



MALEZYA

Malezya, dinamik ekonomisi ve dijital teknolojiler için gelişmiş altyapısı nedeniyle Güneydoğu Asya'da e-ticaret için cazip bir pazardır. 33,4 milyon nüfusa sahip¹ Malezya'nın gayrisafi yurt içi hasılası 2023 yılında 343,5 milyar ABD doları² seviyesinde gerçekleşmiştir. Malezya'da internet kullanım oranı %97,56³ ve sosyal medya kullanıcılarının nüfusa oranı %78,5'dir⁴.

Ülkede 2023 yılında 12,53 milyon kişinin yaptığı çevrim içi alışveriş hacmi 13 milyar ABD doları seviyesine ulaşmıştır⁵. Bu rakamın 2025 yılında 14,95 milyar kişiye⁶ ve 16 milyar ABD doları⁷ seviyesine ulaşması beklenmektedir.

Statista tarafından hazırlanan "E-commerce in Malaysia" raporunda Malezya'nın Asya Pasifik bölgesinde e-ticaret yönelimi en yüksek olan altıncı ülke olduğuna yer verilmiştir. Buna göre Malezya'da aktif internet kullanıcılarının %61,3'ü⁸ çevrim içi alışverişini tercih etmektedir.

Pazar yerleri ve e-ticaret platformlarının yanı sıra, Malezyalıların yaklaşık üçte biri Facebook ve Instagram gibi sosyal medya platformlarından alışveriş yapmaktadır. Statista tarafından Ocak 2023'te yayımlanan diğer bir rapora göre, Malezyalıların yalnızca %6,51'i hiç e-ticaret kullanmaz iken, %1,45'i her gün, %5,24'ü haftada bir kere, %11,39'si haftada en az ikiden fazla e-ticaret kullanmaktadır.⁹

Elektronik ürünleri 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 bildirildiği üzere Malezyalı tüketiciler, internetten alışveriş yaparken hesaptan hesaba (A2A) ödemeleri tercih etmektedir. Genel olarak, A2A'nın %39'unu çevrimiçi harcama, %24'ünü Dijital Cüzdanlar, %16'sını ve %12'sini Kredi Kartları ve Banka Kartları oluştururken, %9'unu Şimdi Al Sonra Öde ve Kapıda Nakit ödemeleri oluşturmaktadır.¹⁰

Malezya Hükümeti, 2017-2020 yıllarında Ulusal E-ticaret Stratejisi Yol Haritası (NESR 1.0)'nı uygulamaya koymuştur. Proje kapsamında Ulusal E-Ticaret Konseyi kurulmuş olup, konseyin başkanlığını Yatırım, Uluslararası Ticaret, Sanayi (MITI) Bakanı yürütmüştür. 2021-2025 döneminde ise NERS 2.0 uygulanmaktadır. NERS 2.0 kapsamında, 1,65 trilyon RM E-ticaret Pazar büyüklüğüne ulaşılması hedeflenmektedir. NERS 2.0 kapsamında, Başbakan başkanlığında Bakanlıklar arasındaki

¹ <https://www.dosm.gov.my/portal-main/release-content/current-population-estimates-malaysia---2023>

² https://storage.dosm.gov.my/gdp/gdp_2023-q4.pdf

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

⁴ <https://www.statista.com/statistics/883712/malaysia-social-media-penetration/>

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

⁶ <https://www.statista.com/statistics/647645/southeast-asia-ecommerce-market-size-country/>

⁷ <https://www.statista.com/statistics/1351255/malaysia-number-of-e-commerce-users/>

⁸ <https://www.statista.com/topics/7121/e-commerce-in-asia-pacific/#topicOverview>

⁹ <https://www.statista.com/statistics/1385670/malaysia-frequency-of-online-purchases/>

