



Malezya, dinamik ekonomisi ve dijital teknolojiler için gelişmiş altyapısı nedeniyle Güneydoğu Asya'da e-ticaret için cazip bir pazardır. 34,1 milyon nüfusa sahip¹ Malezya'nın gayrisafi yurt içi hasılası 2024 yılında 422,2 milyar dolar seviyesinde gerçekleşmiş olup, 2025 yılında 444,98 milyar ABD doları² seviyesinde gerçekleşmesi beklenmektedir. Malezya'da internet kullanım oranı %97,3³ ve sosyal medya kullanıcılarının nüfusa oranı %70,2'dir⁴.

Ülkede 2024 yılında 10,7 milyon kişinin yaptığı çevrimiçi alışveriş hacmi 16 milyar ABD doları seviyesine ulaşmıştır⁵. Bu rakamın 2030 yılında 11,61 milyon kişiye⁶ ve 25 milyar ABD doları⁷ seviyesine ulaşması beklenmektedir. Malezya'da aktif internet kullanıcılarının %70,8'i⁸ çevrimiçi alışveriş tercih etmektedir.

Statista tarafından, Malezya'nın e-ticaret pazarı değerinin 2024 yılında 6 milyar ringitt artışla 50,3 milyar ringitte ulaştığı⁹ belirtilmiştir. Ekim 2024'te Malezya İstatistik Ofisi tarafından yayınlanan verilere göre, 2023 yılında Malezya'nın GDP'sinin %13,6'sını e-ticaret oluşturmuştur.

Emarketer tarafından yapılan bir araştırma¹⁰, 2024'te perakende e-ticaret satış büyümesine göre lider ülkeler arasında Malezya %17,8 ile Filipinler ve Hindistan'dan sonra 3. sırada yer almıştır.

Malezyalıların %46'sı, 2024'ün ilk 6 ayında (Ocak-Haziran) bir e-ticaret platformundan alışveriş yapmış olup bu oran, bir önceki yıla (2023) kıyasla %7 artmıştır. Bu kapsamda Malezyalıların yaklaşık yarısı artık e-ticaret platformlarından alışveriş yapmakta olup, artan güven yüksek değerli ürünlerin daha fazla satın alınmasına yol açmaktadır.

Elektronik ürünler, giyim, kişisel bakım ürünleri ve ev tekstili Malezya'da en çok e-ticareti yapılan tüketim malları olarak karşımıza çıkmaktadır. Malezya'nın çevrimiçi alışveriş yaptığı bazı önemli denizaşırı pazarlar arasında Çin, Singapur, Japonya, Amerika Birleşik Devletleri ve Güney Kore bulunmaktadır.

Global Payments Report 2024'te verilen bilgilere göre, Malezyalı tüketiciler, internet alışverişlerinde %37 A2A(hesaba havale), %25 Dijital Cüzdan, %17 Kredi Kartı ve %9 Banka Kartı, %4 Şimdi Al Sonra Öde ve %7 Kapıda Nakit ödemesi şeklinde ödeme yöntemlerini tercih etmektedir.¹¹

Malezya Hükümeti'nin (Malaysia Digital Economy Corporation-MDEC) e-ticaret alanında uyguladığı en önemli program NESR olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kapsamda, 2017-2020 yıllarında Ulusal E-ticaret Stratejisi Yol Haritası (NESR 1.0) uygulamaya konulmuştur. Proje kapsamında Ulusal E-Ticaret Konseyi kurulmuş olup, konseyin başkanlığını Yatırım, Uluslararası Ticaret, Sanayi (MITI) Bakanı

¹ <https://open.dosm.gov.my/dashboard/population>

² T.C. Ticaret Bakanlığı <https://www.imf.org/external/datamapper/profile/MYS>

³ <https://www.statista.com/statistics/975058/internet-penetration-rate-in-malaysia/>

⁴ <https://datareportal.com/reports/digital-2025-malaysia>

⁵ <https://www.statista.com/statistics/647645/southeast-asia-ecommerce-market-size-country/>

⁶ <https://www.statista.com/statistics/1351255/malaysia-number-of-e-commerce-users/>

⁷ <https://www.statista.com/statistics/647645/southeast-asia-ecommerce-market-size-country/>

⁸ <https://www.statista.com/statistics/1484845/malaysia-share-of-people-purchasing-on-e-commerce/>

⁹ <https://tproxy.ticaret.gov.tr:2113/statistics/770042/e-commerce-market-value-malaysia/>

¹⁰ https://www.linkedin.com/posts/zdwigder_ecommerce-latam-activity-7245409727902359552-wE-_/

¹¹ <https://offers.worldpayglobal.com/rs/850-JQA-856/images/GPR25.pdf>

yürütmüştür. 2021-2025 döneminde ise NERS 2.0 uygulanmaktadır. NERS ¹²2.0 kapsamında,1,65 trilyon RM E-ticaret Pazar büyüklüğüne ulaşılması hedeflenmektedir. NERS 2.0 kapsamında, Başbakan başkanlığında Bakanlıklar arasındaki koordinasyon ve iş birliğinin sağlanabilmesi için National Digital Economy and 4IR Council (MED4IRN) kurulmuştur. MED4IRN altında ise, MITI Genel Sekreter Yardımcısı ve MDEC Ceo'su başkanlığında National E-Commerce Strategic Roadmap Taskforce bulunmaktadır.

NERS 2.0, e-ticareti benimseyen kullanıcı sayısının artırılması, ekosistemin geliştirilmesi ve ilgili politika ve düzenlemelerin güçlendirilmesi olmak üzere 3 temel ilkeye dayanmakta ve nihai olarak KOBİ'lerin gerçekleştirdiği e-ihracatın artırılması hedeflenmektedir.

