتیب در رده خوش حساب‌ترین کاربران دیجی‌پی در سرویس خرید اقساطی بوده‌اند. فهرست سایر استان‌های خوش حساب هم در ادامه این گزارش می‌توانید مشاهده کنید.



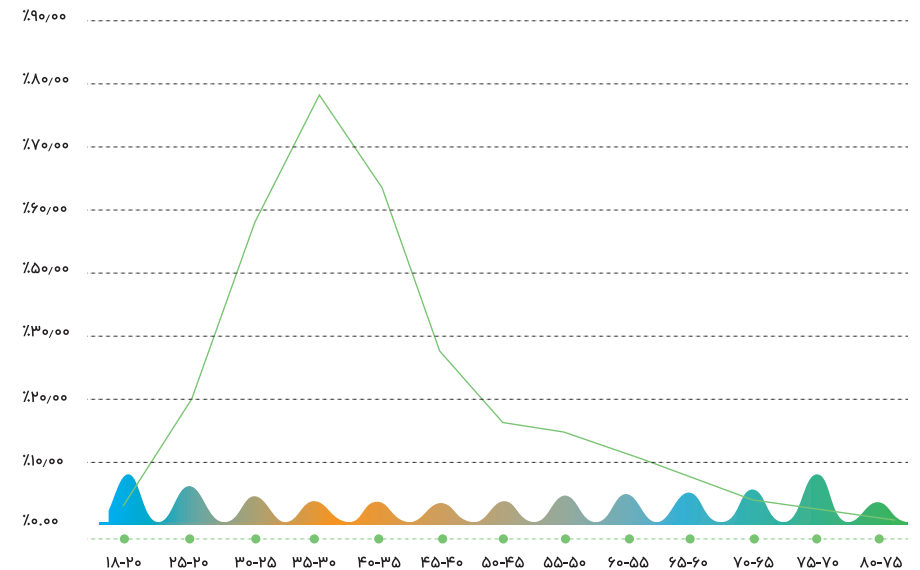
میان سالان خوش حساب

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

نکول در تسویه صورت حساب BNPL براساس بازه سنی



نکول در بازپرداخت اقساط براساس بازه سنی در خرید اقساطی





Bisotun
Kermanshah
c.220 BC
The world's largest inscription,
and the first known Iranian
text.
UNESCO World Heritage

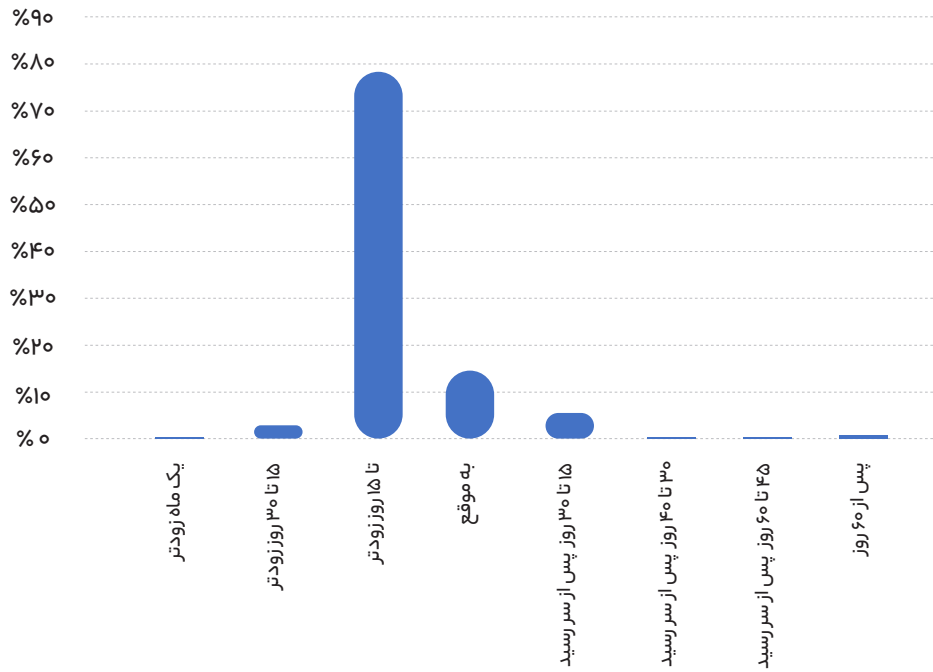


Ziggurat
Susa
Built about 1250 BC
"The first religious building in
Iran"
UNESCO World Heritage