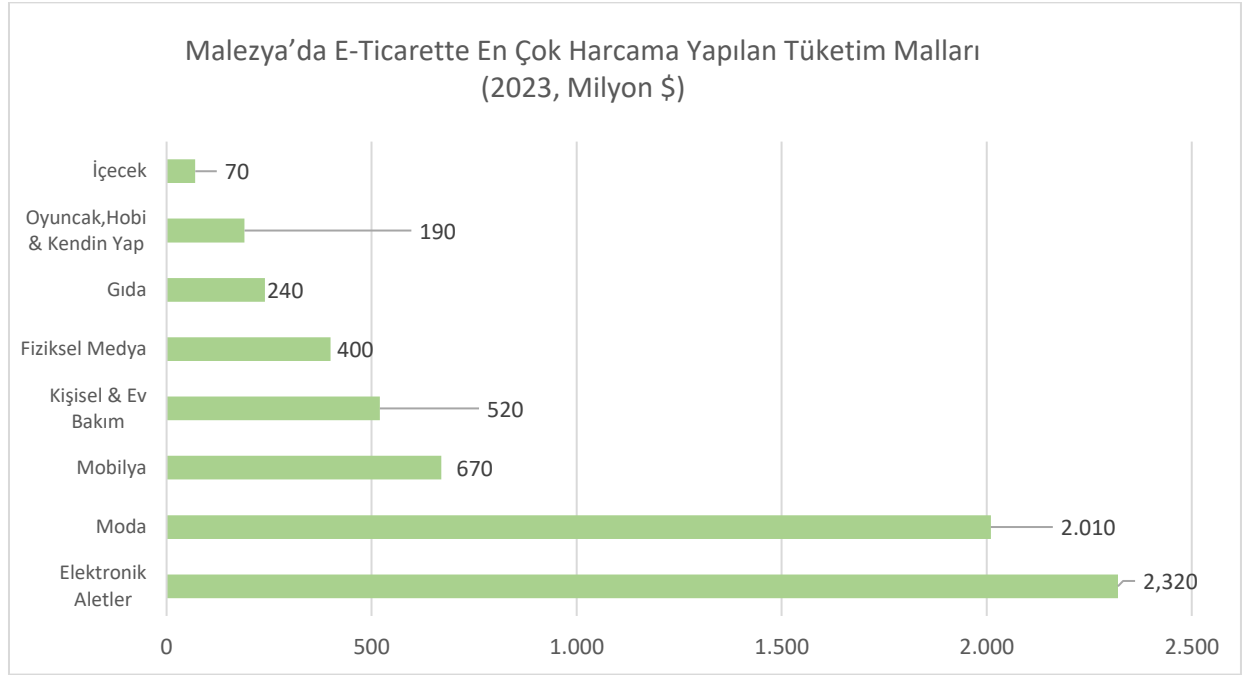
¹⁰ <https://worldpay.globalpaymentsreport.com/en#download-report>

koordinasyon ve işbirliğinin 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.

Hükümet tarafından yürütülen bir diğer program MyDIGITAL'dır. Ülkenin e- ticaret yol haritasına yön vermek amacıyla Malezya Hükümeti tarafından dijital dönüşüme yönelik ulusal bir girişim kurgulanmıştır.

Diğer bir yapı olan Malezya Dijital (MD), Malezya işletmelerinin küresel ticarete lider bir rol alması ve şirket& yatırımların teşvik edilmesi için Hükümet tarafından yürütülen ulusal bir stratejik girişimdir.

Tüm bu yapılanmalar, Malezya Hükümeti tarafından e-ticaret konusuna addedilen önemi ve ekonomide e-ticaretin katkısını artırma yönündeki isteğini göstermektedir.