NESR, 2017 yılından bu yana ülke çapında iş birliği yaklaşımıyla yürütülmekte ve yıllar içinde büyüme kaydederek, e-ticareti GSYİH'ye katkısının 2015'teki %7,6'dan (89 milyar RM) 2023'te neredeyse iki katına (248 milyar RM) çıkmasıyla kayda değer bir büyüme kaydetmiştir. 2024 yılı itibarıyla ise, e-ticaret işlemlerinin toplam geliri 1.228,4 Milyar RM'ye, 2016-2024 yılları arasında e-ticareti benimseyen KOBİ'lerin toplam sayısı 2.425.874'e, 2017-2024 yılları arasında e-ticaret yoluyla ihracat yapan işletmelerin toplam sayısı 277.233'e ulaşmıştır. Yol haritası kapsamında Malezya'nın e-ticaret pazarı 2023 yılında 300 milyon dolara (1.136 milyar RM) ulaşırken, 2025 için 400 milyon dolar olması (1.650 milyar RM) hedeflenmektedir. Ayrıca, 2016-2023 yılları arasında 1,51 milyon KOBİ e-ticarete yönelerek 2016-2025 hedefi olan 875.000'i ve 2017-2023 yılları arasında ise 215.733 işletme e-ticarete katılarak 2025 hedefi olan 84.000'i aşmıştır.¹³

Malezya Hükümeti tarafından yürütülmekte olan ve NESR'de de yer verilen, MyDIGITAL dijital dönüşüme yönelik ulusal bir girişim ve Malezya Dijital (MD) ise, Malezya'da teknoloji girişimlerinin teşvik edilmesi için kurgulanmış olup, dolaylı olarak ülkede e-ticaret ekosisteminin gelişmesine destekleyecek teknoloji altyapıya yönelik girişimlerine kapsamaktadır.

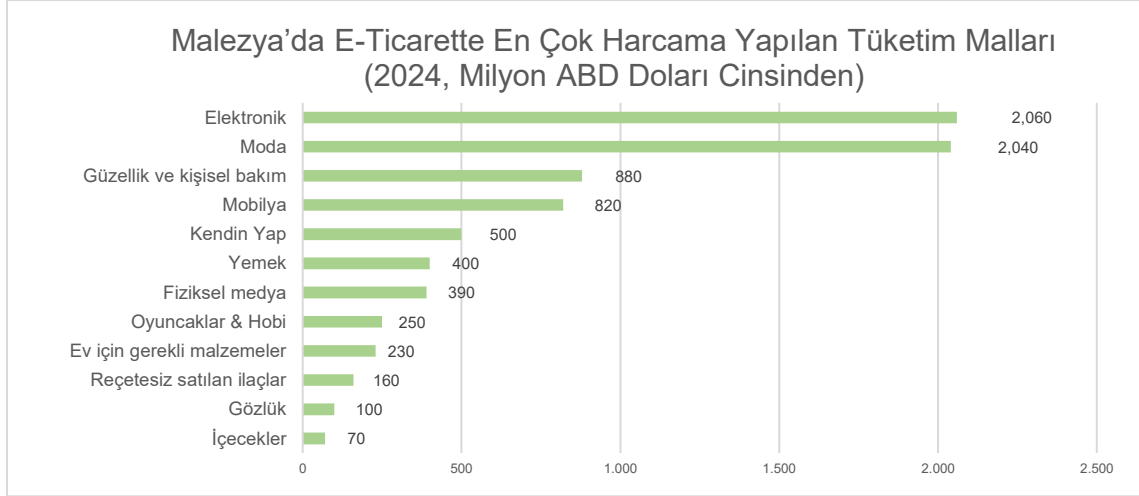
Malezya Teknoloji Parkı (TPM), 1996 yılında Bilim, Teknoloji ve İnovasyon Bakanlığı (MOSTI) bünyesinde kurulan devlete ait bir teknoloji parkıdır. 2021 yılında Malezya Teknoloji Parkı (TPM), MRANTI olarak yeniden isimlendirilmiştir. Kuala Lumpur, Bukit Jalil'de bulunan ve 700 dönümlük bir alana yayılan park, e-ticareti de içerdiği teknoloji tabanlı endüstrilerin büyümesini desteklemektedir. Park, Ar-Ge olanakları, ticarileştirme desteği, kuluçka hizmetleri ve finansman ve ağlara erişim sunmaktadır. Ayrıca, inovasyonu, iş birliğini ve teknoloji transferini teşvik etmek için seminerler, sergiler ve konferanslar gibi etkinliklere ev sahipliği yapmaktadır. MRANTI, araştırmanın laboratuvarından pazara taşınmasına yardımcı olan bir teknoloji ticarileştirme hızlandırıcısı olarak hizmet vermektedir. Bu, yapay zeka destekli pazarlama araçları, lojistik çözümleri veya ödeme platformları gibi e-ticarete kullanılabilecek ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini de içermektedir. <https://mranti.my/>

Malezya'da e-ticarete en çok karşılaşılan sorunlardan biri çevrimiçi ödeme dolandırıcılığı olarak karşımıza çıkmakta ve bu nedenle kullanıcılar yoğun şekilde kapıda ödeme imkanını tercih etmektedir. Online-to-offline (O2O) yöntemi de, özellikle büyük e-ticaret pazar yerlerinde dolandırıcılığa bir çözüm olması amacıyla uygulanabilmektedir. Çevrimiçi-Çevrimdışı (O2O) stratejisi, müşterilerin çevrimiçi alışverişle ürünlerini rezerve ettirmelerine ve fiziksel mağazalardan teslim alarak satın alma işlemlerini tamamlamalarına olanak tanımaktadır. Bu, alışveriş türü ayrıca mağazaları yerel merkezler olarak kullanarak nakliye süresini ve maliyetlerini azaltarak lojistiği optimize etmekte ve iade oranlarını düşürmeye yardımcı olmaktadır. Ancak O2O, çalıntı kartların çevrimiçi siparişler için kullanılıp uygun doğrulama yapılmadan mağazadan teslim alınabildiği "çevrimiçi satın al, mağazadan

¹² <https://mdec.my/nedr>

¹³ <https://mdec.my/static/pdf/nedr/NESR%202.0%20Final%20Report.pdf>

teslim al" (BOPIS) modellerinde ödeme dolandırıcılığı gibi dolandırıcılık risklerini artırmakta, bunun önlenmesi için işletmelerin teslim alma sırasında kimlik ve ödeme yöntemlerini doğrulamaları önem taşımaktadır.