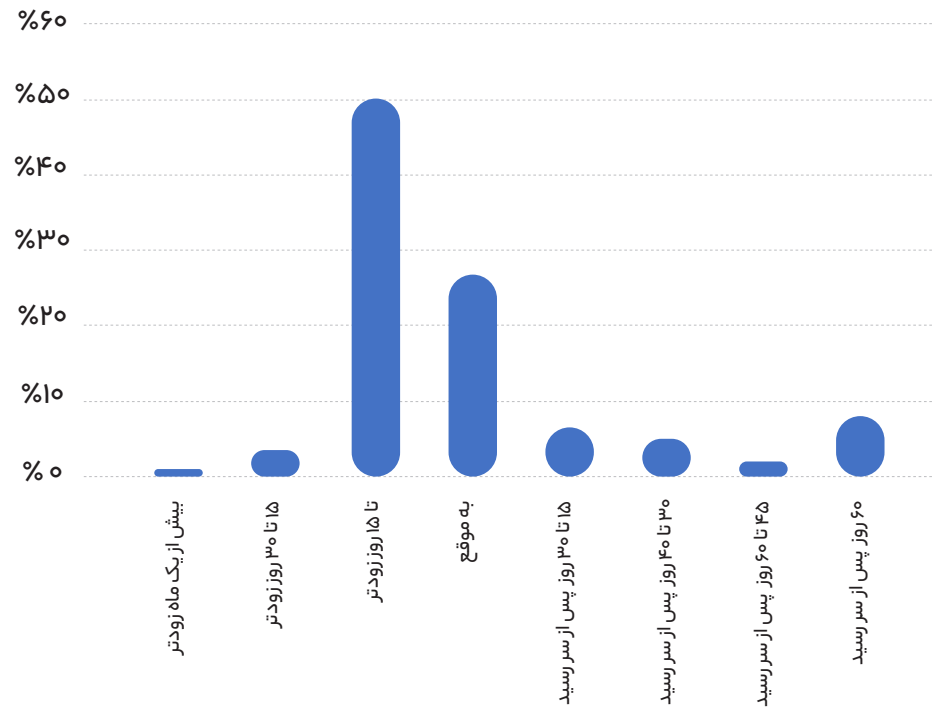


Prayer time: 12-14pm

الگوی رفتار کاربران دیجی‌پی در پرداخت اقساط

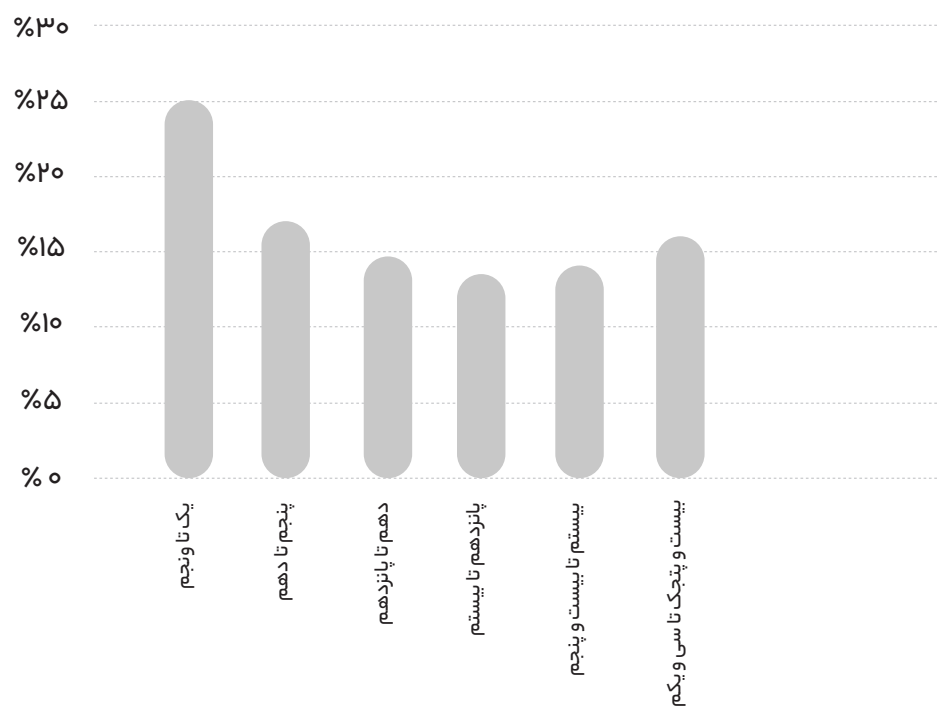


الگوی تسویه صورت حساب در BNPL

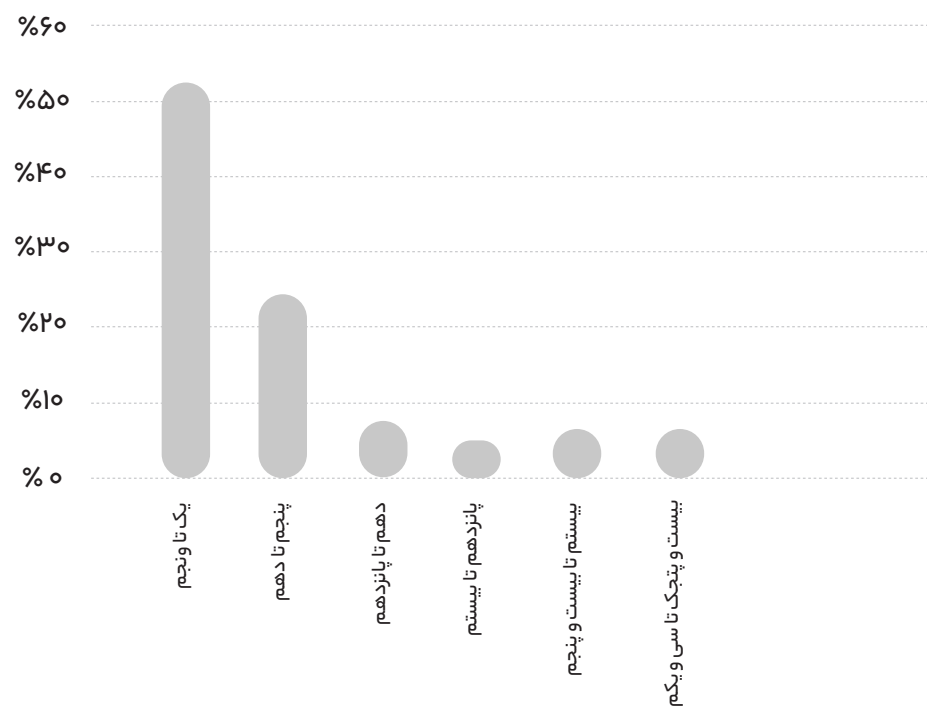


الگوی پرداخت اقساط کاربران خرید اقساطی

