

"Formula 1 yarışında pit-stop istasyonunuz"



**Ekonomi
Günlüğü**

Jülide
Yiğittürk
GÜRDAMAR

julide.yigitturk@dunya.com

Hızla değişen iş dünyası ve teknoloji, finans sektörünün adeta bir Formula 1 pistine dönüştürmüş durumda. Bu yüksek tempolu yarışta avantaj elde etmek, doğru zamanda doğru stratejik hamleleri yapmaktan geçiyor. Türkiye'nin ilk lisanslı dijital bankası Hayat Finans, tam da bu noktada devreye giriyor: Kendini bir dijital pit-stop istasyonu olarak konumlandırıyor ve müşterilerine bu yarışta sürdürülebilir bir hız, esneklik ve karar desteği sunuyor.

Temelleri 1937 yılında atılan, 7 milyar dolarlık varlık tabanıyla 17 ülkede faaliyet gösteren Hayat Holding'in finans sektöründeki yatırımı Hayat Finans Genel Müdürü Galip Karagöz, bu yaklaşımı şöyle özetliyor: "Teknoloji ve toplumun hızla değiştiği, risk ve fırsatların çok büyük bir hızla geldiği bir iş dünyasını Formula 1 yarışları gibi ele alıyoruz. Hayat Finans'ı, kullanıcılarımız için yarışın galibini belirleyen stratejik hamleleri yapan bir pit-stop istasyonu olarak düşünebilirsiniz." Karagöz, bu vizyona paralel bankanın yılsonu hedeflerini şimdiden yakaladığını ve kullanıcı sayısında hızlı bir artış yakaladıklarını altını çiziyor.

Galip Karagöz, sektörün hedeflerini DÜNYA'ya anlattı.

**Bankacılığın
geleceğini
yeniden
tanımlayacak**

Hayat Finans, holdingin reel sektör deneyiminden gelen miras ve empati yeteneği üzerine inşa edildi. İş dünyasını ve ihtiyaçlarını çok iyi bilen bir grubun parçasıyız. Kuruluş hikayemiz, Türkiye'de bankacılığın geleceğini yeniden tanımlama hedefiyle başladı. Bizim motivasyonumuz sadece bir banka kurmak değil; insanların hayatına dokunan, onları finansal ve toplumsal anlamda güçlendiren bir dijital ekosistem inşa etmektir. Bankamız, BDDK'nın tam 25 yıl sonra ilk kez bir Türk şirketine bankacılık lisansı vermesiyle başlayan yolculuğunu, daha şimdiden global bir markaya dönüştürmek üzere kurgulanmış durumda. Bizim şirketlerimizde öne çıkan üç ana değer var; girişimcilik,

1,3 milyon kullanıcıya ulaşan Türkiye'nin ilk lisanslı dijital bankası Hayat Finans, 10 milyon kullanıcıya ulaşmayı hedefliyor. Genel Müdür Galip Karagöz, "Dijitale sonradan uyum sağlamadık, dijitalin doğasında kurulduk" diyerek, KOBİ'lerin dijital dönüşümünde aktif rol üstlenmeye hazırlandıklarını söylüyor.

cesaret ve azim.

Geleneksel bankaların katlanmak zorunda olduğu büyük operasyonel maliyet kalemleri bizde bulunmuyor. Bu alanda sağladığımız maliyet avantajını kullanıcılarımıza yansıtıyor ve hiçbir temel bankacılık hizmetinden masraf almıyoruz. Tüketiciler daha hesaplı finansmana erişmeye, müşterilerimiz daha yüksek kâr payı almaya başladı. Biz bireysel bankacılığın yanı sıra ekonominin lokomotifleri KOBİ'lere önem vereceğiz. Onların da dijital dönüşümünü tamamlamayı hedefliyoruz. Finansal hizmetlere erişimin kolaylaştığı günümüzde daha önce banka hesabı olmayan milyonlarca kullanıcıyı sisteme dahil edebiliriz. Türkiye'de herhangi bir banka hesabına sahip olmayan yani finansal sistemde olmayan nüfus oranı yüzde 26. Bu her dört kişiden birinin bankacılık sistemine dahil olmadığı anlamına geliyor. Dijital bankaların

kurulması finansal kapsayıcılığı artıracak, tabana yayacak.