Kaynak: Statista (2024)¹⁴

Grafikte yer alan verilere göre, 2024 yılında Malezya'da e-ticaret üzerinden en çok harcama yapılan tüketim malları kategorisinde elektronik ürünler (2.060 milyon ABD doları) ve moda ürünleri (2.040 milyon ABD doları) olmuştur. Bu iki kategori, toplam e-ticaret harcamalarının büyük kısmını oluşturmakta olup, Malezya'da teknolojiye ve giyime olan yüksek tüketici eğilimini açıkça yansıtmaktadır.

Bunları sırasıyla güzellik ve kişisel bakım ürünleri (880 milyon USD), mobilya (820 milyon USD) ve kendin yap (DIY) ürünleri (500 milyon USD) takip etmektedir. Bu eğilimler hem estetik tüketim hem de ev içi yaşam alanına yapılan yatırımın dijital ticaret üzerinden sürdüğünü göstermektedir.

5.17.1. PAZARYERLERİ VE ÖZEL GÜNLER

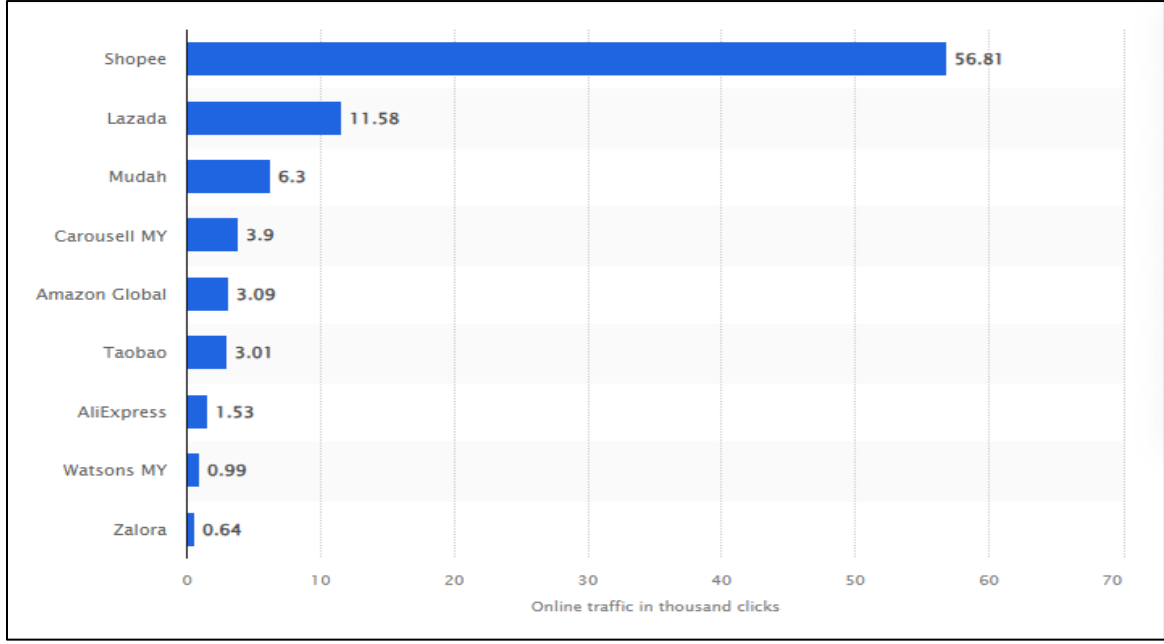
Ülkede faaliyet gösteren e-ticaret pazar yerleri arasında yer alan Shopee, PGMall, Lazada ve Zalora en çok tercih edilen çevrim içi pazar yerleridir. AEON, ISETAN ve Parkson ise çoklu kanallara sahip önemli zincir mağazalardır.

Çin Yeni Yılı İndirimi, Raya İndirimi, Noel İndirimi, Anneler Günü, Babalar Günü, Kadınlar Günü, Sevgililer Günü, Ulusal Gün, Tek Günlük İndirimler "11.11" "12.12" (11 Kasım ve 12 Aralık), Kara Cuma kapsamında kampanyalar ve alışveriş festivalleri düzenlenmektedir.

Malezya'daki çok kanallı mağazalar, alışveriş deneyimini hem fiziksel hem de çevrimiçi ortamlarda sunarak müşteri ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Senheng, Best Denki and Harvey Norman elektronik, Lotuss Stores Malaysia gıda ve günlük ürünler, Parkson ve Metrojaya moda ve yaşam tarzı ürünleri, Al-Ikhsan Sports ve Sports Direct ise spor malzemeleri ve giyim alanlarında öne çıkmaktadırlar.

¹⁴<https://www.statista.com/statistics/1336041/malaysia-e-commerce-consumer-goods-expenditure-by-product-category/>

2024 Yılı Aylık Trafığe Göre En Çok Ziyaret Edilen E-Ticaret Siteleri (Bin Tıklama Cinsinden)



Kaynak: Statista (2024)¹⁵

2024 yılı verilerine göre, Malezya’da aylık internet trafiğine göre en çok ziyaret edilen e-ticaret sitesi 56,81 milyon tıklama ile Shopee olmuştur. Bunu 11,58 milyon tıklama ile Lazada ve 6,3 milyon tıklama ile Mudah takip etmektedir. Bu durum, Shopee’nin hem ürün çeşitliliği hem de kullanıcı deneyimi açısından pazardaki güçlü lider konumunu göstermektedir. Bununla birlikte, söz konusu veriler ülkede e-ticaretin dinamik bir yapıya sahip olduğunu ve yerel platformların uluslararası rakiplerine karşı güçlü konumda bulunduğunu göstermektedir.

