

## TAYLAND DİJİTAL SEKTÖRÜ

Tayland dijital sektörü üç kısımda özetlenebilmektedir:

**Dijital Hizmetler:** Bu segment, hizmetlerin dijital ve çevrimiçi kanalları aracılığıyla sağlanmasını kapsamaktadır; örneğin haberler ve bilgiler; satış ve ticaret; danışmanlık; sistem analizi ve tasarımı; büyük veri analitiği; platformlar ve altyapı için bulut hizmetleri (yazılım hizmetleri dahil değil); ve FinTech, MedTech ve AgriTech alanlarında dijital hizmetler.

**Yazılım ve Yazılım Hizmetleri:** Bu segment, yazılımın üretimini, dağıtımını ve servisini içermektedir. Segment ayrıca gömülü sistemler, kurumsal yazılım, hizmet olarak bulut tabanlı yazılım (SaaS), büyük veri analitiği ve yüksek teknoloji sistemlerde yaratıcı medya içerikleri ve platform üretmek için kullanılan yazılımlar gibi alanlara bölünebilir.

**Dijital İçerikler:** Bu grup, oyunlar, animasyon, bilgisayar grafikleri, video ve televizyon içeriği, AR/VR/MR eğitim içeriği, çizgi filmler, karakterler ve e-kitaplar gibi dijital olarak sunulan içerik, bilgi veya yaratıcı çalışmaların üretimini kapsar.

Dijital hizmetler ve yazılımlar için Tayland pazarı, 2019 yılında 330 milyar THB değerine sahipti ve dijital hizmetler tek başına pazarın neredeyse yarısını oluşturuyordu (ortalama %49,8). Bunu yazılım ve yazılım hizmetleri (%40,8) yakından takip ederken dijital içerik sektör değerinin sadece %9,4'üne sahiptir. Arz tarafında, yazılım ve dijital hizmetler endüstrisindeki neredeyse tüm oyuncular (%95) Taylandlı olsa da, en rekabetçi şirketler genellikle en son teknolojiyi geliştirebilen ve kullanabilen denizaşırı şirketlerdir. Bu oyuncular aynı zamanda en yenilikçi oyunculardır ve Tayland pazarında çok sayıda bulunmasalar da dijital teknoloji değişip geliştikçe ticari operasyonlarını adapte edebilmektedir. Genel olarak, sektör ağırlıklı olarak iç pazara yöneliktir ve gelirin %90'ından fazlası buradan gelmektedir. Bununla birlikte, dijital içeriğin ihracatı için bir miktar potansiyel vardır, ancak bu genellikle sözleşmeyle üretilen tasarım çalışmaları içindir.

### Dijital Hizmetler

Dijital hizmetler aşağıdaki alt bölümlere ayrılabilir:

- 1) E-içerik: çevrimiçi haberler, e-kitaplar ve e-bilgi içerebilen çevrimiçi kanallar aracılığıyla bilgi sağlar. Tay trafiği yüksek e-içerik sağlayıcılarına örnek olarak Ookbee, Wongnai ve Pantip.com verilebilir.
- 2) E-işlem: Ticari işlemlerin çevrimiçi olarak yürütülmesini mümkün kılan kolaylıklar sağlar. Gelir, genellikle, örneğin otel odası rezervasyonu veya lojistik hizmetleri kullanma gibi ücretlerden gelir. Daha büyük Tayland e-işlem sitelerinden bazıları, Agoda (otel rezervasyonları) ve Kerry Express'i (teslimat hizmetleri) içerir.
- 3) E-perakende: Alıcılar ve satıcılar arasında aracılık yapan ve dolayısıyla çevrimiçi satışları kolaylaştıran çevrimiçi mağazalar veya platformlar işletir. Örnekler arasında Lazada, Shopee ve Central JD Commerce sayılabilir.
- 4) E-eğlence: televizyon, müzik ve film içeren çevrimiçi eğlence sağlar. Bu oyuncuların çoğu Netflix, Iflix (her iki film platformu) ve Joox (müzik) gibi büyük uluslararası operasyonlardır.

5) FinTech: çevrimiçi finansal hizmetler sağlar veya finansal hizmetleri müşterilerinin kullanımına sunmak için dijital teknolojiyi kullanır. Bunlara InsurTech girişimleri, e-cüzdanlar ve ödeme ağ geçitleri, kripto para uygulamaları ve 2C2P ve True Money gibi e-ödeme hizmetleri dahildir.