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

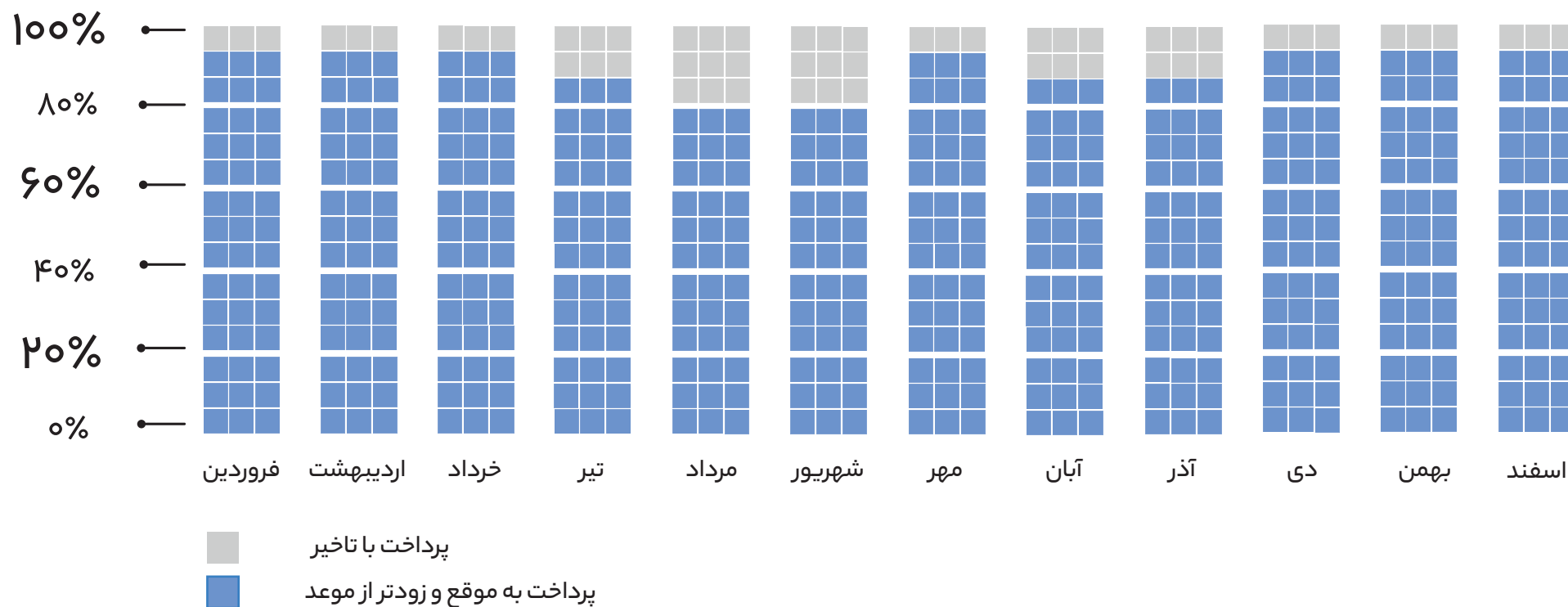


روزهای پرداخت اقساط در خرید اقساطی

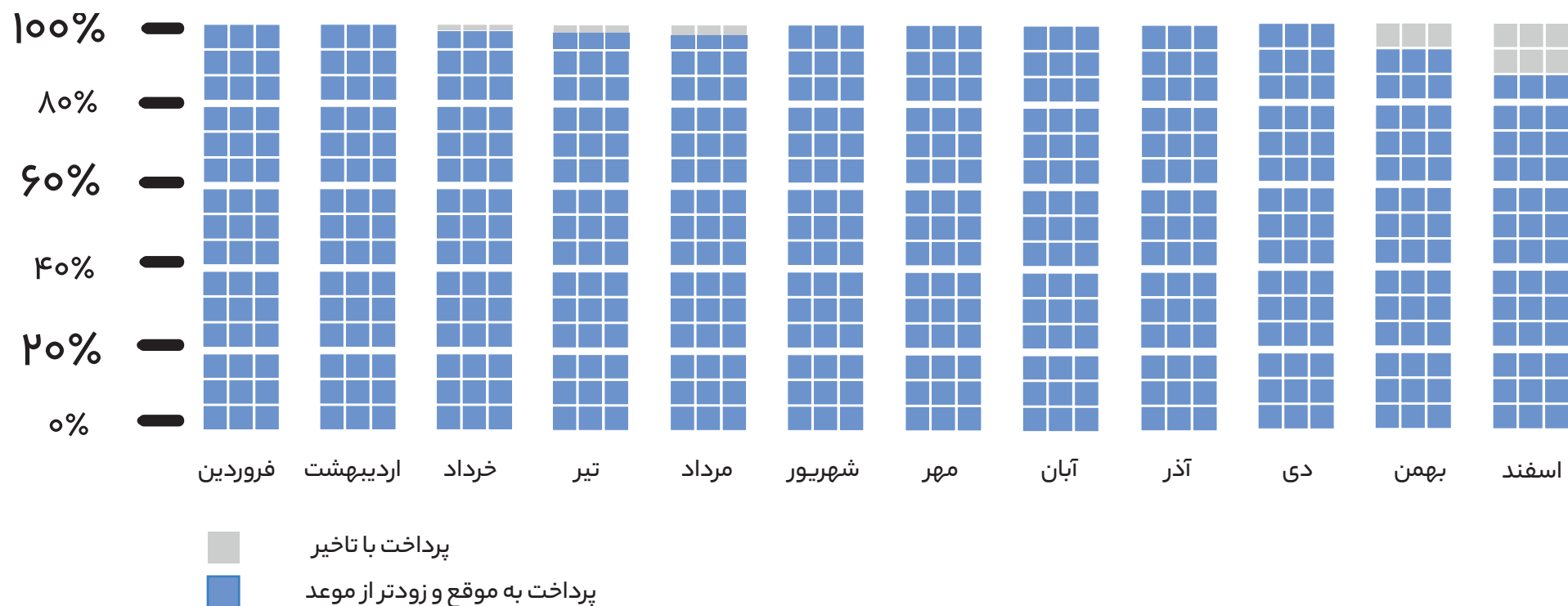


روزهای پرداخت صورت حساب در BNPL

نمودار رفتار کاربران خرید اقساطی در بازپرداخت در هر ماه