5.17.2. SOSYAL MEDYA

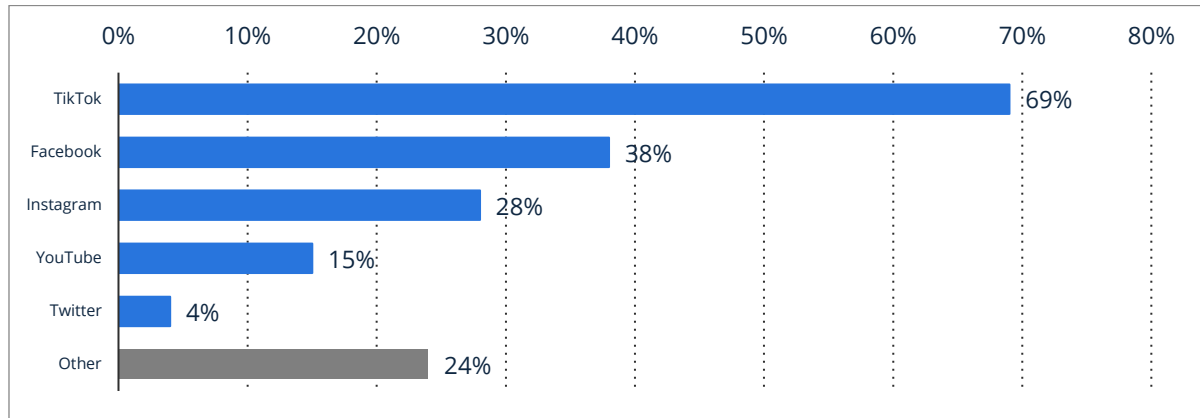
Ülkede sosyal medya kullanımı oldukça yaygındır. E-ticaret platformlarında Shopee’nin baskın payı devam etmekle birlikte, 2023 yılında yapılan bir anket¹⁶, TikTok Shop, Malezyalı tüketiciler arasında yeni bir rakip olarak ortaya çıktığını göstermektedir. Çinli şirket ByteDance’e ait sosyal medya platformu, son yıllarda özellikle Z kuşağı arasında popülerlik kazanmıştır. Sosyal medya platformlarının e-ticaret pazarındaki payında önemli artış beklenmektedir. Buna göre, 2023 yılında 401 milyon dolar seviyesindeki sosyal medya platformlarının e-ticaret hacminin 2028 yılında 976 milyon dolara, toplam e-ticaret içindeki payının ise %5,84’ten % 7,78’e kadar yükselmesi beklenmektedir.

Şubat 2025 itibarıyla Malezya’da son 12 ayda alışverişlerde en çok kullanılan sosyal medya platformu sırasıyla TikTok, Facebook ve Instagram olmuştur. Sosyal medya platformlarından alışveriş yapanların %58’i ise, satın aldığı ürünü bir influencer tavsiyesiyle satın almıştır. Influencer tavsiyesi ile alınan ürünler sırasıyla, giyim, kozmetik, ayakkabı&çanta, takviye gıdalar, elektronik ürünler şeklindedir.

¹⁵ <https://tproxy.ticaret.gov.tr:2113/statistics/869640/malaysia-top-10-e-commerce-sites/>

¹⁶ <https://tproxy.ticaret.gov.tr:2113/topics/12570/social-commerce-in-malaysia/#topicOverview>

Şubat 2025 itibarıyla Malezya'da son 12 ayda alışverişlerde en çok kullanılan sosyal medya platformu



Kaynak: Statista

Rakuten Insight tarafından Malezya'da sosyal medya ticareti üzerine 2025 yılında yapılan bir ankete göre, katılımcıların yaklaşık %69'u son 12 ayda alışveriş yapmak için TikTok'u %38'si ise Facebook'u kullandıklarını belirtmiştir.

5.17.3 GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Malezya'da bir ürünün gümrük sınıflandırması "Uluslararası Harmonize Sınıflandırma Sistemi"ne göre yapılmaktadır. Dünya Ticaret Örgütü üyelerine uygulanan MFN (Most Favoured Nation-En Çok Kayırılan Ülke) gümrük vergisi ortalaması %5,5'tir¹⁷. Malezya'da güncel gümrük tarifelerinin yaklaşık %74,3'ü %10 veya daha altında vergilendirilirken, uygulanan gümrük tarifelerin %50'sinden fazlası MFN¹⁸ kapsamında gümrükten muafır.

Türkiye ile Malezya arasındaki Serbest Ticaret Anlaşması (MTFTA), 1 Ağustos 2015 tarihinde yürürlüğe girmiştir. MTFTA kapsamında taraflar, gümrük vergilerini azami 8 yıllık bir takvim çerçevesinde kademeli olarak sıfırlamayı öngörmüştür. 2023 yılsonu itibarıyla tarife satır sayısı bakımından ihracatımızın %99'u, ithalatımızın ise %86'sı; hâlihazırda ticarete konu olan ürünler bakımından ise ihracatımızın %94'ü, ithalatımızın %75'i gümrük vergisinden muaf şekilde gerçekleşmektedir. Söz konusu STA Metni, 1 Ağustos 2024 tarihinde yürürlüğe giren genişleme metni ile, e-ticareti kapsayacak şekilde güncellenmiştir.¹⁹

<https://ezhs.customs.gov.my/> adresinden Malezya-Türkiye Serbest Ticaret Anlaşması (Malaysia-Türkiye Free Trade Agreement- MTFTA) seçilerek HS kodları veya ürün tanımları itibarıyla Malezya'nın Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat işlemlerinde uyguladığı gümrük vergisi oranlarına ve talep edilen belgelere ulaşılabilir.

Malezya'nın şu anda 7 ikili ve 9 bölgesel anlaşma olmak üzere toplam 16 Serbest Ticaret Anlaşması (STA) bulunmaktadır. EFTA ve BAE ile imzaladığı anlaşmaların yürürlük süreçleri devam etmektedir.