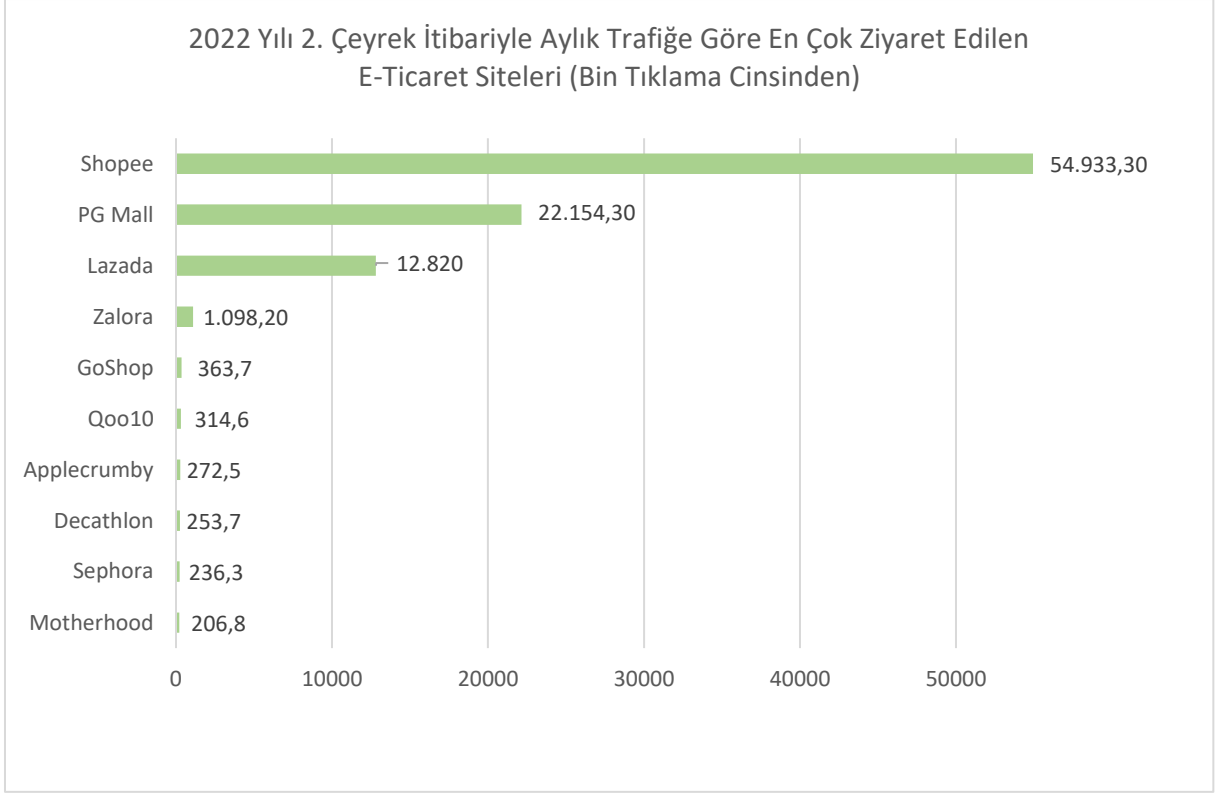
Kaynak: Statista

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 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.

