



FİLİPİNLER



GIDA SANAYİİ ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

Tarih: 12 Mayıs 2026

Raporu Hazırlayan: Manila Ticaret Müşavirliği

İçindekiler

I. Ülke Pazarında Gıda Sanayii Ürünleri Sektörü.....	4
A. İlgili Sektörde Üretim	5
B. Ortalama Üretici Fiyatları	6
C. Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler	7
D. Sektörde Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi.....	10
II. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti	12
III. Sektörde Ülkemizden İhracat.....	22
A. Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Değer)	22
IV. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş.....	30
A. Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler	30
B. Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı	31
C. İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri.....	32
D. İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar	35
E. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler.....	35
F. Sektörde Sevk Öncesi İnceleme ve Yetkilendirilmiş Gözetim Şirketleri.....	36
G. Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri	36
H. Gerçekleştirilmesi Planlanan Ticaret Heyetleri	37
İ. Sektörde İhale Yayımlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler	38
J. Ülkenin Serbest Ticaret Anlaşmaları	38
K. Sektörde Standartlar.....	40
L. Sektörde Etiketleme	41
M. Sektörde Ambalajlama	42
N. Lojistik	43
O. Dağıtım Kanalları.....	45
P. E-Ticaret	47
1. Ülkedeki Pazaryerleri.....	47

2. Özel Günler, Bayramlar	49
3. En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları.....	50
4. E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri	51
5. E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler.....	51
6. E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri.....	53
R. Tanıtım ve Pazarlama	54
S. Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler	56
T. Sektörde Vergiler.....	58
U. Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller	59
V. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar	60
VI. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Tehditler	61
VII. Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler.....	62
VIII. Genel Değerlendirme	63
IX. Yararlı Adresler	64
X. Kaynakça	65

GIDA SANAYİİ ÜRÜNLERİ SEKTÖRÜ

PAZAR ARAŞTIRMASI RAPORU

(MAL TİCARETİ)

Bu çalışma kapsamında; işlenmiş gıda kategorisi altında değerlendirilebilecek IV. Bölüm'ün 16, 17, 18, 19, 20 ve 21 numaralı fasılları incelenmiştir. Meşrubat, alkollü içkiler ve sirke (22. Fasıll); gıda sanayiinin kalıntı ve döküntüleri, hayvanlar için hazırlanmış kaba yemler (23. Fasıll); tütün ve tütün yerine geçen işlenmiş maddeler (24. Fasıll) kapsamı dışı tutulmuştur.

Raporda yer alan istatistikler Filipinler resmî kaynaklarından derlenmiş olup Ülkemiz kurumlarının açıkladığı istatistiklere bu çalışmada yer verilmemiştir. Eşya tanımları olarak Türk Gümrük Tarife Cetveli değil, ASEAN Harmonized Tariff Nomenclature (AHTN)'de yer alan tanımların Türkçe'ye tercümelere kullanılmıştır.

I. Ülke Pazarında Gıda Sanayii Ürünleri Sektörü

Filipinler gıda sanayisi, Güneydoğu Asya'daki hızlı büyüyen imalat sektörlerinden biridir. 16–21. fasıllar kapsamındaki işlenmiş gıda pazarı; hızlı kentleşme, nüfus artışı ve değişen tüketici yaşam tarzları nedeniyle önemli ölçüde genişlemiştir. İşlenmiş et, deniz ürünleri, şekerleme, tahıl ürünleri, unlu mamuller, tüketime hazır yemekler, soslar ve atıştırılmalık gıdalara olan talep artmaya devam etmektedir. Gıda işleme sanayisi, Filipinler'de istihdam ve sanayi üretimine önemli ölçüde katkı sağlamaktadır.

Ülkenin güçlü perakende ağı ve hızla büyüyen e-ticaret sektörü de hem yerel üretim hem de ithal gıda ürünlerinin tüketiminin artmasına katkı sağlamıştır. İthal gıda ürünleri, özellikle Metro Manila, Cebu ve Davao gibi kentsel alanlardaki süpermarketlerde ve marketlerde yoğun şekilde görülmektedir. Filipinler, geniş tüketici tabanı ve işlenmiş ile pratik gıdalara yönelik güçlü tercih nedeniyle ithal gıda ürünleri ve gıda bileşenleri açısından önemli bir pazar hâline gelmiştir.

A. İlgili Sektörde Üretim

Ülkenin gıda işleme sanayisi, Filipinler'deki en büyük imalat sektörlerinden biri olup istihdam ve ekonomik faaliyetlere önemli ölçüde katkı sağlamaktadır. Sektörün, önde gelen üreticilerin performansının etkisiyle 2026 yılında yaklaşık %5 oranında büyümesi öngörülmektedir.

16. fasıl ürünlerinde Filipinler, gelişmiş bir işlenmiş et ve deniz ürünleri sanayisine sahiptir. Yerel üretim; konserve sardalya, ton balığı ürünleri, sosis, “*luncheon meat*” ve işlenmiş kanatlı ürünlerini kapsamaktadır. Başlıca işleme merkezleri ton balığı ürünleri için General Santos City’de, işlenmiş et ürünleri için ise Pampanga ve Cebu’da bulunmaktadır. Bununla birlikte ülke; sığır eti, mekanik olarak ayrılmış et (MDM), balık girdileri ve çeşitli gıda katkı maddeleri ithalatına bağımlı olmaya devam etmektedir.

17. fasıl kapsamında yer alan şeker ve şeker mamulleri ürünlerinde Filipinler, tarihsel olarak Negros Occidental, Batangas ve Bukidnon’da bulunan büyük şeker plantasyonlarıyla bir şeker üreticisi ülke olmuştur. Yerel üretime rağmen, arz dalgalanmaları ve uluslararası şeker fiyatları nedeniyle son yıllarda ithalat artmıştır.