Esasen Malezya'nın tarafı olduğu ikili ve bölgesel STA'lar, dijital ticareti desteklemek amacıyla e-ticaret hükümlerini içerecek şekilde tasarlanmaktadır. Buna göre; Kapsamlı ve İlerici Trans-Pasifik Ortaklığı Anlaşması (CPTPP) ve Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık (RCEP) gibi önemli anlaşmalar, sınır ötesi veri akışları konusunda maddeler içermekte olup, veri yerelleştirmesini, elektronik kimlik

¹⁷ https://www.wto.org/english/res_e/statis_e/daily_update_e/tariff_profiles/MY_E.pdf

¹⁸ https://www.wto.org/english/tratop_e/tpr_e/s436_e.pdf

¹⁹ <https://www.resmigazete.gov.tr/eskiler/2024/09/20240907-4.pdf>

doğrulamayı, tüketici korumasını ve kayıtsız ticareti yasaklamaktadır. Malezya-Avustralya Serbest Ticaret Anlaşması (MAFTA), bilgi ve iletişim teknolojileri iş birliği ve dijital ticaretin kolaylaştırılmasında önemli rol oynarken, yeni imzalanan Malezya-EFTA Ekonomik Ortaklık Anlaşması (MEEPA) ve Malezya-BAE Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (CEPA) da dijital ticaret ve gümrük iş birliğini kapsamaktadır.

İkili serbest ticaret anlaşmalarına ek olarak, Malezya, ASEAN Elektronik Ticaret Anlaşması gibi bölgesel girişimlerin bir parçasıdır ve ASEAN içindeki dijital ticaretini şekillendirmede e-kimlik doğrulama, e-ödemeler, siber güvenlik ve veri koruma gibi alanlarda iş birliğini teşvik etmektedir.

1 Ocak 2024 itibarıyla Malezya'da, çevrimiçi olarak satılan düşük değerli malların (LVG) ithalatına yüzde 10 oranında yeni bir satış vergisi²⁰ uygulamaya koyulmuştur. Bu son vergi güncellemesi kapsamında, internet üzerinden 500 ringgitin (yaklaşık 120 ABD Doları) altında satılan tüm ithal ürünler yüzde 10 vergi oranına tabi olacaktır. 500 ringgitten üzerindeki ürünler için hem yüzde 10 satış vergisi hem de gümrük vergisi uygulanmaktadır.

Malezya'da "De minimis" kapsamında, hava, deniz ve karayolu ile (posta hizmeti dahil) ile ithal edilen ve toplam CIF değeri sevkiyat başına 500 MYR'yi aşmayan mallar için uygulanmakla birlikte, "sigaralar, tütün ürünleri, alkollü içkiler, pipo (pipo lüleleri dahil), elektronik sigaralar ve benzeri kişisel elektrikli buharlaştırma cihazları ve elektronik sigara ve elektrikli buharlaştırma cihazı ile içim için kullanılan, sıvı veya jel formunda, nikotin içersin veya içermesin"²¹ ürünleri bu husustan muaftır.²²

Malezya'da uygulanan bir vergi olan Satış ve Hizmet Vergisi (SST)²³, sevkiyat değeri 500 RM'den fazla olan tüm malları kapsamaktadır. Vergi oranı, Malezya'ya ithal edilen malın türüne bağlı olarak Maliyet, Sigorta ve Navlun (CIF) değerinin %5 ila %10'u arasında değişmektedir.

Gümrük uygulamaları hakkında daha detaylı bilgi için raporun "Ülke Gümrük Uygulamaları" bölümünü inceleyebilirsiniz.

5.17.4. E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER

Malezya'da e-ticaretle ilgili yasal düzenlemeler aşağıda özetlenmektedir;

Elektronik Ticaret Kanunu (Electronic Commerce Act 2006 [Act 658])

<https://www.kpdn.gov.my/en/public/acts-guidelines-rules>

<https://lom.agc.gov.my/act-detail.php?type=principal&lang=BI&act=658>

Tüketicinin Korunması Kanunu (Consumer Protection Act 1999 [Act 599])

<https://www.kpdn.gov.my/en/public/acts-guidelines-rules>

<https://lom.agc.gov.my/act-detail.php?type=principal&lang=BI&act=599>

Tüketicinin Korunması (Elektronik Ticaret İşlemleri) Yönetmeliği (Consumer Protection (Electronic Trade Transaction) Regulations 2024)

²⁰ <https://mylvg.customs.gov.my/Home>

²¹ https://mysst.customs.gov.my/assets/document/Annoucement/FAQ-Implementation%20of%20Sales%20Tax%20on%20LVG%20as%20of%206.11.2023.pdf?utm_source=chatgpt.com

²² [https://lom.agc.gov.my/act-view.php?type=pua&lang=BI&no=P.U.%20\(A\)%20445/2017](https://lom.agc.gov.my/act-view.php?type=pua&lang=BI&no=P.U.%20(A)%20445/2017)

²² [https://lom.agc.gov.my/act-view.php?type=pua&lang=BI&no=P.U.%20\(A\)%20210/2018](https://lom.agc.gov.my/act-view.php?type=pua&lang=BI&no=P.U.%20(A)%20210/2018)

²³ <https://mysst.customs.gov.my/SSTOrders>

<https://repositori.kpdn.gov.my/bitstream/123456789/5299/1/PERATURAN%20URUSNIAGA%20PERDAGANGAN%20DALAM%20ELEKTRONIK%202024.pdf>

Kişisel Verilerin Korunması Kanunu (Personal Data Protection Act 2010 (PDPA))

<https://www.pdp.gov.my/ppdpv1/en/main-page/>

Malezya'nın e-ticaret düzenlemeleri, ülkenin dijital ekonomisinin büyümesini teşvik etmeyi ve tüketicinin korunmasını sağlamayı amaçlamaktadır. İç Ticaret ve Yaşam Maliyeti Bakanlığı, Malezya'da e-ticaret için ana düzenleyici kurum olarak hizmet vermektedir.²⁴

Malezya hükümeti, ülkedeki e-ticaretin büyümesini desteklemek için birçok girişimde bulunmuştur. Bunlardan en önemlisi Dijital Serbest Ticaret Bölgesi'nin kurulmasıdır. Hükümet, e-ticareti kolaylaştırmak ve çevrim içi işletmelerin daha geniş bir pazarına ulaşmasını sağlamak amacıyla Dijital Serbest Ticaret Bölgesi (Digital Free Trade Zone- DFTZ)²⁵ kurmuştur. Ayrıca, ülkenin dijital ekonomide rekabet gücünü artırmak amacıyla geliştirilen politikalar oldukça önem arz etmekte; politikanın, mevzuatı iyileştirmek, altyapı ve bağlantı sağlamak ve dijital beceri ve girişimcilik teşvik etmek gibi amaçları bulunmaktadır.