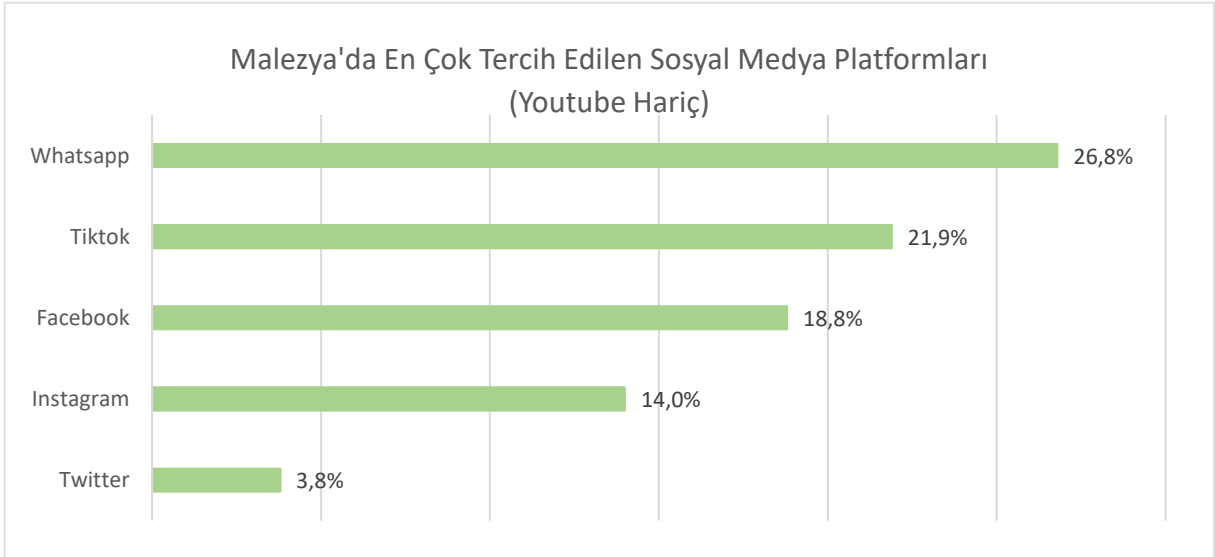
Malezya'daki çok kanallı mağazalar, alışveriş deneyimini hem fiziksel hem de çevrimiçi ortamlarda sunarak müşteri ihtiyaçlarını karşılamaktadırlar. Senheng, Best Denki and Harvey Norman elektronik, Lotuss Stores Malaysia gıda ve günlük ürünler, Parkson ve Metrojaya moda ve yaşam tarzı ürünleri, Al-Ikhsan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



Kaynak: Statista

SOSYAL MEDYA

Ülkede sosyal medya kullanımı oldukça yaygındır. Hâlihazırda Facebook ve Instagram en yaygın sosyal medya platformlarıdır. Sosyal medya geçirilen günlük zaman 2 saat 48 dakikadır.¹¹ Ülkedeki en popüler sosyal medya platformları sırasıyla Whatsapp, Facebook, TikTok, Instagram ve Twitter'dır.



Kaynak: We Are Social: Digital 2024¹²

¹¹ <https://datareportal.com/reports/digital-2024-malaysia> Sayfa 51

¹² <https://datareportal.com/reports/digital-2024-malaysia> Sayfa 61

GÜMRÜK VERGİLERİ VE MUAFİYETLERİ

Malezya bazı spesifik ürünler dışında değer üzerinden (ad valorem) gümrük vergisini hesaplamaktadır. Malezya'da Dünya Ticaret Örgütü üyelerine uygulanan MFN (Most Favoured Nation-En Çok Kayırılan Ülke) gümrük vergisi ortalaması %5,6'dır. Bir ürünün gümrük sınıflandırması "Uluslararası Harmonize Sınıflandırma Sistemi"ne göre yapılmaktadır. Son yıllarda gümrük vergileri düşmüş bulunmakta ve ürünlerin %80'den fazlasında vergi oranı %10 veya altında tutulmaktadır. Ancak genele bakıldığında %0-90 aralığında değiştiği görülmektedir.

Mevcut orman bitki örtüsündeki tahribatı önleyerek yerli üretimi kontrol etmek amacıyla Malezya, dünya üretiminin %24'ünü oluşturan palm yağı gibi ürünlere ihracat vergileri uygulamaktadır. Palm yağı ve palm bazlı ürünlerin ihracat değeri 2022 yılında yaklaşık 31,3 milyar dolar (137,89 milyar RM) olarak gerçekleşmiştir.

1967 Gümrük Yasası uyarınca Malezya'dan ihraç edilen ham petrole %10 oranında ihracat vergisi uygulanmaktadır.

Malezya Kereste Endüstrisi Kurulu (MTIB), Malezya Yarımadası'ndaki vergi oranlarını belirleyen vergi makamıdır ve kereste ve kereste ürünlerinin vergi dışı oranını (ihracat vergisi) düzenlemektedir. İhracatçının ihracat lisansı için MTIB'e başvurması gerekmektedir. Kütükler veya işlenmiş ahşap ürünlerde ihracat vergisi yoktur.