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



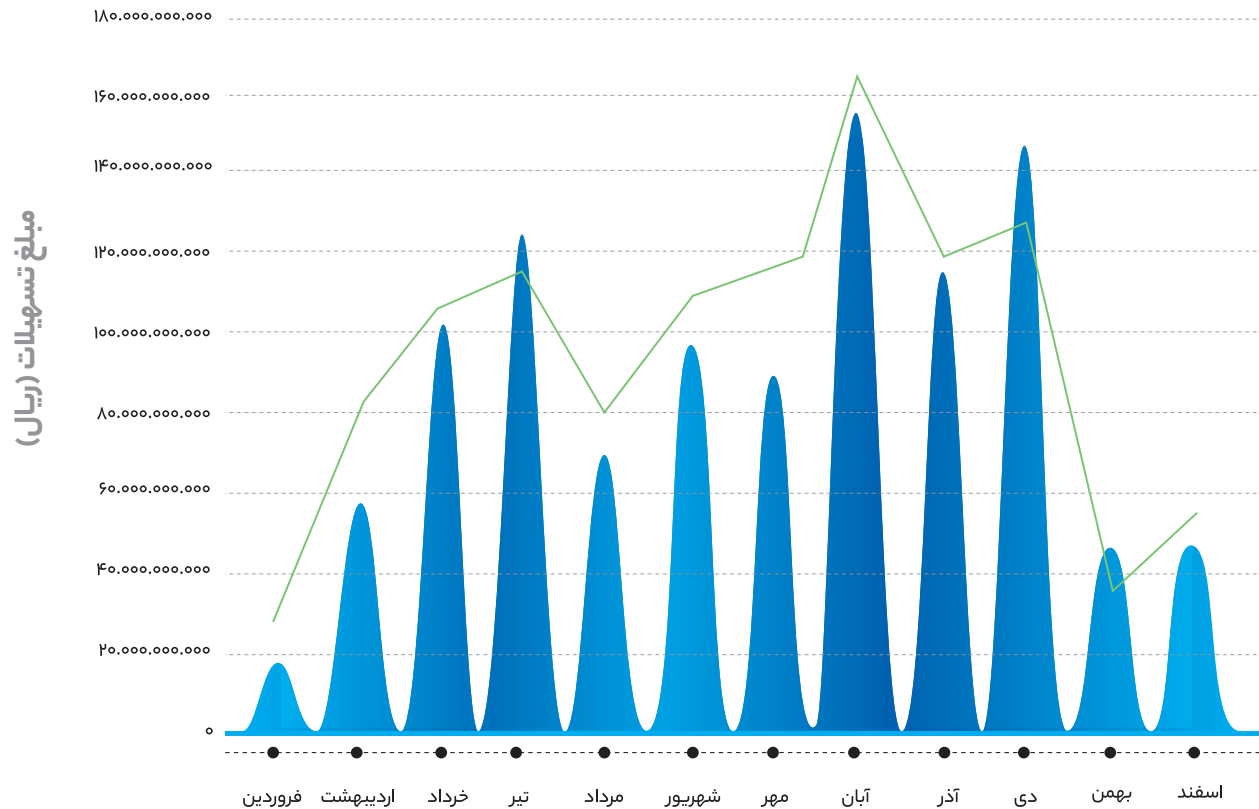
گزارش سالانه دیجی‌پی | تامین مالی زنجیره تامین (SCF)

تامین مالی زنجیره تامین در سالی که گذشت

تامین مالی زنجیره تامین یا SCF

این بنگاه‌های اقتصادی سریع‌تر به سرمایه در گردش خود دسترسی پیدا و برای تکمیل این زنجیره ارزش توانمندتر عمل کنند. دیجی‌پی در سال ۱۴۰۱ با تمرکز جدی بر این خدمات، به جامعه بزرگتری از فروشندگان و تامین‌کنندگان دیجی‌کالا کمک کرد تا سریع‌تر از قبل به سرمایه و درآمد حاصل از فروش خود در مارکت‌پلیس دست پیدا کنند.

