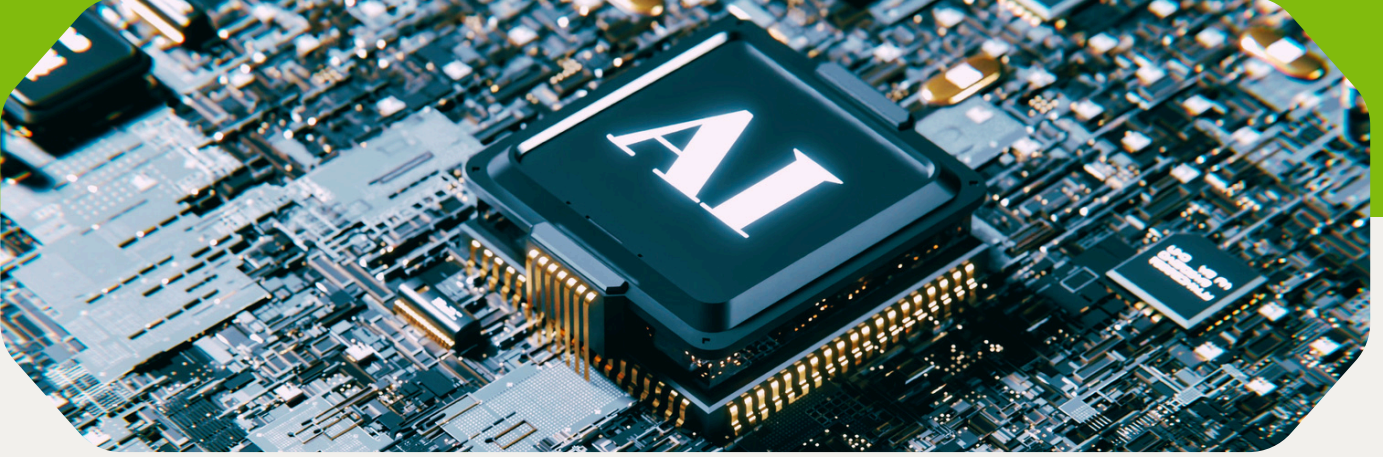


BÜLTEN

30 MART 2026



Üçüncü sayımızda yapay zekâ eksenindeki dönüşümü; girişimcilik ekosistemi, yatırım perspektifi, regülasyonlar, Avrupa ile ilişkiler ve güvenilir yapay zekâ uygulamaları çerçevesinde farklı açılardan ele alıyoruz.

Bu sayının açılışında, TRAngels Yönetim Kurulu Üyesi ve İletişim Komitesi Başkanı **Ebru Tan**, "Türkiye Yapay Zekâ Değer Zincirinin Neresinde?" başlıklı yazısında ülkemizin konumlanmasını değerlendiriyor. Model geliştirme, platform ve derin teknoloji konularında gelişim alanı bulunduğu dikkat çeken Tan; ülkemizin daha üst katmanlarda girişim çıkarabilmesi için araştırma kapasitesi, sabırlı sermaye, üniversite-sanayi iş birliği ve küresel vizyonun birlikte güçlenmesi gerektiğini vurguluyor.

Bültenimizin bu sayısında konuk yazarlarımız var . İletişim profesyoneli **Ahu Parlar**, yapay zekâ çağında iletişim dünyasının nasıl dönüştüğünü, ortaya çıkan yeni ihtiyaçları ve bu değişimin stratejik sonuçlarını tartışmaya açıyor.

Bir diğer konuğumuz uluslararası inovasyon danışmanlık şirketi TAGES CEO'su **Leyla Arsan**. Arsan yazısında, Türkiye'nin yapay zekâ ve inovasyon alanında Avrupa ile daha güçlü bağlar kurmasının neden kritik olduğunu anlatıyor; Horizon Europe, Digital Europe ve EU AI Act ekseninde girişimciler ve yatırımcılar için önemli fırsat alanlarına işaret ediyor.

Kurucu Ortaklarımızdan **Mustafa Alper**, SPK'nın nitelikli yatırımcı ve profesyonel müşteri düzenlemelerine ilişkin son değişikliklerini değerlendiriyor. Alper, yeni düzenlemenin özellikle yatırımcı statülerinin korunması ve süreçlerin dijitalleşmesi açısından neden önemli olduğunu bizler için özetliyor.