6) E-reklam: Sadece çevrimiçi reklamcılığı değil, ThaiFranchise Agency (TFCA), MACO, TBWA (Tayland) ve Primal gibi dijital pazarlama ajansları tarafından yürütülen marka geliştirmeyi de kapsar.

Bu işletmelerin tümü, daha sonra bir ücret talep ettikleri mal veya hizmetleri sunmanın başlıca yolu olarak dijital kanalları kullanır. Bu sektörde kurulum, önemli başlangıç yatırımları gerektirebilir, ancak sektörel büyüme son yıllarda aşağıdakilerle desteklenmiştir: (i) e-para oyuncuları için gereken kayıtlı sermayeyi 200 milyon THB'den 100 milyon THB'ye düşüren 2017 Ödeme Sistemleri Yasası'nın kabul edilmesi ve böylece pazarda artan arz; (ii) FinTech pazarının güçlendirilmesine yardımcı olan ve 2019'da eşler arası kredi platformlarının işleyişini yöneten P2P kredisi finansman platformlarına yeni düzenlemelerin getirilmesi; (iii) dijital teknolojinin sürekli gelişimi ve daha sonra çoğalan bir dizi yeni kanal aracılığıyla çevrimiçi içerik hizmetlerini destekleyen sosyal platformların ortaya çıkışı; (iv) 3G, 4G ve şimdi (bazı alanlarda) 5G ağlarının yayılması; yapay zeka, sohbet robotları, blok zinciri, kripto para birimleri ve her zamankinden daha güçlü akıllı telefonlar gibi yeni teknolojilerin kullanımıyla birlikte dijital kullanımı artması; (v) mobil para hizmetleri talebindeki büyümeyi desteklemek için çevrimiçi ödemelerde 2018'de ücretlerden feragat edilmesi; ve (vi) günlük aktivitelerin mümkün olduğunca hızlı ve kolay bir şekilde tamamlanmasını arzulayan ve bu nedenle akıllı telefonları modern yaşamın her yerde bulunan bir özelliği haline getiren tüketici davranışındaki değişiklikler.

Dijital hizmetler segmentinin piyasa değerinin %66,4'ü e-içerik ve e-işlem işlerinden gelirken, en fazla firma FinTech ve e-işlemdedir (2019 itibarıyla dijital hizmetlerdeki oyuncuların %65'i bu pazarlarda aktiftir). E-içerik, sosyal medya aracılığıyla içerik oluşturulmasını içerdiğinden ve bu da en yüksek katma değeri ürettiğinden, şirket başına en yüksek ortalama gelir seviyesini sağlar. Buna ek olarak, piyasada sadece sınırlı sayıda aktif oyuncu bulunur. Buna karşılık, Fintech pazarı büyüyor olsa da, arz kalabalık ve bu nedenle rekabet sert ve ortalama şirket gelirleri nispeten düşüktür.

| Segment     | Segmente Göre Gelir (%) | Segmente Göre Firma Sayısı (%) | Segmente Göre Şirket Başına Ortalama Gelir (THB, milyon) |
|-------------|-------------------------|--------------------------------|--|
| E-içerik    | 37,2                    | 10                             | 2.334  |
| E-işlem     | 29,2                    | 31                             | 604  |
| E-perakende | 14,9                    | 12                             | 766  |
| E-eğlence   | 9,2                     | 5                              | 1202   |
| FinTech     | 8,4                     | 34                             | 155  |
| E-reklam    | 1,1                     | 8                              | 91   |

### Yazılım ve Yazılım Hizmetleri

Yazılım ve yazılım hizmetleri 6 küçük alt kategoriye ayrılabilir:

- 1) Yazılım sistem entegrasyonu (SI): yazılım veya ilgili sistemlerin geliştirilmesini veya entegre edilmesini içerir.
- 2) Hizmet Olarak Yazılım (SaaS): Bulut aracılığıyla geleneksel yazılım paketleri sunar, böylece kullanıcıların internet üzerinden çok çeşitli programlara erişmesine olanak tanır. Bunların popüler örnekleri arasında Microsoft Office365 ve Google Drive bulunur. Gelir, aylık veya yıllık abonelik ücreti ile elde edilebilir.