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 فروشندگان و تامین‌کنندگان مارکت‌پلیس‌ها، کمک می‌کند،



تعداد کل تامین‌کنندگانی که سرویس را دریافت کردند:

۳۰۰۰+ تامین‌کننده

مبلغ کل اعتبارهای اعطا شده:

۱۱۰ میلیارد تومان

پرداخت الکترونیک

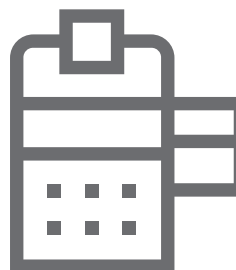
درگاه یکپارچه پرداخت و کیف پول دیجی پی در سالی که گذشت

■ درگاه یکپارچه پرداخت دیجی پی (UPG)

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

■ مهم‌ترین مزایای درگاه یکپارچه پرداخت دیجی پی

- 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 PSPL های برتر کشو
- اخذ ترمینال در کمتر از یک روز کاری

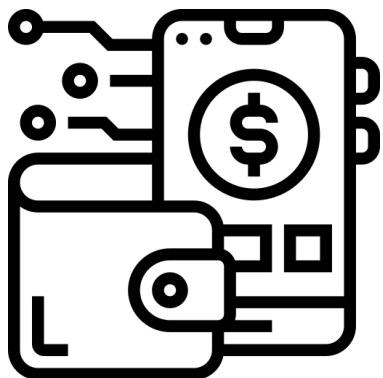


■ کیف پول الکترونیک دیجی پی

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

ویژگی‌های پیاده شده جدید

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



درگاه یکپارچه پرداخت (UPG) و کیف پول

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 ۲۰ 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.

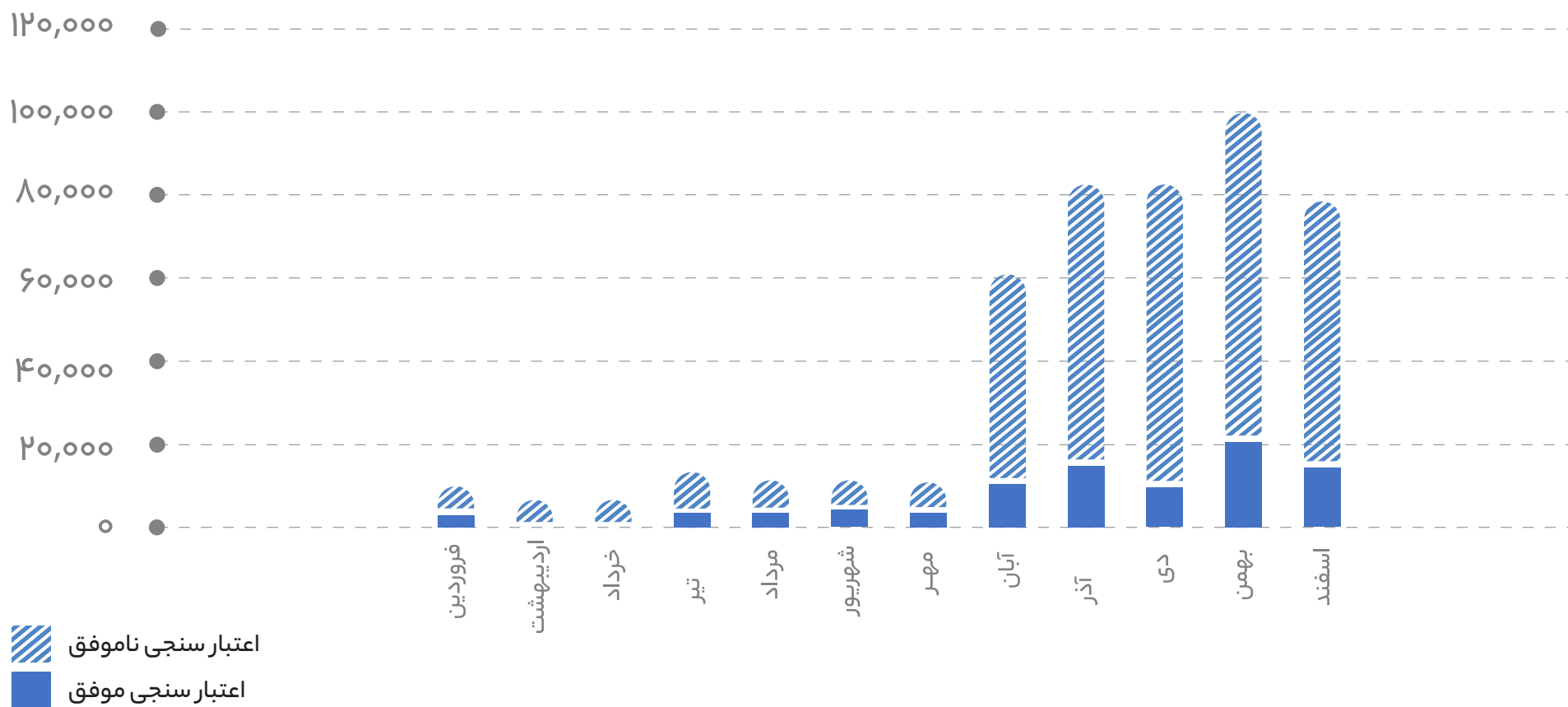
اعتبارسنجی یا تعیین رتبه اعتباری از جمله مراحل است که کاربران خرید اعتباری و اقساطی برای دریافت تسهیلات باید با موفقیت طی کنند.