Ve her sayıda olduğu gibi girişimlerimizden yenilikleri paylaşmaya devam ediyoruz. Bu sayımızın konuğu **Co-one**. Yapay zekâ modellerinin ve ajanlarının gerçek hayatta ne kadar güvenilir çalıştığını ölçmeye odaklanan co-one; test, değerlendirme ve izleme kabiliyetleriyle kurumların yapay zekâyı daha güvenle devreye almasına katkı sağlıyor.

Başlıyoruz.

TRAngels İletişim Komitesi

Türkiye, Yapay Zeka Zincirinin Neresinde?

Yapay zekâ artık yalnızca yeni ürünler üreten bir teknoloji dalgası değil; ülkelerin ve girişim ekosistemlerinin teknoloji değer zincirindeki yerini yeniden tanımlayan bir dönüşüm alanı. TRAngels e-bülteninin bu sayısında yapay zekâyı kimin kullandığından çok, ülkemizin bu zincirin hangi seviyesinde değer ürettiği ve üretmesi gerektiğini değerlendirmek istiyoruz.



Ülkemiz girişim ekosistemi yapay zeka üretimi açısından ağırlıklı olarak uygulama katmanında konumlanıyor. Model geliştiren ya da platform kuran girişim sayısı çok sınırlı. Derin teknoloji ise yeni yeni güç kazanıyor.

Bu durum, ekosistemin bugüne kadar geliştirdiği yetkinliklerin bir sonucu olarak okunmalı. Türkiye hızlı ürün geliştirme, problem çözmeye odaklanma ve pazara çevik şekilde cevap verme konusunda güçlü bir refleks geliştirdi. Bu refleks, yapay zekâ alanında da spesifik kullanım senaryolarına odaklanan girişimlerin öne çıkmasına neden oldu. Artık, uygulama yoğunluğunun daha üst katmanlara nasıl taşınacağı konusunda odaklanılmalı. Daha fazla model geliştiren şirket, daha güçlü platformlar ve daha derin teknoloji girişimleri için yalnızca teknik yetenek değil, araştırma kapasitesi, sabırlı sermaye, üniversite-sanayi iş birliği ve küresel vizyon gerekiyor.

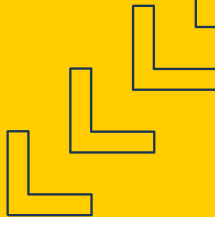
Türkiye'nin yapay zekâ alanındaki fırsatı yalnızca çok sayıda girişim çıkarmakta değil, bu girişimlerin zaman içinde daha yüksek katma değerli teknoloji katmanlarına geçebilmesinde yatıyor.

TRAngels melek yatırımcıları açısından sadece "yapay zeka kullanıyor olmak" yeterli değil. "Bir girişim, değer zincirinin hangi katmanında yer alıyor? Burada kalıcı bir avantaj nasıl üretebilir ve zamanla katma değerli bir pozisyona geçebilir mi?" sorularının yanıtları daha kritik.

Ülkemizin önünde gerçek bir fırsat penceresi olduğuna inanıyoruz. Uygulama katmanındaki bu potansiyel, doğru yönlendirilirse daha güçlü platformlar ve daha fazla derin teknoloji girişiminin gelişimine zemin hazırlayabilir. Girişimlerin daha uzun vadeli teknoloji inşasına cesaret etmesinin yanı sıra yatırımcıların da bu yolculuğu destekleyecek yeni değerlendirme çerçeveleri geliştirmelerini diliyoruz.

Ebru Tan

TRAngels Yönetim Kurulu Üyesi ve İletişim Komitesi Başkanı



Yüksek Hızlı Trenler Sessiz Şirketleri Beklemez



Start-up'lar hız sever. Yatırımcılar büyümeyi... Herkes arzulanan ürünü sever. Kimse iletişimi sevmez. En azından henüz. Sorun tam da bu.

Gartner diyor ki: PR bütçeleri ikiye katlanacak. Chatbot'lar iç iletişimi devralacak. "Narrative intelligence", itibarın savunma sistemi olacak. Yani "iyi olur" değil—zorunlu. Ama hâlâ çoğu yatırımcı/sermayedar, iletişimi yolun sonunda yazılan bir basın bülteni gibi görüyor. Oysa değil. İletişim, yolun kendisi.