- 3) Yazılım lisansı: Yazılım lisanslarının satışından veya kiralanmasından gelir elde edilir.
- 4) Yazılım bakımı: Müşterileri için tipik olarak kaynak bulma, yükleme, bakım ve yükseltme hizmetleri sağlar.
- 5) Özelleştirilmiş yazılım: Belirli bir yazılımın tasarımını ve geliştirilmesini içerir. Müşteriler, belirli, özel bir hedefe ulaşan bir program üretmek için bir şirket kiralayacak ve iş tamamlandıktan sonra genellikle bunun telif hakkına sahip olacaklardır.
- 6) Yazılım danışmanlığı/eğitimi: Hangi yazılımın müşterilerinin ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşıladığı konusunda tavsiyelerde bulunur ve ardından bunun kullanımına ilişkin eğitimler düzenler.

Yazılım ve yazılım hizmetleri segmentindeki oyuncular için gelir, yan hizmetlerin sağlanması ile birlikte yazılım ürünlerinin tasarımı, geliştirilmesi, dağıtımı, servisi ve kiralanmasından gelir. Genel olarak, şirketler veri analitiği gibi karmaşık görevlere yardımcı olmak için daha gelişmiş araçları benimserken, pazar dijital dönüşüm eğilimiyle büyümektedir. Bu ürünlerin tüketimi de değişmekte ve baskın iş modeli, son kullanıcıların lisans satın aldığı bir modelden, kullanıcıların abonelik ücreti kiraladığı veya ödediği bir modele doğru hareket etmektedir. Bu durum, daha sonra daha küçük operasyonların daha geniş bir hizmet yelpazesine erişmesine izin vermektedir. Ancak yazılım şirketlerinin, örneğin bir hizmet olarak yazılım (SaaS) veya bu şirketlerin fikri mülkiyetinden yararlanan yazılım destekli hizmetler sunarak, işlerini dönüştürme ve gelir akışlarını genişletme hamleleriyle de uyumludur.

Yazılım ve yazılım hizmetleri için 2019 itibarıyla, yazılım bakımı, SaaS ve SI grupları en büyük geliri sağlar ve bu üç hesaba bir araya getirerek Tayland yazılım pazarının değerinin %73.4'ünü oluşturur. Firma sayısı açısından bakıldığında, özelleştirilmiş yazılımlar, SI/SaaS/ve lisanslar en yoğun pazarlardır ve şirketlerin %64,5'i bu alanlarda faaliyet göstermektedir. Ancak, en yüksek ortalama şirket geliri, danışmanlık ve eğitimdeki oyuncular tarafından toplanmaktadır. Danışmanlık çalışmalarının önemli bir kısmı, danışmanlığın kendi fikri mülkiyetini kullanan gömülü yazılımın tasarımı ve geliştirilmesi konusunda tavsiye vermeyi içerir, böylece bu oyuncuların daha yüksek gelir seviyeleri elde etmelerini sağlar. Ek olarak, bu segment nispeten rakipsizdir ve piyasada aktif olan oyunculara daha fazla yardımcı olur. Yazılım bakımı (hem bakım hem de yükseltme dahil), danışmanlık ve eğitimden sonra ikinci en yüksek gelir düzeyine sahiptir.

| Segment            | Segmente Göre Gelir (%) | Segmente Göre Firma Sayısı (%) | Segmente Göre Şirket Başına Ortalama Gelir (THB, milyon) |
|--------------------|-------------------------|--------------------------------|--|
| SI                 | 23,7                    | 28,6                           | 17,1   |
| SaaS               | 9                       |                                |  |
| Lisans             |                         |                                |  |
| Bakım              | 27,7                    | 19,9                           | 20,3   |
| Özelleştirilmiş    | 17,5                    | 35,9                           | 11,5   |
| Danışmanlık/Eğitim | 22                      | 15,6                           | 25,4   |

### Dijital İçerikler

Dijital içerik sektörü, dijital içeriğin üretimini kapsar, ancak bu, yukarıdaki dijital hizmetler bölümünde açıklandığı gibi, dijital kanallar aracılığıyla e-içeriklere hizmet verme sürecini kapsamaz. Bu kategori içerisinde üç alt grup bulunmaktadır.

- 1) Oyunlar: Oyun pazarının tedarikçileri, büyükten küçüğe ve bireysel serbest çalışanlara kadar her türlü işletmeyi içerir. Bunların %96'sı oyun ithalatçısı ve dağıtıcısıdır. Ürünlerin telif hakkını elinde

bulunduran oyun geliştiricilerin ve sözleşmeli oyun tasarımcılarının sayısı sınırlıdır, çünkü yeni ürünler geliştirmek hem yazılım geliştirme hem de pazarlamaya önemli yatırımlar gerektirmektedir. Tayland'a ithal edilen çevrimiçi oyunlar çoğunlukla Güney Kore, Çin ve Tayvan'daki (toplamın yaklaşık %80'i) telif hakkı sahiplerindedir ve Tayland'daki satışların %50'den fazlası akıllı telefonlar ve tabletler aracılığıyla yapılır.