Türkiye'de 15 yaş üstü nüfusun dörtte biri hâlâ bankacılık sistemine dahil değil. Bizim için bu durum, yalnızca büyük bir pazar fırsatı değil, aynı zamanda önemli bir sorumluluk.

**"Bankacılığı
özellikle
geliştirmeye
geldik"**

Biz fiziksel ve zihinsel sınırları kaldırmaya, bankacılığın özgürleştirilmesini geldik. İnsan yaşamının kalitesini iyileştirmek için, nesnelerin interneti, yapay zekâ, büyük veri ve robotik gibi teknolojilerle büyük zorlukları ve sosyal sorunları çözebilen, sürdürülebilir biçimde kalkınan 'süper akıllı toplum' yani 'Toplum 5.0' idealini desteklemeye geldik. Kısaca biz, büyük ve hızlı teknolojik devrimlerin, toplumsal dönüşümlerin yaşandığı risk ve fırsatlarla dolu bir dünyada, herkes için finansal güvenlik, özgürlük, iğgörü ve refah üretmek için buradayız.

2024 yılsonunda olduğu gibi, 2025 Haziran döneminde de aktif büyüklüğüne göre Türkiye'nin en büyük dijital bankası konumunuza koruduk. 2024 yılsonunda 12,5 milyar TL olan aktif büyüklüğümüz 2025 yılı ilk 6 ayında %39,3 artarak 17,4 milyar TL'ye ulaştı. Sektörün üzerinde büyümeyi sürdür-

rürken, avantajlı ürün ve hizmetlerimizi daha fazla kullanıcıya ulaştırmak ve finansal kapsayıcılığı artırmak, 2025'in kalan döneminde ve 2026 yılında da en önemli önceliklerimiz arasında yer alacak.

**"Enerji projelerine
çözüm sunacağız"**

Paydaşlarımızın katılımıyla sürdürülebilirlik perspektifimizi güçlendiriyoruz. Bu perspektife uygun olarak finansal ürünler oluşturacağız. Kaynak oluştururken ve finansman kullandırılmamızda sürdürülebilirlik hedeflerimiz doğrultusunda hareket edeceğiz. Ülkemizin yenilenebilir enerji potansiyeli ve hedefleri çok yüksek, bizde bu hedeflere uygun finansal ürünler için çalışıyoruz. Sadece büyük enerji projeleri değil aynı zamanda küçük ve orta ölçekli işletmelerin enerji dönüşümü ve enerji verimliliği projeleri içinde ihtiyaçlarına çözüm sunmak istiyoruz.

"Modelimiz uzun vadeli referans noktası olacak"

Hayat Pay, finansal teknolojilerde yeni bir dönemin başlangıcını işaret ediyor diyoruz; çünkü hibrit iş modelimiz sayesinde, dijital cüzdan fonksiyonları ile sadakat programını tek bir platformda buluşturarak hem bireysel kullanıcılar hem de iş ortaklarımız için daha önce deneyimlenmemiş bir ekosistem yaratıyoruz. Ödeme ve ödüllendirme süreçlerini eş zamanlı olarak sunuyor olmamızla yeni bir dönemin kapılarını araladık. Hayat Pay'ın kilometre taşlarından biri de finansal kapsayıcılık ilkesi. Özellikle finansal sisteme tam olarak entegre olamamış kullanıcıların da bu ekosistemden faydalanabilmesini sağlayarak, finansal kapsayıcılığı artırma hedefliyoruz. Uzun vadede, modelimizin Türkiye'de finansal teknolojilerin gelişiminde ve kapsayıcı finans anlayışının yaygınlaşmasında bir referans noktası olacağına inanıyoruz.