Türkiye ile Malezya arasında 17 Nisan 2014 tarihinde imzalanan Serbest Ticaret Anlaşması, 1 Ağustos 2015 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Bu anlaşma kapsamında Malezya'ya ihracatımızın büyük bir bölümünü (%95 ve üstü) oluşturan ürünlerde gümrük vergisi sıfırlanmıştır.¹³

Türkiye-Malezya STA'sı kapsamında taraflar, gümrük vergilerini azami 8 yıllık bir takvim çerçevesinde kademeli olarak sıfırlamayı öngörmüştür. 2023 yılsonu itibariyle 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.

İlgili internet sitesinden Malezya-Türkiye Serbest Ticaret Anlaşması (Malaysia-Turkey Free Trade Agreement- MTFTA) seçilerek HS kodları veya ürün tanımları itibariyle Malezya'nın Türkiye'den gerçekleştirdiği ithalat işlemlerinde uyguladığı gümrük vergisi oranlarına ulaşılabilir.¹⁴

E-TİCARETE İLİŞKİN ÜLKE ÖZELİNDE DÜZENLEMELER

Malezya'nın e-ticaret düzenlemeleri, ülkenin dijital ekonomisinin büyümesini teşvik etmeyi ve tüketicinin korunmasını sağlamayı amaçlamaktadır. The Ministry of Domestic Trade and Cost of Living (MDT), Malezya'da e-ticaret için ana düzenleyici kurum olarak hizmet vermektedir.

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) kurmuştur. Ayrıca, ülkenin dijital ekonomide rekabet gücünü artırmak amacıyla geliştirilen E-ticaret Milli Politikası da oldukça önem arz etmekte;

¹³ <https://ticaret.gov.tr/dis-iliskiler/serbest-ticaret-anlasmalari/yururlukte-bulunan-stalar>

¹⁴ <https://ezhs.customs.gov.my/>

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) ve
- 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.

DIJİTAL 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.

LOJİSTİK PERFORMANS ENDEKSİNDE SIRASI: 26 (2023)¹⁵

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.

İPUÇLARI

Statista'nın Ocak 2023 verilerine göre Malezya'daki tüketiciler arasında internetten satın alınan en popüler ürünler arasında moda (giysi, ayakkabı), güzellik ve kişisel bakım, yiyecek ve içecek, tüketici elektroniği, mobilya ve ev aletleri ve seyahat rezervasyonları 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, çok dilli ve dijital açıdan yetenekli bir ülke olarak, sınır ötesi alışverişte önemli bir payı bulunmaktadır. Malezya, 2023'teki perakende e-ticaret satış büyümesine göre %18'lik büyüme

¹⁵ <https://lpi.worldbank.org/international/global>

oranıyla dünya genelinde 3. sırada yer almaktadır¹⁶. En popüler ülkeler arasında Çin, ABD ve Kore yer almakta olup geniş bir ürün envanteri ve rekabetçi fiyatlar sunmaktadırlar. 2023 yılında Malezya'daki E-ticaret pazarındaki kullanıcı sayısı 10,63 milyon olup bu sayının önümüzdeki yıllarda artması beklenmektedir. Söz konusu sayının 2029 yılında 16,83 milyon kullanıcıya ulaşması tahmin edilmektedir¹⁷. Böylece ilerleyen süreçte sınır ötesi e-ticaretin daha da büyüyeceği öngörülmektedir.

1 Ocak 2024 itibarıyla Malezya'da, çevrimiçi olarak satılan düşük değerli malların (LVG) ithalatına yüzde 10 oranında yeni bir satış vergisi uygulamaya koyulmuştur. Bu son vergi güncellemesi kapsamında, internet üzerinden 500 ringgitin (105 ABD Doları) altında satılan tüm ithal ürünler yüzde 10 vergi oranına tabi olacaktır.

Son olarak, 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 Dot Asia gibi piyasa oyuncuları ile irtibat sağlanması mümkün ve faydalı olabilecektir.

¹⁶ <https://www.statista.com/outlook/emo/ecommerce/worldwide>

¹⁷ <https://www.statista.com/topics/10292/e-commerce-in-malaysia/#topicOverview>