2) Animasyon: Bu, uzun metrajlı animasyon filmler, TV dizileri, mobil içerik, görsel efektler vb. dahil olmak üzere her tür animasyonu kapsar. Bu çalışmanın çoğu sözleşmeyle (gelirin %54'ü) yürütülür. Bağımsız yükleniciler, fikri mülkiyet hakları sahipleri ve ithalatçıların tümü, televizyon veya reklam yoluyla dağıtımına bağımlı olma eğilimindedir.

3) Karakter: Çevrimiçi kanallar aracılığıyla dijital ürünler olarak dağıtılmak üzere karakterler geliştiren sanatçılar ve tasarımcılar için piyasayı tanımlar. Arza bağımsız tasarımcılar hakimdir, ancak değer olarak bunlar pazarın sadece %8'ini oluştururken, kalan %92'si distribütörler ve ithalatçılar tarafından karşılanır. Satış kanalları (ör. Line Sticker), küçük müşterilere ve diğer işletmeler için sözleşmeli olarak da çalışabilen bağımsız operatörlere açıktır.

Bu alt sektör, dijital teknolojiye taşınan sosyal medyanın artan kullanımına göre genişlemektedir. Kendilerine ait telif hakkı ürünlerine sahip az sayıda oyuncu vardır, bu nedenle çoğunlukla yukarıda belirtildiği gibi hizmetleri sağlayarak gelir elde ederler.

Tayland dijital içerik pazarındaki oyuncular genellikle küçük şirketlerdir ve bu nedenle genellikle denizaşırı pazarlara satış yapmak için gereken becerilerden yoksundur. Bu nedenle ürünleri genellikle küresel düzeyde nispeten bilinmez ve bunun yerine esas olarak iç pazara odaklanmaktadır. Ancak, bazı büyük oyuncular uluslararası müşteriler için de ürünler üretmektedir (genellikle ABD, Japonya ve Çin'de). Gelişmiş ekonomilerdeki işletmelerin yaratıcı çalışmalarının giderek daha fazla dış kaynak kullanma eğilimi göz önüne alındığında, dijital içeriğin gelecekte büyümesi muhtemeldir. Yurtiçinde, pazar, çevrimiçi oyun oynayan insan sayısındaki büyümeden, mobil ve e-sporun resmi olarak tanınmasından ve cep telefonlarına ve tabletlere sunulan akış hizmetlerinin giderek daha fazla alınmasından yararlanmaktadır.

Dijital içerik pazarının değerinin %80'i oyun segmentinden gelmektedir. Oyun segmenti, aynı zamanda en kalabalık segment olmasına rağmen, şirket başına en yüksek gelir seviyesine de sahiptir. Datareportal 2019 verilerine göre dünyada günlük ortalama oyun konsoluna ayrılan süre 1 saat 10 dk iken Tayland'da bu süre 1 saat 43 dk'dır ve Asya'daki en uzun süredir.

| Segment   | Segmente Göre Gelir (%) | Segmente Göre Firma Sayısı (%) | Segmente Göre Şirket Başına Ortalama Gelir (THB, milyon) |
|-----------|-------------------------|--------------------------------|--|
| Oyun      | 81,9                    | 49,7                           | 299,3  |
| Animasyon | 11,2                    | 40,4                           | 50,6   |
| Karakter  | 6,9                     | 9,9                            | 126,2  |

## İlgili Kurumlar

Kilit devlet kurumları, dijital teknolojideki hızlı büyümeyi Endüstri 4.0 çağına yönlendirmede önemli bir role sahiptir. Bununla birlikte, yerli dijital endüstrilerin büyümesi ve Tayland'ın dünya sahnesinde etkin bir şekilde rekabet etmesi amacıyla yetkililer, ülkeyi dijital çağda ilerletmeye yönelik bir dizi politika geliştirdi. Bunlar, "Dijital Tayland" ana planı altında bir araya getirildi ve "Ekonomi ve Toplum için Dijital Kalkınma B.E 2560 Yasası" ile Ulusal Dijital Ekonomi ve Toplum Komisyonu Ofisi'nin kurulmasını içermektedir. Bu girişimlerin, daha sonra kamu ve özel sektörlerin dijital dönüşümünü kolaylaştıracak

destekleyici bir ekosistemin gelişimini hızlandıracağı umulmaktadır. Dijital geliştirme ve entegrasyondan sorumlu bireysel devlet kurumları aşağıda açıklanmıştır:

**1) Ulusal Dijital Ekonomi ve Toplum Komisyonu Ofisi (ONDE)**, Dijital Ekonomi ve Toplum Bakanlığı'na bağlı olarak faaliyet gösterir ve bu alanda politika geliştirmeden sorumlu ana devlet organıdır. ONDE, dijital ekonomi için ulusal ana planı yönetmekle görevlidir ve bu amaçla Komisyon, ulusal altyapıyı yükseltme, destekleyici bir dijital ekosistem oluşturma ve dijital teknolojiyi ekonomik kalkınmaya uygulama ihtiyacını öne çıkartmaktadır (örneğin, e-ticaret platformlarının oluşturulması, akıllı şehirlerin geliştirilmesi ve dijital endüstrilerde Ar-Ge için destek sağlanması yoluyla).

2) Politikayı destekleyen veya uygulayan kurumlar ise şöyle sıralanmaktadır:

**Dijital Ekonomi Tanıtım Ajansı (DEPA)** da Dijital Ekonomi ve Toplum Bakanlığı'nın kontrolü altındadır. DEPA, dijital endüstrilerle ilgili hükümet politikasının uygulanmasından sorumlu ana destek kurumudur ve bu amaçla, ajans, işgücü arasında dijital becerilerin geliştirilmesine ve dijital ekonomiye geçiş için destek sağlanmasına odaklanmıştır. Bu destek, değerli projelerin finansmanı ve yeni girişimlerin yolculuklarının başlangıcından tam ticari kârlılığa kadar ölçeklendirme süreci boyunca yetiştirilmesi yoluyla elde edilmektedir. Bugüne kadar yapılan hibeler, özellikle imalat (%55) ve ticaret ve hizmetlerde (%21) dijital dönüşümü öne çıkarmaktadır:

| 2020 Yılında Dağıtılan DEPA Fonları (THB, milyon) |      |
|---|------|
| Dijital Dönüşüm Fonu                              | 40,7 |
| Mini Dönüşüm Fonu                                 | 30,5 |
| ISO/IEC 29110                                     | 7    |
| Dijital Dönüşüm için Kavramsal Plan               | 4,6  |

| 2020 Yılında Dağıtılan DEPA Dijital Dönüşüm Fonları (%) |    |
|---|----|
| İmalat Sanayi   | 55 |
| Ticaret ve Hizmetler                                    | 21 |
| Dijital Sanayi  | 15 |
| Turizm Sektörü  | 6  |
| Basım Sektörü   | 3  |

**Ulusal Bilim ve Teknoloji Geliştirme Ajansı (NSTDA), Ulusal Elektronik ve Bilgisayar Teknolojisi Merkezi (NECTEC) ve Ulusal Yenilik Ajansı (NIA)** olmak üzere Bilim ve Teknoloji Bakanlığı'nın himayesi altında faaliyet gösteren üç destek kurumu bulunmaktadır. Bunlar genellikle hedef endüstrilerde araştırma ve geliştirme sağlar. Bu nedenle, NSTDA tarım ve gıda, enerji ve çevre, sağlık ve ilaç, biyo-kaynaklar ve topluluklar ve imalat ve hizmet endüstrileri olmak üzere beş alana odaklanırken, NECTEC elektronik ve bilgi işlem üzerine yoğunlaşmaktadır.

Sektör üzerinde etkisi olan diğer kurumlar arasında **Yatırım Kurulu (BOI)** da bulunmaktadır. BOI, kurumlar vergisi için 5-8 yıllık muafiyetler ve makine ve parçaların ithalatına ilişkin vergilerden muafiyetler sunarak, "Yeni S-eğrisi" endüstrileri ve ileri teknoloji kullanan veya yeni atılımlara veya yeniliklere dayanan sanayiler (A1-A3 endüstrileri) kapsamındaki dijital işlere (dijital teknoloji, yazılım, dijital hizmetler ve dijital altyapı geliştirme dahil) yatırımı teşvik etmektedir.