۹۰,۳۸۹ کاربر در فرآیند تسهیلات خرید اقساطی

۱۱۵,۶۱۹ اعتبارسنجی موفق

۲۵,۲۳۰ کاربر در نقطه خرید فرآیند BNPL

۵۳۸,۵۴۰ فرایند اعتبارسنجی انجام شده



گزارش سالانه دیجی‌پی | مدیریت ثروت و فناوری‌های بیمه

مدیریت ثروت

کنند. مدیریت ثروت دیجی‌پی نیز مانند سیاست گروه دیجی‌کالا سیاست مارکت‌پلیس در حوزه سرمایه‌گذاری را پیش گرفته است و با ایجاد تنوع و مشاوره هوشمند به دنبال شخصی‌سازی بیشتر متناسب با نیازهای پیچیده مشتریان در این حوزه است. دستاوردهای زیر حاصل فعالیت محصول مدیریت ثروت دیجی‌پی در طول ۶ ماه گذشته و در فاز آزمایشی است.

سرویس مدیریت ثروت دیجی‌پی با هدف امکان سرمایه‌گذاری خرد برای تمامی مشتریان سوپراپلیکیشن دیجی‌پی با همکاری گروه مالی فارابی در شهریور ماه ۱۴۰۱ به صورت آزمایشی رونمایی شد. اولین طرح‌های سرمایه‌گذاری این محصول طرح‌های مرتبط با بازار سرمایه بود. دو صندوق درآمد ثابت اکسیر دوم و سهامی اکسیر اول برای سرمایه‌گذاران با ریسک‌پذیری مختلف در دسترس قرار گرفت تا افراد با اهداف و نیازهای متفاوت بتوانند در این طرح‌ها سرمایه‌گذاری

تعداد درخواست‌های مشاوره

۲۵,۴۷۴

تعداد کاربران

۷۰,۱۶۱

تعداد تراکنش‌های انجام شده

۱۴۹۸۰+

تعداد کاربران سنجش ریسک

۲۹,۰۳۰

تعداد مشاوره‌های سبدگردان

۶۶۷

فناوری‌های بیمه

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 به‌کارگیری دانش، تخصص، ابزارها و منابع در دست با طراحی مدل‌های کسب و کار حرفه‌ای، دقیق و مبتنی بر تجربه عمیق نقش پررنگ و سازنده‌ای در چرخه ارزش صنعت بیمه بر عهده گیرد و بستر خوبی برای تولید ارزش برای ذینفعان این صنعت و بازار بیمه ایجاد کند.

بیمه تجهیزات الکترونیک و دیجیتال که برای کاربران دیجی‌کالا پیاده‌سازی شده بود و بیمه تسهیلات اعطایی به کاربران خرید اقساطی دیجی‌پی، دو پروژه موفق بود که در سال ۱۴۰۱ در خط کسب‌وکاری بیمه پیاده‌سازی و اجرا شدند.

دیجی‌پی با هدف خلق ارزش و ایجاد تجربه لذت بخش از آسودگی خاطر میان ذی‌نفعان صنعت بیمه در سال ۱۴۰۱ به صورت رسمی وارد صنعت اینشورتک و فناوری‌های بیمه شد. هدف از این ورود ایجاد محصولی بود که برای طیف قابل توجهی از افراد جامعه به‌ویژه طبقه متوسط که اتفاقاً مخاطبان اصلی صنعت بیمه هم هستند، کاربردی و قابل استفاده باشد. داشتن یک بسته کامل بیمه‌ای شخصی‌سازی 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.