DFTZ'nin odaklandığı iki temel amaç:

- Bir E-Fulfillment merkezinin oluşturulması (Malezya'yı bölgesel bir elektronik sipariş karşılama merkezi olarak kurmak için KLIA Aeropolis'in bir lojistik merkeze dönüştürülmesi),
- Malezyalı KOBİ'lerin e-ticaret yoluyla ihracatını artırabilmesi olarak belirtilebilir.

Hükümet tarafından kurulan E-Ticaret Teşvik Fonu, küçük ve orta ölçekli işletmeleri (KOBİ'leri) e-ticarete katılmaya teşvik etmek için fon sunmaktadır. Bunlar arasında internet sitesi geliştirme ve dijital pazarlama destekleri de bulunmaktadır.

Dijital Bakanlığı'na bağlı bir kurum olan Malaysia Digital Economy Corporation (MDEC) tarafından e-ticaret alanında düzenlemeler ve yol haritaları hazırlanmakta olup, son olarak 2021 – 2025 yılları için Ulusal E-Ticaret Stratejik Yol Haritası 2.0'ın (NeSR 2.0) tamamlanmıştır. NeSR 2.0 ile, sektörle iş birliği içinde yürütülecek altı adet stratejik yaklaşım benimsenmiş, temel olarak e-ticaret pazarını genişletmeye, KOBİ'lerin e-ticareti benimsemesini sağlamaya ve e-ticaret ile yapılan ihracatı artırmaya odaklanılmıştır.

Malezya'da e-ticaret iade ve geri ödeme politikaları, yasal hakları, platform uygulamalarını (Shopee, Lazada) ve çevrimiçi mağazalardaki genel satıcı kurallarını kapsar.

Satış sonrası iade politikalarına ilişkin olarak; 1999 tarihli Tüketicuyu Koruma Yasası [599 sayılı Yasa] uyarınca, müşteri, çevrimiçi satın aldığı ürün/malların beklenenden farklı olması durumunda onarım, değişim veya geri ödeme talep edebilir. Bazı durumlarda, satın alma işleminden önce açıkça belirtilmek şartıyla, genellikle ödeme makbuzunda da belirtilmesi halinde, "geri ödeme yapılmaz" politikası da yasal olarak geçerlidir. Ülke içerisinde önemli e-ticaret hacmine sahip olan pazar yerlerinden Lazada ve satıcıları, geri ödeme taleplerini on (10) iş günü içerisinde işleme koymakta ve iade politikası 15 ila 30 gün sürebilmektedir. Shopee ise 15 günlük bir iade süresi sunar ve geri ödeme süreci 24 saat veya 3-5 iş günü içinde tamamlanmaktadır.

²⁴ <https://www.kpdn.gov.my/en/faq/domestic-trade>

²⁵

<https://www.miti.gov.my/miti/resources/Media%20Release/Fact Sheet DFTZ at Malaysia Digital Economy 2018 SME Fact Sheet.pdf>

Elektronik ticarete standart kargo teslim süresi (Malezya içinde), lojistik ortağına ve teslim alma tarihine bağlı olarak 1 ila 7 iş günü arasında gerçekleştirilmektedir. Yurtdışı kargolarda (Shopee ve Lazada), deniz yoluyla teslimat 25 güne, hava yoluyla teslimat ise 7-20 güne kadar sürebilmektedir. Yerel siparişlerde Shopee, 1-3 gün sürebilen ekspres teslimat hizmeti sunarken, Lazada ertesi gün teslimat seçeneği de sunmaktadır.

5.17.5. DİJİTAL CÜZDANLAR VE ÖDEME SİSTEMLERİ İLE HIZLI KARGO FİRMALARI

Ülkede kullanılan TouchNGo, Eghl, iPay88, MAE (Maybank ile) ve Paypal önemli dijital ödeme sistemleri; GDEX, Pos Malaysia ise hızlı kargo çözümleridir. Pos Malaysia Logistics, Gdexpress, DHL, J&T Express sipariş karşılama hizmetleri de vermektedir.

5.17.6. LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 26 (2023)²⁶

Lojistik Performans Endeksi (LPI), ülkelerin ticaret lojistiği performanslarında karşılaştıkları zorlukları ve fırsatları ve performanslarını artırmak için neler yapabileceklerini belirlemelerine yardımcı olmak amacıyla oluşturulmuş bir kıyaslama aracıdır. Bu endekste, ülkeler aldıkları puana göre aynı sırayı paylaşabilmektedir. Dünya Bankası tarafından 2023 yılında yayınlanan rapora göre Malezya 3.6 puanlık LPI endeksi ile 139 ülke arasında 26. Sırada yer almıştır.

5.17.7. İPUÇLARI

Statista'nın 2024 verilerine göre Malezya'daki tüketiciler arasında internetten satın alınan en popüler ürünler arasında elektronik, moda, mobilya, güzellik ve kişisel bakım, kendin yap, fiziksel medya, yemek, lüks ürünler, oyuncaklar&hobi, ev için gerekli malzemeler yer almakta olup, bu yönüyle Malezya pazarı Türkiye'nin e-ihracat profili bakımından büyük potansiyel arz etmektedir. Malezya'nın bölgesel bir e-ticaret merkezi olma yönünde bir vizyonu bulunmakta olup, bu amaca yönelik olarak ülke yönetimi, hukuki ve teknik altyapının oluşturulma ve uluslararası anlaşmalar ile e-ticaret alanında iş birlikleri kurma stratejisi izlemektedir. Ancak, Malezya'da faaliyet gösteren birçok bölgesel pazaryerinin merkezleri, Singapur'da toplanmıştır.