## Yatırım Teşvikleri

16 Eylül 2021'de Tayland Yatırım Kurulu (BOI) tarafından Tayland'ın BT altyapısını artırmak ve küresel standartlar ve uygulamalara uygun profesyonel BT hizmetleri geliştirmek için 5.7 (Yazılım), 5.8 (E-ticaret) ve 5.9 (Dijital Hizmetler) kategorilerini kaldırıp yeni bir kategori olan 5.10'u (Yazılım, dijital hizmetler platformu veya dijital içerik faaliyetleri) ekleyerek yeni bir düzenlemeyi duyurdu.

Yazılım, platform veya dijital içerik yoluyla mal satışının yeni kategori kapsamında sayılmamaktadır ve bu nedenle kategori 5.10 kapsamında tanıtılan bir faaliyet olarak kabul edilmemektedir.

Bu yeni kategori kapsamında yer alan projeler, bazı vergi dışı teşvikler ile sekiz yıllık kurumlar vergisi (CIT) muafiyeti (bir üst sınır ile) ve belirli makinelerde ithalat vergileri muafiyeti gibi faydaları içeren faaliyete dayalı teşvik düzeyi "A2"ye hak kazanmıştır. CIT muafiyetlerine ilişkin üst sınırın hesaplanması, gidere dayalı bir yaklaşıma dayanmaktadır. Her mali yıl için üst sınır, onaylanmış bir projeye göre ek olarak işe alınan Taylandlı BT personelinin ücretine, Taylandlı personel için eğitim giderlerine (%200) ve kalite sistem sertifikası alma giderlerine (daha ayrıntılı koşullara ve hesaplama yöntemleri) göre hesaplanacaktır.

Yukarıda listelenen teşviklere hak kazanmak için, tanıtılan bir işletmenin aşağıdaki koşulları içeren belirli kriterleri ve koşulları karşılaması gerekir:

BOI terfi başvurusunun BOI ile sunulmasından sonra yeni istihdam edilen Taylandlı BT personelinin toplam tazminatına dayanan bir yıllık yatırım düzeyine (minimum 1,5 milyon THB) sahip olmalıdır.

Yazılım geliştirme, dijital hizmetler için bir platform veya dijital içerik geliştirme süreçleri, BOI tarafından belirtildiği şekilde Tayland'da gerçekleştirilmelidir.

CIT muafiyeti kapsamına giren bir yatırım projesinin geliri, yazılım, dijital hizmetler platformu veya dijital içerikle doğrudan ilgili satış ve hizmetlerden elde edilen gelirdir.

Başvuru sahibi yatırım projesi için küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ'ler) için yatırım teşvik sistemine de başvuramaz.

Doğu Ekonomik Koridoru'nda (EEC) insan kaynaklarının geliştirilmesi ile ilgili iş yürüten veya iş faaliyetleri yürütmeyi planlayan kategori 5.10 kapsamında yatırım teşviki için başvuran bir başvuru sahibi, yatırım teşviki başvurusunu BOI'ye sunarken bu niyetini BOI'ye bildirmelidir.

## Tayland'da Dijital Endüstrileri Destekleyici Faktörler

Tayland'ın dijital endüstrileri, hem tüketici hem de iş ortamlarının dijital dönüşümü tarafından yönlendirilmektedir ve bu teknolojiler, işletmelerin işlerini ve günlük faaliyetlerini sorunsuz bir şekilde kolaylaştıran bir arka plan özelliği olarak giderek daha fazla kullanılmaktadır. Bu durum, yüksek hacimli veri akışlarına ve bunları yönetmek için gerekli olan karmaşık hizmetlere yönelik talebi beslemektedir. İnternet servislerinin penetrasyon ve alım oranları bu tabloyu doğrulamaktadır:

1) Tayland'da günlük internet hizmetleri tüketimi 2015'te ortalama 5,5 saatten 2019'da 9,01 saate yükseldi (günlük ortalama 6,5 saat olan küresel ortalamanın önemli ölçüde üzerinde). Mobil cihazlar için ortalama bağlantı hızları da 2015'te 2,8 Mbps'den 2020'de 51,7 Mbps'ye yükseldi (küresel ortalama 42,7 Mbps'ye karşı).

2) Taylandlı kullanıcılar, 2019 itibariyle küresel ortalama olan 8,6 ile karşılaştırıldığında kişi başına ortalama 10,1 sosyal medya hesabı kullanmaktadır.

3) 2019 itibarıyla 69,6 milyonluk bir nüfus için Tayland'da 93,3 milyon mobil internet bağlantısı vardı. Dolayısıyla bu durum tüm nüfusun %34'ünün 1'den fazla mobil internet bağlantısına sahip olduğunu göstermektedir.