Korn Ferry'ye göre Fortune 500 şirketlerinin neredeyse yarısında iletişim direktörleri artık doğrudan CEO'ya bağlı. Neden? Çünkü itibar artık sonuç değil, stratejinin ta kendisi. Ve iletişimi yapılmayan bir strateji yoktur. Zayıf değildir. Yetersiz değildir. Yoktur.

Bugünün gerçeği daha sert: iletişim artık mesaj değil, algı tasarımıdır.

Sonsuz uyarana maruz kalan bir dünyada önemli olan ne ürettiğin değil, nasıl anlattığın ve anlaşıldığıdır.

Her şirket artık krizden yalnızca bir tweet uzakta. Her şirket sahibi bir kamu figürü. Her sessizlik ise mesaj.

Bu arada yapay zekâ her şeyi hızlandırıyor: kararları, dağıtımı, hatta yanlış anlaşılmayı.

Paradoks şu: Teknoloji ne kadar akıllıysa, iletişim o kadar insani olmak zorunda.

Netlik. Güven. Bağlam.

Bunlar artık "yumuşak beceri" değil—altyapı.

"Hikâyeyi sonra düzeltiriz" diyorsanız, o fırsat gelmeyebilir. Çünkü piyasa beklemez. Anlatı beklemez. Ve tren hiç beklemez.

Hızlı inşa edin. Ama daha hızlı iletişim kurun.

Ahu Parlar
İletişim Profesyoneli

EKOSİSTEMDEN

Yapay Zekada Fırsatları Yakalamak için İş Birliği Şart

Yapay zekâ ile ilgili olarak ülkemiz girişim ekosisteminde yaşanan gelişmeler, bu alanda çalışan girişimciler, yapılan yatırımlar ve sağlanan destekler son derece değerli. Ancak yapay zekâ artık yalnızca teknolojik bir yenilik alanı değil; küresel güç dengelerini etkileyen stratejik bir başlık haline gelmiş durumda. Bu nedenle ne tek bir girişimcinin ne de tek bir ülkenin bu dönüşümü tek başına yönlendirmesi kolay görünüyor. öyle bir tabloda, çok değerli girişimcilerimize ve ekosistemimize rağmen inovasyonda arzu edilen hızda ilerleyemiyoruz.



Leyla Arsan
TAGES - CEO

Mevcut yatırımlar ve destekler de henüz yeterli düzeyde değil. Çünkü inovasyon için yalnızca yerel düşünmek değil, küresel ölçekte hareket edebilmek gerekiyor.

Bugün artık “glocal” kavramının da geride kaldığını düşünüyorum. Yerelde kalan en önemli unsur, yetkin girişimciler ve onları küresel iş birlikleriyle destekleyecek vizyoner ekosistem paydaşlarıdır. Belki Amazon gibi küresel ölçekte tekelleşmiş dijital altyapılara kısa vadede doğrudan etki edemeyiz; ancak inovasyonda ileri sıçrama yapabilecek nitelikte girişimcilerimizin önünü açmamız mümkün.

Günümüzde pek çok vizyoner şirket, “AI-driven company” olma hedefiyle iş süreçlerini yeniden tasarlıyor. Yapay zekâ girişimcileri de artık çok disiplinli bir yaklaşımla farklı sektörlerde, uzmanlık alanlarında ve endüstrilerde inovasyonu hedefliyor. Ancak bu ivmeyi hızlandırmak için stratejik ve uygulamaya hazır adımlar atılması gerekiyor. Avrupa Birliği, 2003 yılından bu yana bu alanda önemli bir iş birliği zemini sunuyor. Horizon Europe ve Digital Europe gibi programlar aracılığıyla Ar-Ge ve inovasyon projelerine katılım sağlamamızın ve bu alanlarda önemli kazanımlar elde etmemizin payı büyük. Bununla birlikte, girişimcilerimizi de kapsayacak şekilde bu programlardan daha etkin yararlanabilmek için kamu, özel sektör, yatırımcılar ve ekosistem paydaşlarının birlikte hareket etmesi gerekiyor.