Malezya'nın, çok dilli ve dijital açıdan yetenekli bir ülke olarak, sınır ötesi alışverişte önemli bir payı bulunmaktadır. Malezya, 2024'teki perakende e-ticaret satış büyümesine göre %17,8'lik büyüme oranıyla dünya genelinde 3. sırada yer almaktadır²⁷. En popüler ülkeler arasında Çin, ABD ve Kore yer almakta olup geniş bir ürün envanteri ve rekabetçi fiyatlar sunmaktadırlar. 2024 yılında Malezya'daki e-ticaret pazarındaki kullanıcı sayısı 10,67 milyon olup bu sayının önümüzdeki yıllarda artması beklenmektedir. Söz konusu sayının 2029 yılında 18,81 milyon kullanıcıya ulaşması tahmin edilmektedir²⁸. Böylece ilerleyen süreçte sınır ötesi e-ticaretin daha da büyüyeceği öngörülmektedir.

Shopee ve Lazada gibi büyük platformlarda mağaza açarak ya da yerel lojistik sağlayıcılarla iş birliği yaparak pazara giriş yapmak mümkündür. Bu anlamda, Shopee ve Lazada gibi Malezya'da güçlü bir varlığı olan küresel platformlara erişim sağlamak ve bu platformlarda yer almak isteyen firmalarımızın EURO Jasmine ve Commerce.Asia gibi piyasa oyuncuları ile irtibat sağlayarak bu platformlarda yer alması mümkün ve faydalı olabilecektir.

²⁶ https://lpi.worldbank.org/sites/default/files/2023-04/LPI_2023_report_with_layout.pdf

²⁷ <https://www.statista.com/statistics/266064/revenue-growth-in-e-commerce-for-selected-countries/>

²⁸ <https://www.statista.com/statistics/1351255/malaysia-number-of-e-commerce-users/>

Bu bilgiler çerçevesinde; Malezya e-ticaret pazarı, mobil cihaz kullanımının yoğunluğu, dijital cüzdanların yaygınlığı ve sosyal ticaret trendleri ile dinamik bir yapı arz etmektedir. Türk firmaları, özellikle moda, tekstil, kozmetik ve helal gıda ürünlerinde önemli fırsatlar yakalayabilir.

1 Ağustos 2015 tarihinde yürürlüğe giren ve 1 Ağustos 2024 tarihinde e-ticareti de kapsayacak şekilde genişletilen Türkiye Malezya Serbest Ticaret Anlaşması'nın gümrük kolaylıkların ve sunduğu diğer avantajların, Türk markalarının rekabet gücünü artıran unsurlar olabileceği değerlendirilmektedir.

Son olarak, Malezya'da yerleşmek isteyen e-ticaret teknoloji şirketlerinin, Malezya Dijital Bakanlığı'na bağlı Malezya Dijital Ticaret Geliştirme Ajansı (MDEC) ile iletişimde olması ve yatırımcılara sunulan imkanlardan istifade imkanlarını araştırmaları faydalı olabilecektir. Öte yandan, Malezya Hükümeti tarafından, teknoloji ve startup firmalarının konumlanmasının desteklendiği Cyberjaya bölgesini hem potansiyel partnerler bulunmasında hem de yerleşmek isteyen firmaların adres arayışlarında incelemeleri önemli değerlendirilmektedir.

Ülke Gümrük Uygulamaları

17. MALEZYA



17.1. DE MINİMİS LİMİTİ

- 500 Malezya Ringgiti (MYR)

17.2. VERGİ UYGULAMALARI

- 500 MYR altındaki sevkiyatlar özel durumlar hariç olmak üzere gümrük vergilerinden muaftır.
- Çevrimiçi olarak satılan düşük değerli eşyanın (Low Value Goods/LVG) ithalinde %10'luk bir satış vergisi tahsil edilmektedir.
- Sadece elektronik sigaralar, tütün ürünleri, likör ve sigaralar LVG'nin kapsamı dışında tutulmuştur.
- Bu vergi, eşyanın satış değeri üzerinden hesaplanmakta olup diğer masraflar dikkate alınmamaktadır.
- Malezya'da veya yurtdışından Malezya'ya LVG satışı yapan herkesin kayıt olması ve satış üzerinden %10'luk vergiyi tahsil etmesi gerekmektedir.
- Gümrük vergisi oranları ürüne göre advalorem bazda %0-%60 arasında değişebilmektedir.²⁹Bu oranlar Malezya Gümrük Departmanı tarafından belirlenmekte ve ürünün GTİP numarasına (HS kodu) göre kategorize edilmektedir.

LVG NEDİR?

500 Malezya Ringgitinden daha düşük tutarda olan hava, kara, deniz yoluyla (kurye,posta) Malezya'ya gönderilen eşya Low Value Goods (LVG) olarak nitelendirilmektedir.

17.3. GÜMRÜK İŞLEMLERİ

İthal eşyanın gümrük beyanı Form No.1 "Customs Form No. 1 (K1 Form)" ile yapılmaktadır. Ancak aşağıda belirtilen şartlarda bazı eşyaların gümrük işlemleri Form No. 1'dan farklı şekilde tamamlanabilmektedir.

- i. Transit / Transfer İşlemleri (Form ZD serbest bölgeden gümrük alanına geçişte ve Form K3 → Transit mallar için düzenlenir.)
- ii. Gümrük vergisi/vergi muafiyetine uygun, gönderi başına 500 MYR CIF'yi (Maliyet, Sigorta, Navlun) aşmayan ürünler (sigara, tütün ve likör hariç)³⁰

²⁹ <https://ezhs.customs.gov.my/> adresinden gümrük vergileri sorgulanabilir.

³⁰ Madde 94, Gümrük Vergileri (Muafiyet) Emri 2017 ve Madde 24, Satış Vergisi (Vergi Ödemekten Muaf Kişiler) Emri 2018 kapsamı eşya

iii. Yolcu beraberinde getirilen, ticari olmayan, kişisel kullanım amaçlı mallarda,

iv. Serbest Bölgeler / Free Zone işlemlerinde Form ZB (K8) gereklidir.

Diplomatik eşya (Borang JKDM No. 2 / Exemption Application Form) bağış veya muafiyet kapsamındaki ithalat (JKDM Exemption Form (Maliye Bakanlığı onaylı)) için ise ilgili formlar Form 1'e ilaveten düzenlenir.