سر دیگر این موضوع شرکت‌های بیمه، نمایندگان و سایر بازیگران صنعت بیمه حضور دارند که دغدغه‌هایی متنوع و به حق همچون کسب نقدینگی و حفظ سودآوری پرتفوی بیمه‌ای و

تعداد بیمه‌نامه‌های صادر شده در سال ۱۴۰۱

۱۲۳,۰۶۹ بیمه‌نامه

ارزش بیمه‌نامه‌های صادر شده

۶ میلیارد تومان

گزارش سالانه دیجی پی | مرکز عملیات و خدمات مشتریان

مرکز عملیات

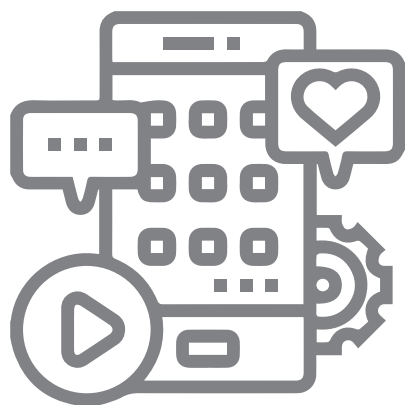
مرکز پشتیبانی و عملیات دیجی‌پی در سال ۱۴۰۱ با چالش‌های بسیاری دست‌وپنجه نرم کرد. افزایش تعداد درخواست‌کنندگان اعتبار خرید اقساطی، تعدد سرویس‌هایی که دیجی‌پی برای خدمات رسانی از آن‌ها استفاده می‌کند و تاثیر پایداری و کیفیت آن‌ها بر کیفیت خدمات دیجی‌پی، افزایش تعداد پذیرندگان و افزایش تعداد تماس‌های تلفنی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

رسانه‌های اجتماعی:

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

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

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



* میانگین نمره اعطا شده به کاربران پاسخ‌گو

۴.۲

تعداد کل تماس‌های ورودی

۵۰۰+ هزار تماس

تعداد کل چت‌های آنلاین

بیش از **۴۰۰ هزار** گفت‌وگوی آنلاین و پیام اینترنتی

میانگین مدت زمان پشت خطی کاربران

۲ دقیقه و ۱۴ 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 مسؤلیت‌های اجتماعی

آکادمی دیجی پی

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

راه‌اندازی آکادمی فین تک دیجی پی

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



نهمین نمایشگاه بانکداری الکترونیک و تحول دیجیتال

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



جذب سرمایه از بانک تجارت

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



رونمایی از همکاری دیجی‌پی و بانک ملت

همکاری با بانک ملت از مهم‌ترین اتفاقات در سال گذشته بود که منجر به جذب منابع مالی برای ارائه خدمات اعتباری به کاربران خرید اقساطی شد و ارتباط دیجی‌پی با بدنه بانکی کشور را نزدیک‌تر از گذشته کرد. این طرح با هدف بهره‌گیری از ظرفیت بالای فناوری‌های مالی از قبیل 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 فراگیری مالی و تسهیل دسترسی کاربران به اعتبارات خرد محقق شد. رونمایی از این همکاری طی رویدادی با حضور مدیران دو مجموعه و جمعی از خبرنگاران در تیرماه ۱۴۰۱ صورت گرفت.

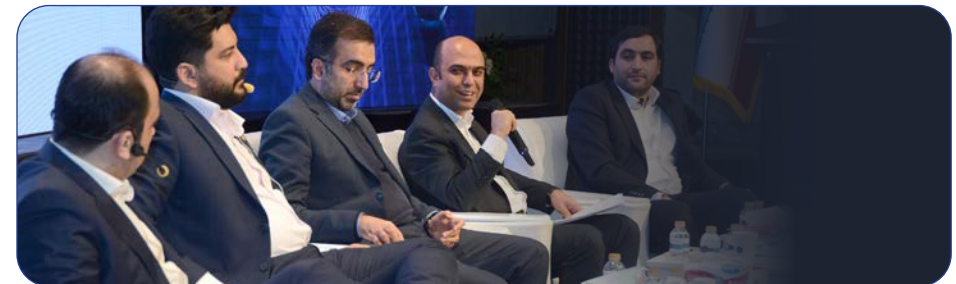
رویداد فیناپ با موضوع BNPL

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



نمایشگاه تراکنش ایران

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



رکورد ۲۹۷ میلیارد تومان اعتبار خرید اقساطی، در یک ماه

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



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



سخن پایانی

سومین گزارش عملکرد دیجی‌پی را در پایان سالی که همه ویژگی‌های یک سال پرتنش و پرچالش را برای همه کسب‌وکارها به ویژه کسب و کارهای دیجیتالی 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 دفاع از عملکرد یک‌ساله دیجی‌پی برای مخاطبان هوشمند و دقیق خود طراحی کنیم. این گزارش عملکرد دیجی‌پی را در سال ۱۴۰۱ مورد مطالعه قرار داده است.

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

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



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

www.mydigipay.com