Avrupa'nın tek bir ekonomik güç olarak sermaye birikimini kendi içinde korumak ve Çin ile ABD gibi büyük ekonomik güçlerin Avrupa pazarındaki etkisini sınırlamak amacıyla oluşturduğu European Digital Single Market yapısına Türkiye olarak zamanında gerekli ölçüde entegre olmadık. Bu nedenle bugün, Amerika ve Çin ile aynı kategoride değerlendirilirken çoğu zaman yalnızca tüketici konumunda kalıyoruz.

EKOSİSTEMDEN

Elbette bazı olumlu gelişmeler de var. Son dönemde, yalnızca üreticilerin değil yapay zekâ geliştiricilerinin de dahil olabildiği “Made in Europe” yaklaşımına katılım yönünde adımlar atıldı. Ancak bu tek başına yeterli değil. Kısa vadeli gelirleri, uzun vadede yaratılacak stratejik değer önüne koymayan; tekeli yaklaşımlar dışında çözüm üretebilen bir ekosisteme ihtiyacımız var. Türkiye’nin Digital Europe ile ilişkisini daha güçlü bir seviyeye taşıması ve bu alandaki konumunu net biçimde güçlendirmesi gerekiyor.

Yapay zekâ, Türkiye için artık kritik bir mesele haline geldi. Çünkü EU AI Act’e dahil olmamız ve aynı zamanda Avrupa Birliği ile veri paylaşımı ve güvence mekanizmaları konusunda tam uyumlu bir çerçevenin henüz oluşmamış olması hem Digital Europe hem de Horizon Europe kapsamındaki bazı projelerde Türkiye’nin dışarıda kalmasına yol açıyor. Bugün etik, eğitim, üretim, enerji, döngüsel ekonomi, yapay zekâ fabrikaları, kuantum teknolojileri, yüksek başarımlı hesaplama, demokrasi ve sosyal kapsayıcılık gibi birçok başlıkta inovasyon artık EU AI Act ekseninde şekilleniyor.

Üstelik bu alan yalnızca AI Act ile sınırlı değil. EU Governance Act ve EU Interoperability Act gibi tamamlayıcı düzenlemeler de yürürlüğe girmiş durumda ve Avrupa’daki kurumlar çalışmalarını bu mevzuat çerçevesinde yürütüyor. Bu nedenle Türkiye’nin EU AI Act’e dahil olması, yalnızca mevzuat uyumu açısından değil; inovasyon ağlarına erişim, proje ortaklıkları kurma ve küresel rekabet gücünü artırma bakımından da son derece önemli.

Türkiye hâlâ Avrupa Birliği dışında konumlanan bir pazar olarak görülüyor. Bunun aşılması için gerekli adımların hızla atılması, AB ile daha güçlü entegrasyon hedefiyle hareket edilmesi ve ülke kaynaklarının daha yüksek katma değer yaratacak biçimde değerlendirilmesi gerekiyor. Ancak bu sayede küresel düzeyde rekabet gücü elde edebilir ve ekonomimizi daha güçlü hale getirebiliriz.

Biz TAGES olarak 24 yıldır bu hedef doğrultusunda çalışıyoruz. Ancak bundan sonra daha güçlü iş birliklerine ve daha kararlı bir siyasi iradeye ihtiyaç olduğu açık.

Bir sonraki yazımda, yapay zekâ alanında Avrupa Birliği’nde izlenen stratejileri, yürütülen projeleri ve Türkiye’nin hangi alanlarda yer alması halinde inovasyonda daha güçlü ve daha hızlı ilerleyebileceğini ele alacağım.

Leyla Arsan

TAGES - CEO

www.tages.biz

KURUMSAL İLİŞKİLER

Nitelikli Yatırımcı ve Profesyonel Müşteri Düzenlemesinde Yeni Dönem

Sermaye Piyasası Kurulu'nun son dönemde aldığı kararlar, yatırım dünyasında özellikle nitelikli yatırımcı ve profesyonel müşteri statülerine ilişkin önemli bir değişimi beraberinde getirdi. Önce, 19 Aralık 2025 tarihli SPK Bülteni ile, yeni "nitelikli yatırımcı" olmak isteyen yatırımcılar için aranan finansal varlık eşiği 1 milyon TL'den 10 milyon TL'ye yükseltildi. Bunun yanında, belirli şartları taşıyan yatırımcıların "Talebe Dayalı Profesyonel Müşteri" statüsüne geçebilmesinin de önü açıldı. Bu statü için yatırımcıların aşağıdaki üç koşuldan en az ikisini sağlaması gerekiyor.