Dolayısıyla koşullara uygun olarak ithal edilen ve gönderi başına 500 MYR'yi aşmayan eşyanın beyanı basitleştirilmiş usullere tabi olup taşıyıcı tarafından eşya listesi şeklinde gümrüğe sunulabilmektedir.

Kimler LVG Kayıt Numarası Almak Zorunda?

- Yurtdışındaki satıcılar → Malezya'ya doğrudan satış yapan e-ticaret firmaları (ör. Amazon, Shein, Zalando).
- Online platform operatörleri → Shopee, Lazada gibi pazar yerleri.
- Kargo / posta operatörleri → Malezya'ya düşük değerli gönderi taşıyan firmalar.

Eğer bu firmalar yıllık RM 500.000 ve üzeri LVG satış hacmine ulaşıyorsa LVG kayıtlı satıcı olmak zorundadır. Kayıtlı satıcı olmak için koşullar ve başvuru için <https://lvgcore.customs.gov.my/register> adresinde ayrıntılı bilgi yer almaktadır.



1 Ocak 2023 tarihinden itibaren Gümrük beyanında LVG kayıt numarasının da bildirilmesi zorunludur.

- **"Electronic Pre-Alert Manifest (ePAM) System"** Malezya Gümrük İdaresi'nin, özellikle **küçük paketler / Low Value Goods (LVG)** ithalatında kullandığı **ön bildirim sistemidir**.

Bu sistemle kuryeler ve posta operatörleri, taşıdıkları her LVG paketi için ayrıntılı bilgiyi ePAM portalı üzerinden gümrüğe gönderir. Amaç: vergi uyumunu artırmak, kaçakçılığı engellemek ve küçük paketlerde hızlı gümrükleme sağlamaktır.

ePAM sistemi ile havayolunda, taşıyıcı tarafından eşyanın varışından önce birden fazla ithalatçı için aynı anda basitleştirilmiş bir beyan verilmesi de mümkündür.

17.4. BELGELER

Sınır ötesi e-ticarete gerekli olan belgeler ve ithalat izinleri, eşyanın ithalindeki normal gerekliliklerle aynıdır. Eşyanın ithali için bir sertifika veya izin gerekiyorsa, ülkeye ithal edilmeden önce başvuruda bulunulmalıdır.

BELGE ÇEŞİDİ	EŞYA ÖRNEKLERİ
Havayolu Taşıma Senedi (AWB-Air Waybill) ✓	
Ticari Fatura İthalat İzni	Ülke Gerekliliklerine Göre. Hayvan Derileri (evcil olmayan), Kavrulmamış, Kahve, Kumar Cihazları, CD ve Kasetler, Telekomünikasyon Cihazları, Telefon, Televizyon, Veterinerlik ürünleri,

	Video Kaset Kayıt, Cihazları, Kozmetik Ürünler
Uygunluk Belgesi	Takvim, Süt Ürünleri, Gıda, Dergiler, Askeri, Teçhizat, Besin Takviyeleri ve Vitaminler, İlaç, Dini Materyal, Füme Somon
Malezya Standartlar ve Sanayi Enstitüsü (SIRIM) Sertifikası	Haberleşme Aygıtları, İletişim Modülleri, ile Entegre Edilmiş Ürünler, Bilgisayarlar, Dizüstü ve Masaüstü Bilgisayarlar, Tabletler.

17.5. POSTA OFİSİ

Pos Malaysia Berhad (<https://www.pos.com.my>)

17.6. YASAK VE KISITLI EŞYA³¹

İthalatı Yasak Kategoriler	Ürün Örnekleri	Açıklama
Silah & Patlayıcı	Ateşli silahlar, mühimmat, patlayıcılar	Sadece polis/ordu için özel izinle
Telekomünikasyon	68–87 MHz & 108–174 MHz aralığında çalışan radyo alıcıları	Güvenlik amaçlı yasak
Radyoaktif Eşyalar	Radyoaktif madde içeren paratonerler vb.	Sağlık ve güvenlik riski
Zehirli Kimyasallar	Sodyum arsenit gibi yüksek toksik maddeler	Tamamen yasak
Bazı Tüketim Ürünleri	Kalem, şırınga benzeri eşyalar (çocuk güvenliği)	Yanıtıcı şekillerdeki ürünler
Lastikler	Kullanılmış veya yasadışı şekilde yeniden sırtlanmış lastikler	Çevresel risk
Atıklar	Belirli plastik, kimyasal ve tehlikeli atık türleri	Çevre Bakanlığı (DOE) tarafından yasak
Sahte Para & Mallar	Sahte para, sahte marka ürünler	Fikri mülkiyet koruması

İthalatı Kısıtlı Ürünler	Ürün Grubu	Gerekli İzin / Kurum
Gıda	Et, süt, bal, işlenmiş gıdalar	MOH & DVS onayı
Medikal & Eczacılık	İlaç, tıbbi cihaz	NPRA (DCA) lisansı
Kozmetik & Takviyeler	Vitamin, parfüm, cilt bakım ürünleri	NPRA kaydı
Tarım & Pestisit	Gübre, tarım ilaçları, tohumlar	Department of Agriculture, Pesticides Board
Kereste & Orman Ürünleri	Ahşap, kütük	MTIB lisansı

³¹ Customs (Prohibition of Imports) Order 2017

İthalatı Kısıtlı Ürünler	Ürün Grubu	Gerekli İzin / Kurum
Motorlu Taşıtlar	Yeni / ikinci el araçlar, motosiklet	MITI lisansı
Ağır Makineler & İnşaat	İş makineleri, yapı malzemeleri	MITI / CIDB onayı
Balıkçılık	Balık ve deniz ürünleri	Department of Fisheries lisansı
Hayvan & Hayvansal Ürünler	Canlı hayvan, hayvan yemi, kümes hayvanı	DVS sertifikası
Tütün & Alkol	Sigara, puro, likör	Customs lisansı
CITES Ürünleri	Nesli tehlikede olan bitki ve hayvan türleri	PERHILITAN & CITES lisansı
Atık (geri dönüştürülebilir)	Kağıt, metal hurdaları	Department of Environment lisansı