Aynı zamanda, sektörün arz yönüne destek, ülkenin dijital altyapısının gelişmiş durumundan, özellikle ülkenin yüksek akıllı bağlantı yoğunluğundan ve yüksek hızlı ağların geniş kapsama alanından gelmektedir. 2018 itibarıyla Tayland'daki mobil internet bağlantılarının yaklaşık %99'u 3G-5G ağları üzerinden yapılırken, dünya ortalaması %71'dir. Bu daha sonra bulut teknolojilerine erişimin genişletilmesine yardımcı olmakta ve işletmelerin dijital ve yazılım hizmetlerini ne kadar etkili bir şekilde geliştirebileceklerinin önemli bir belirleyicisi olan kullanılabilir bilgi işlem gücünü artırmaktadır.

Yukarıda özetlenen olumlu faktörler sayesinde, dijital hizmetler, yazılım ve dijital içerik pazarlarındaki Taylandlı oyuncuların geliri 2017-2019'a göre yılda ortalama %14,0 artmıştır.

Uluslararası Yönetim Geliştirme Enstitüsü'nün (IMD) 2020'de yayınladığı rapora göre dijital hizmetler endüstrisi için küresel pazardaki rekabet gücü açısından 63 ülke arasında Tayland 39. sırada yer almıştır. Tayland, Endonezya (56.) ve Filipinler (57.) dahil olmak üzere bazı ASEAN ülkelerinin önündedir, ancak Malezya (26.) gibi ülkelerin gerisinde kaldı. Olumlu olarak Tayland, yüksek hızlı internet ağlarının geniş kapsama alanından ve ilgili altyapıya yapılan ortak kamu-özel yatırımdan gelen avantajlardan yararlanmaktadır. Bununla birlikte, yerel sanayi, işgücündeki yaygın dijital beceri eksikliği ve yüksek vasıflı uzmanların eksikliği engel oluştururken, araştırma ve geliştirmeye yapılan harcamalar da düşük kalmaktadır. Gerçekten de, geçmişte, yerli sanayide yüksek vasıflı personele erişim, Tayland'a yatırım yapmış yabancı uzmanlarla sınırlı olma eğilimindeydi.

Dijital becerilerdeki zayıflık ve Ar-Ge'nin yetersiz kalması, yüksek değerli yazılım ve platformların geliştirilmesine sınırlı yatırım yapılmasına neden oldu. 2020'de bu yatırımlar, BOI tarafından dijital hizmetlere yapılan tüm yatırımların değerinin yalnızca %7'sini oluşturuyordu. Bunun yerine, çok daha düşük katma değer seviyelerine sahip olmasına rağmen yatırım, kurumsal yazılımın geliştirilmesine (% 45,1) yöneldi.

| <b>BOI tarafından Onaylanan Dijital Yatırım Projeleri (%)</b> |      |
|---|------|
| Kurumsal Yazılım  | 45,1 |
| Dijital Hizmetler   | 26,8 |
| E-ticaret   | 20,4 |
| Yüksek Katma Değerli Yazılım                                  | 7    |
| Data Merkezi  | 0,7  |

### **Güncel Pazar**

2020 yılında toplam pazarın 350 milyar THB büyüklüğüne ulaştığı tahmin edilmektedir. 2018 ve 2020 yılları arasında, Tayland dijital hizmetler ve yazılım endüstrisinin geliri yılda ortalama %13,0 arttı. Talep, işletme sahiplerinin faaliyetlerinde dijital bir dönüşüm gerçekleştirme ve sürekli gelişen küresel trendlere paralel olarak operasyonlarının daha büyük bir bölümünü çevrimiçi ortama taşıma yönündeki güçlü arzusuyla desteklendi. Bu süreç daha sonra, işletmelerin bulut ve IoT özellikli çevrimiçi platformlar tarafından toplanan büyük verileri elemeleri ve daha sonra bunu ticari avantaj olarak kullanmaları, analitik yazılımdan yararlanmaya teşvik eden hükümetin "Tayland 4.0" politikası tarafından hızlandırıldı. Aynı zamanda, 4G şebekelerinin yaygınlaşması sayesinde tüketicilerin artık internete daha kolay erişebilmeleri, son zamanlarda günlük hayatın bir parçası haline gelen dijital iletişim servislerinin kullanım oranlarının artmasına yardımcı olmuştur. Bunun ötesinde, Covid-19

küresel salgını, platform odaklı yazılım ve dijital hizmetlere olan talebi artıran bir diğer önemli faktör olmuştur.