Mustafa Alper
TRAngels - Kurucu Ortak

Kriter	Açıklama
İşlem Hacmi ve Adedi	Son 1 yıl içinde, her 3 aylık dönemde en az 5 milyon TL hacminde ve en az 10 adet işlem gerçekleştirmiş olmak
Finansal Varlık Büyüklüğü	Nakit mevduat ve sermaye piyasası araçları dahil toplam finansal varlıkların 10 milyon TL'yi aşması
Mesleki Deneyim	Finans alanında üst düzey yönetici olarak en az 2 yıl görev yapmış olmak veya sermaye piyasalarında en az 5 yıl uzman personel olarak çalışmış olmak

Burada iki kavramı birbirinden ayırmak önemli. Profesyonel müşteri, kendi yatırım kararlarını verebilecek ve üstlendiği riskleri değerlendirebilecek bilgi, tecrübe ve uzmanlığa sahip yatırımcıyı ifade eder. Nitelikli yatırımcı ise mevzuatta belirlenen finansal eşiklere ulaşan ya da ilgili düzenlemelerde tanımlanan kurum ve kişileri kapsayan daha geniş bir gruptur. Bu nedenle her profesyonel müşteri nitelikli yatırımcı sayılabilir; ancak her nitelikli yatırımcı profesyonel müşteri değildir.

Bu ayırım neden önemli? Çünkü nitelikli yatırımcılar, standart yatırımcılara açık olmayan bazı yatırım araçlarına erişebilir. Özel fonlar, hedge fonlar, belirli türev ürünler ve halka arz öncesi menkul kıymetler bu kapsama girer. Dolayısıyla bu statü, yatırımcılara yalnızca bir unvan değil, daha geniş bir yatırım evrenine erişim imkânı sunar.

Asıl önemli gelişme ise SPK'nın 10 Mart 2026 tarihli ve i-SPK.37.8 sayılı kararı ile geldi. Bu karar, hem uygulamadaki bazı belirsizlikleri giderdi hem de yatırımcı süreçlerinde ciddi bir kolaylık sağladı. En dikkat çekici değişikliklerden biri, yatırımcının bu sıfatı kazandıktan sonra portföy büyüklüğünün yasal eşiklerin altına düşmesi durumunda da statüsünü koruyabilmesi oldu.

Bugüne kadar yatırımcılar açısından en büyük soru işaretlerinden biri şuydu: Piyasadaki sert dalgalanmalar, değer kayıpları ya da nakit çekimleri nedeniyle portföy büyüklüğü sınırın altına inerse, nitelikli yatırımcı statüsü kaybedilir mi? Yeni kararlar birlikte bu endişe büyük ölçüde ortadan kalktı. Artık yatırımcı, gerekli şartları bir kez sağlayıp bu statüyü kazandıktan sonra, sonradan yaşanabilecek piyasa hareketleri nedeniyle otomatik olarak bu hakkını kaybetmeyecek.

Bu değişiklik özellikle volatil piyasalarda işlem yapan yatırımcılar için önemli bir süreklilik güvencesi anlamına geliyor. Başka bir ifadeyle, piyasa dalgalanması nedeniyle statü kaybı yaşama riski azaldıkça yatırımcı da portföyünü kısa vadeli streslerle değil, daha sağlıklı ve uzun vadeli bir bakış açısıyla yönetebilecek.

Kararın ikinci önemli boyutu ise dijitalleşme oldu. Nitelikli yatırımcı veya talebe dayalı profesyonel müşteri statüsü için gereken beyan ve belgelerin artık elektronik ortamda iletilebilmesi mümkün hale geldi. Böylece şubeye gitme, fiziksel evrak hazırlama ve manuel süreçler büyük ölçüde ortadan kalktı.