"Sigorta çözümlerimiz ve FX platformumuz yolda"

Finans sektörünün süpermarketi vizyonumuz, kullanıcılarımızın tüm finansal ihtiyaçlarını tek bir dijital çatı altında, kapsamlı ve esnek bir ekosistem içinde karşılayabilmelerini ifade ediyor. Bu hedefe üç ana eksenle ilerliyoruz. Öncelikle, geniş ürün yelpazemizle yatırım, finansman ve mevduat alanında güçlü çözümler sunuyoruz; Avantajlı Hesap gibi yüksek kâr paylaşımı sağlayan ürünlerimiz ve tamamen dijital finansman modelimiz 'Bana Bunu Al' bunlardan bazıları. Yakında sigorta çözümleri, FX platformu ve yeni bireysel ürünlerle de yelpazeyi daha da genişleteceğiz. İkinci olarak, Hayat Pay uygulamamızla finansal sisteme adım atmamış kitleleri bankacılıkla tanıştırmayı; fintek iş birlikleri ve açık bankacılık entegrasyonlarıyla farklı hizmetleri tek platformdan erişilebilir kılmayı planlıyoruz. Üçüncü olarak ise, tüm bu hizmetleri şartsız masrafsız temel bankacılık işlemleri, 7/24 erişim ve tamamen dijital süreçlerle sunarak kullanıcının hayatına değer katan, zahmetsiz bir deneyim yaratıyoruz.



5 yılda 10 milyon kullanıcıya ulaşacak

Büyüme bizim için sadece kullanıcı sayısındaki artış değil; etki alanımızı ve kullanıcılarımıza sunduğumuz değer önerisini genişletmek anlamına geliyor. 2025 hedefimiz olan 1 milyon kullanıcıya Haziran ayında ulaştık. Bugün itibarıyla 1,3 milyon kullanıcıya geçmiş bulunuyoruz. Şimdi bu ivmeyle, kullanıcı sayımızı hızla artırırken sunduğumuz çözümleri de zenginleştirmeyi hedefliyoruz. Doğuştan dijital ve şubemiz bir banka olmanın getirdiği maliyet avantajını, kullanıcılarımıza masrafsız hizmet, yüksek getiri ve kolay erişim olarak yansıtıyoruz. Stratejilerimiz üç ana başlıkta şekilleniyor. Yapay zekâ destekli, kişiselleştirilmiş ve güvenli bankacılık deneyimi

sunmak; ürün ve hizmet çeşitliliğini her bireysel ihtiyaca yanıt verecek şekilde derinleştirmek; finansal ve tüketici ekosistemleriyle kurduğumuz iş birlikleriyle bankacılığın ötesine geçen hizmetler geliştirmek. İki yılda ulaştığımız 1,3 milyon kullanıcı, bu stratejimizin ilk somut başarısı oldu. Şimdi teknoloji ve kullanıcı odaklı vizyonumuzla, beş yıl içinde 10 milyon kullanıcıya ulaşmayı hedefliyoruz. Aynı zamanda önümüzdeki dönemde tüzel bankacılıkla sektördeki en kapsayıcı dijital ürün setine sahip banka olmayı ve iş ortaklıklarıyla ekosistemi sürekli genişleterek KOBİ'lerin büyümesinde en güçlü yol arkadaşı olmayı hedefliyoruz.

Pazara yeni oyuncuların girmesini bekliyoruz

Türkiye'de dijital bankacılık hızla büyüyor ve önümüzdeki dönemde pazara yeni oyuncuların girmesini bekliyoruz. Genç nüfus ve yüksek dijitalleşme oranı bu alanda ciddi bir potansiyel yaratıyor. Türkiye Bankalar Birliği'nin 2025 Mart verilerine göre, teklif edilmiş aktif dijital bankacılık kullanıcı sayısı bir yılda yaklaşık 6,8 milyon artarak 120 milyon üzerine çıktı. Benzer büyüme trendinin ülkemizde de devam edeceğini öngörüyoruz. Bankacılık sektörünün geleceği, dijital teknolojiler ve kullanıcı odaklı çözümler etrafında şekillenecek. Fintek iş birlikleri, inovasyonun bankalara