Dijital hizmetlerde yıllık gelir artışı 2018-2020 boyunca %10'un üzerinde kaldı. 2018 ve 2019'da dijital hizmet sağlayıcılarının geliri sırasıyla %24,2 ve %10,4 arttı. Toplam gelir, Covid-19 pandemisinin ortaya çıkması ve ardından hastalığın yayılmasını kontrol etmek için en önemlileri sosyal mesafe ve tecrit önlemleri olmak üzere hükümet destekli önlemler sayesinde 2020'de %20,5 arttı. Bu, daha sonra, ülke genelinde yüksek hızlı internet ağlarının yayılmasının da yardımıyla, çevrimiçi hizmetlere olan talebin hızlı bir şekilde artmasına neden oldu. 2020 e-Conomy SEA raporuna göre, Taylandlı internet kullanıcılarının oranının 2020'de bir önceki yıl nüfusun %36'sı iken %43'e yükseldiğini ifade etmiştir. Bu durum, Büyük Bangkok bölgesi dışında dijital hizmetlerin yaygınlaştırılmasında bir başka önemli faktör olmuştur. (Çevrimiçi bilgi tüketimini, çevrimiçi alışverişi, eve teslim için çevrimiçi yemek siparişini ve çevrimiçi ödeme ve transfer yapmayı içermektedir).

Yazılım ve yazılım hizmetlerinde gelir artışı, 2020'de hafifçe düşmeden önce 2018 ve 2019'da hızlandı. 2018 ve 2019'da yazılım ve yazılım hizmetleri segmenti geliri sırasıyla %8,1 ve %13,4 arttı. Gelir, genel olarak olumsuz ekonomik ortam ve bunun yazılım ve diğer BT genel giderlerinin kurumsal harcamalar üzerindeki etkileri nedeniyle 2020'de %1,2 düştü. Ancak bu durum, Covid-19'un iletişim paketleri (örneğin çevrimiçi toplantıları yönetmek için) dahil olmak üzere bazı yazılım türleri için yarattığı ek taleple bir şekilde telafi edildi. Ancak genel olarak şirketler yıl içinde harcamaları sıkılaştırdı ve işletmeler zaten kullandıkları yazılımlarla yetinerek maliyetleri düşürme eğilimindeydi.

Dijital endüstrilerin diğer segmentlerinde olduğu gibi, dijital içerik sağlayıcıların geliri 2018 ve 2019'da sırasıyla %11,3 ve %11,5 oranında büyüdü. 2020'de dijital içerik sağlayıcıların toplam geliri, büyük ölçüde oyun pazarındaki büyüme sayesinde %10,1 arttı. Sosyal mesafenin yeni normalleşmesi tüketicileri giderek daha fazla evde çalışmaya zorladı. DEPA, bunun sonucu olarak oyun oynamanın yıl boyunca %20 arttığını ve bunun da iç pazardaki büyümeyi desteklediğini tahmin etmektedir. Bu, Tayland oyun pazarının 2020'de %15,8 büyüdüğünü, cep telefonları/tabletler, PC'ler ve oyun konsolları arasında %71, %22 ve %7 oranında büyüdüğünü tahmin eden AIS E-Sports ile uyumludur. Bununla birlikte, animasyon ve karakter pazarı 2020'ye kadar yavaşlamaya devam etti. Tüketiciler giderek televizyon izlemekten akış hizmetlerini tüketmeye geçmekte ve birincisi yurtiçinde üretilen animasyon ve karakterlerin ana dağıtım kanalı iken, ikincisi uluslararası pazarlar için animasyonlar göstermektedir.

2021-2023'te Tayland yazılım ve dijital hizmetler sektörü gelirinin yılda ortalama %10,5 artması beklenmektedir. Gelir artışının, tüketici harcama gücündeki toparlanmadan ve kurumsal yapılarını elden geçirmek ve dijital teknolojinin uygulanması yoluyla daha fazla değer katmak isteyen işletmelerden gelen daha güçlü talepten faydalanması öngörülmektedir. Dijital hizmetlerde gelirin 2021-2023'te yılda yaklaşık %12,0-13,0 oranında artması, yazılım ve yazılım hizmetlerinde yıllık %7,0-8,0 oranında büyümesi ve dijital içerikte yılda ortalama %9,0-10,0 oranında artması beklenmektedir.

*Not: Bilgi notu, yeni veriler açıklandıkça güncellenecektir.*