Bu değişiklik, yalnızca yatırımcı tarafında kolaylık sağlamakla kalmıyor; aynı zamanda aracı kurumlar ve yatırım kuruluşları için de operasyonel süreçleri sadeleştiriyor. Yeni düzenlemeyle birlikte kurumlar, profesyonel müşterilerde olduğu gibi nitelikli yatırımcı belgelerini de talep etmek ve dijital olarak saklamakla yükümlü hale geldi. Bu da daha sistematik, daha izlenebilir ve daha hızlı bir işleyiş anlamına geliyor.

Sonuç olarak SPK'nın 10 Mart 2026 tarihli kararı, sermaye piyasalarının işleyiş açısından teknik gibi görünse de etkisi oldukça somut. Bir yandan yatırımcıların statü kaybı korkusunu azaltıyor, diğer yandan yatırım süreçlerini dijitalleştirerek erişimi kolaylaştırıyor. Bu nedenle söz konusu düzenleme, yalnızca operasyonel bir rahatlama değil; aynı zamanda yatırımcı deneyimini iyileştiren ve piyasaların derinleşmesine katkı sunan önemli bir adım olarak değerlendirilebilir.

Mustafa Alper

TRAngels - Kurucu Ortak ve Kurumsal İlişkiler Komite Başkanı

GİRİŞİMLERİMİZDEN

Co-one, yapay zekâ modellerinin gerçek hayatta ne kadar güvenilir çalıştığını ölçmeye odaklanıyor. Özellikle büyük dil modellerinde görülen hata, halüsinasyon ve güvenlik risklerini test ederek kurumların bu sistemleri daha güvenle canlıya almasına yardımcı oluyor.



Co-one, YZ altyapısı, MLOps, veri yönetimi ve kurumsal yazılım alanlarının kesişiminde konumlanıyor. Odaklandığı temel alan ise, yapay zekâ sistemlerinin test edilmesi ve performanslarının düzenli olarak değerlendirilmesi.

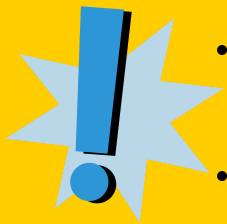
Bugün yapay zekâ alanındaki en büyük sorunlardan biri, modellerin demo ortamında iyi görünmesine rağmen gerçek kullanımda beklenmedik hatalar verebilmesi. **Co-one**, geliştirdiği AI Lab platformu ile bu soruna çözüm sunuyor. Platform, yapay zekâ ajanları ve chatbotlar için farklı test senaryoları oluşturarak sistemleri canlıya alınmadan önce zorlu koşullarda deniyor; canlıdaki performansı da takip ederek kalite düşüşlerini raporluyor.

Şirketin öne çıkan iş birliklerinden biri, **Garanti BBVA** ile yürüttüğü çalışma. **Co-one**, bankanın yapay zekâ tabanlı asistanı **Ugi** için model değerlendirme ve dönüşüm süreçlerinde rol alıyor. Bu iş birliği, özellikle güvenlik ve doğruluk beklentisinin yüksek olduğu bankacılık alanında önemli bir referans niteliği taşıyor.

Yakın zamanda **Co-one**, hem Estonya'da hem de TÜBİTAK desteğiyle Türkiye'de yeni Ar-Ge fonları aldı. Aynı dönemde AI Lab ürününün lansman sürecini başlattı ve Körfez Bölgesi ile Doğu Avrupa'da yeni stratejik iş birlikleri geliştirdi. Ayrıca **Co-one**, görünürlük tarafında yeni bir adım attı ve AI Lab Beta programını duyurdu. Bu program kapsamında ekipler, yapay zekâ ajanlarını platforma giriş yapmadan ücretsiz şekilde test edebiliyor.

Free Audit for AI Agents:
<https://try.co-one.co/>

Önümüzdeki Dönem



- AI Lab'i yayına almak ve Avrupa'da, özellikle İngiltere'de ilk 5 kurumsal müşteriye ulaşmak.
- Büyüme tarafında ise ürün odaklı bir model benimseyerek, geliştiricilerin platformu self-servis şekilde kullanabileceği bir modelle küresel ölçekteki yapay zeka ekiplerine erişmek.
- **Co-one**, özellikle Avrupa ve ABD'de büyük ölçekli yapay zekâ dönüşüm projeleri yürüten şirketlerle bağlantı, stratejik iş birlikleri ve küresel açılım desteği.