daha hızlı entegre olmasını sağlayacak. Yapay zekâ ve veri, kullanıcı deneyiminden risk yönetimine kadar kritik alanlarda dönüşüm yaratacak. Sürdürülebilir finans, yatırım ve ürün geliştirme stratejilerinde daha çok öne çıkarken açık bankacılık da üçüncü taraf hizmetlerle yeni iş modellerine kapı açacak. Sonuç olarak dijitalleşme ve fintek iş birlikleri bankacılık sektörünü daha hızlı, şeffaf ve müşteri odaklı hale getirirken, sürdürülebilir finans bu dönüşümde daha sorumlu ve uzun vadeli bir perspektif kazandırıyor. Bu üç faktör bir araya gelerek, bankacılık sektörünü daha dinamik, rekabetçi ve toplumsal fayda odaklı bir geleceğe taşıyor.

"Finansal ekosistemi yurt dışına taşıyacağız"

Uluslararası vizyonumuzun ilk adımı, Türkiye'de başarıyla kurduğumuz dijital bankacılık modelini olgunlaştırarak bölgesel ölçekte tekrarlanabilir hale getirmek. 4 temel alanda ilerlemeyi hedefliyoruz. Öncelikle, kendi geliştirdiğimiz dijital banka altyapısını regülasyonlara uyumlu şekilde farklı pazarlara adapte ederek ihraç edebileceğiz. İkinci olarak, yakın coğrafyada, Türkiye'ye benzer demografik yapıya ve finansal ihtiyaçlara sahip, katılım finansin gelişmekte

olduğu pazarlarda yerel finansal kuruluşlar ve finteklerle stratejik ortaklıklar kuracağız. Üçüncü olarak, Hayat Holding'in güçlü markaları ve ticari ağını kullanarak Türkiye'de oluşturduğumuz finansal ekosistemi yurt dışına taşıyacağız. Son olarak da Türkiye'de edindiğimiz dijital odaklı kullanıcı deneyimi bilgisini, global kullanıcıların beklentilerine uyarlayarak uluslararası kullanıcı tabanımızı büyüteceğiz.

Tarımsal Hülasalar

Mine
ATAMAN

mine.ataman@dunya.com



142 milyar dolarlık muzun geleceği tehlikede, tadımız kaçıyor

Business Research Company'ye göre 2029'da 161,37 milyar dolarlık büyüklüğe erişmesi beklenen uygun fiyatlı besleyici muzun geleceği iklim tehdidi altında. Kara Sigatoka ve Tropikal İrk 4 gibi hastalıklar Kolombiya, Peru gibi ülkelerde artıyor. Uzmanlara göre hastalığa çare bulunmazsa tedarik zincirleri çökebilir. Natur, "dünya muz ihracatının yüzde 80'ini karşılayan Latin Amerika ve Karayip-ler'de muz yetiştirmeye uygun alanların yüzde 60'ı 2080'e doğru yok olacak."

Muz kıtlığı

Bir milyondan fazla kişinin istihdam edildiği, küresel dördüncü büyük tarım ürünü olan muz, 400 milyon insanın günlük kalorilerinin yüzde 27'sini karşılıyor. Bölgesel sıcak hava dalgaları ani arz şokları ve fiyat sıçramalarına neden oluyor.

Tat hafızamız risk altında

ABD dünyanın en büyük baharat ithalatçısı yıllık 2 milyar dolarlık aroma pazarı risk altında. Brezilya'nın karabiberi, Madagaskar'ın vanilyası, Sri Lanka'nın tarçını dünyanın en büyük tatları hepsi kuraklık riski altında. İklimin yıkıcı etkisi dünyanın tat hafızalarını riske atıyor. Kahve, kakao, muz, domates, buğday gibi pek çok tarım ürünü sıcaklık, ısı değişimi kaynaklı istilacılarla ve hastalıklarla mücadele ediyor.

245, 2 milyar dolarlık kahve pazarı da tehlike altında

2023 ve 2024 yıllarında Batı Afrika'daki zayıf hasadın ardından bu yıl da Fildişi'nde kakao üretiminde yüzde 40 düşüş öngörüldü. Üreticilerin yüzde 70'i küçük aile çiftçileri, kahve göçleri pek yakında. Adaptasyon için çiftçiler kuraklığa daha dayanıklı Robusta'ya yöneliyor. Gençliğin damarlarındaki kan son yıllarda kahve şeklinde akıyor, Starbucks gibi markalar sosyal performans endeksinde hızla yükselen üreticiler inovatif çözümlerle kahveyi ve diğer lezzetleri tahtında tutmaya çalışıyor.

Soyadan kahve

Prefer, kırık pirinç, bezelye gibi daha düşük maliyetli, atık hammaddelerle kahve üretti. 212 Milyar dolarlık dünyanın en önemli tarım ürünlerinden soyadan şimdi de kahve yapıldı. Şirket soya kahvesine kafein özelliğini de ekleyerek, çözümü tarlada değil laboratuvarlarda yaparak iklime kafa tutuyor. Gerçek kahveye yüzde 40 oranında eklenen karışım kahve zincirlerinin maliyet kontrolü için önemli bir fırsat. Global Market'e göre 125 dolarlık dünya çikolata pazarı tehdit altında. Nestle, kakao meyvesinin yüzde 30'a kadar daha fazlasını işleyebilecek bir teknolojiyle çikolata verimini artıran bir patent duyurdu. Geleneksel çikolata yalnızca kakao kabuğunun içindeki çekirdeklerden yapılır. Yeni patent, kakao meyvesinin özü, plasenta ve kabuğunu da kullanıyor.

Mükemmel çikolatanın sırrı çözüldü

Bilim insanları etkin hammadde kullanımı, tat geliştirme gibi süreçleri yöneterek iklimin yıkıcı etkilerini azaltmaya çalışıyor. Nottingham Üniversitesi araştırmacıları, çikolataya tat veren mikrobiyal türleri ve fermentasyon Ph-sıcaklık kombinasyonlarını yapay zeka ile çözümlerle kontrolü bir fermentasyon planlaması yaparak mükemmel "fine-flavor" sırrını buldular. Mükemmel tat, mükemmel kaynak kullanımı, iklimle mücadelelenin bilimsel yolu.

Protein üretmede çığır açan keşiş

Elbette sadece kahve zor durumda değil, proteine ulaşmak her zamankinden daha zor. Böcekler, havadan protein, bitkisel protein derken bilim protein üretme teknolojilerinin devrimsel çalışmalarına imza atıyor. Scripps Research'te geliştirilen bir çalışma ile "süper proteinler 100 bin kat daha hızlı üretiliyor." Bilim insanları evrimi hızlandıran T7-O-RACLE'yi geliştirdi. Devrimsel teknoloji ile eskiden yıllar süren üretimler şimdi bir günde yapılabilir.

Tat hafızamız sıcaklara dayanıklı değil

Vanilya, tarçın, karabiber gibi onlarca baharatın tadı iklim tehdidi yanında Trump tarifeleri nedeniyle de kaçıyor. İnsanlık, uygarlığın yarattığı sahte bolluk yanlışlarına yaslanarak bilimden kopuyor, tat hafızamız çoraklaşıyor. Tarımla uygarlıklar inşa eden homopiensin açgözlü torunları Antroposen mezarlığına gömülmek üzere. Çırpındıkça batan insanlığın elinde malumattufurşarlardan emanet çorak tatlar, çöküşün acı tortusu, boş tabak, boş bardaklar.



Bizim için 'süpermarket' benzetmesi, sadece çok sayıda ürün sunmak değil her kullanıcıya kendi ihtiyacına uygun, kişiselleştirilmiş finansal çözümleri tek noktadan kolayca ulaştırmak demek.