18. fasıl kapsamındaki kakao ve çikolata sektörü de hızla gelişmektedir. Yerel kakao üretimi gelişmekte olmakla birlikte, yurt içi üretim sanayi talebini karşılamak için yetersiz kalmaktadır. Bu nedenle Filipinler, gıda üretiminde kullanılmak üzere kakao tozu, kakao kitlesi ve çikolata bileşenleri ithal etmektedir.

Tahıllar, un, nişasta ve süt ürünlerinden hazırlanan ürünleri kapsayan 19. fasıl, Filipinler gıda sanayisindeki en büyük kategorilerden birini oluşturmaktadır. Hazır noodle, bisküvi, ekmek ürünleri, kahvaltılık tahıllar ve süt ürünleri pazarı gelişmiştir. Sınırlı yerli buğday üretimi nedeniyle Filipinler önemli miktarda buğday ve süt tozu ithal etmektedir. Önde gelen yerel üreticiler hazır noodle ve unlu mamuller sektörlerine hâkim durumdayken, ithal premium ürünler orta ve üst gelir grubundaki tüketiciler arasında giderek daha fazla popülerlik kazanmaktadır.

20. fasıl kapsamında Filipinler, zengin tarımsal kaynaklarla desteklenen güçlü bir meyve ve sebze işleme sanayisine sahiptir. Ülke; konserve ananas, kuru mango, hindistancevizi ürünleri ve muz cipsi ihracatıyla küresel ölçekte tanınmaktadır. Bununla birlikte, değişen beslenme alışkanlıkları ve

uluslararası mutfaklara olan ilginin artması nedeniyle özel işlenmiş meyveler, soslar ve konserve sebze ithalatı da artmaktadır.

Çeşitli yenilebilir ürünler olarak sınıflandırılan 21. fasıl ürünleri; hazır kahve, soslar, çeşniler, aroma vericiler, çorba karışımları ve besleyici ürünleri kapsamaktadır. Filipinler, Asya'daki en büyük hazır kahve tüketicilerinden biri olup bu segment oldukça rekabetçidir. Yoğun kent yaşamı nedeniyle pratik ürünlere ve tüketime hazır yemeklere olan talep artmaya devam etmektedir.

Filipinler İstatistik Kurumu'na (PSA) göre, Aralık 2025'te imalat sanayisi üretim hacim endeksi (VoPI), Kasım 2025'teki yıllık %1,1'lik düşüşün ardından yıllık bazda %1,0 artış kaydetmiştir. Aralık 2024'te ise imalat sanayisi VoPI yıllık %0,5 artış göstermiştir.

Gıda ürünleri imalatında, üretim hacim endeksinin (VoPI) yıllık büyüme oranı Kasım 2025'teki %7,6 seviyesinden Aralık 2025'te %10,4'e yükselmiştir. Aralık 2024'te ise gıda ürünleri imalatına ilişkin VoPI yıllık bazda %5,3 düşüş kaydetmiştir.

Aralık 2025'te gıda ürünleri imalatına ilişkin üretim hacim endeksinin (VoPI) yıllık büyüme oranındaki hızlanma, esas olarak 8 sanayi grubunun 5'inde VoPI büyüme oranlarının yükseliş eğilimi göstermesinden kaynaklanmıştır. Bu artışa, Kasım 2025'teki %13,2 seviyesinden ay içerisinde yıllık %44,3'e yükselen süt ürünleri imalatı VoPI öncülük etmiştir.

Buna karşılık, gıda ürünleri imalatı kapsamındaki diğer sanayi gruplarına ilişkin üretim hacim endeksi (VoPI), Aralık 2025'te bir önceki aya kıyasla yıllık büyüme oranlarında düşüş eğilimi göstermiştir.

B. Ortalama Üretici Fiyatları

Filipinler gıda sanayisindeki üretici fiyatları; küresel emtia fiyatları, döviz kuru dalgalanmaları, yakıt maliyetleri, taşıma giderleri ve hammaddelerde ithalata bağımlılık gibi unsurlardan etkilenmektedir. Pazar, özellikle orta ve düşük gelir grubundaki tüketiciler açısından fiyatlara karşı oldukça hassastır. Bu nedenle üreticiler, ürünlerin erişilebilirliğini korumak amacıyla yaygın olarak daha küçük ambalaj boyutları kullanmaktadır. Tüketicilerin satın alma gücü, perakende fiyatlandırma stratejilerini güçlü şekilde etkilemekte olup uygun fiyatlılık tedarikçiler ve ihracatçılar açısından önemli bir unsur olarak öne çıkmaktadır.

Filipinler İstatistik Kurumu (PSA), Aralık 2025 dönemine ilişkin İmalat Sanayisi Üretici Fiyat Endeksi (PPI) raporunu yayımlamış olup buna göre gıda ürünleri imalatına ilişkin PPI'nın yıllık büyüme oranı Aralık 2025'te %0,1 düşüş göstermiştir. Aralık 2024'te ise gıda ürünleri imalatına ilişkin PPI yıllık bazda %1,8 artış kaydetmiştir.

Gıda ürünleri imalatına ilişkin üretici fiyat endeksinin (PPI) yıllık büyüme oranında Kasım 2025'ten Aralık 2025'e yaşanan düşüş, sekiz sanayi grubunun beşinde PPI yıllık büyüme oranlarının gerileme eğilimi göstermesinden kaynaklanmıştır. Bu düşüşe, Kasım 2025'teki %0,4 seviyesinden ay içerisinde yıllık %1,3 düşüş kaydeden hazır hayvan yemleri imalatı sanayi grubu öncülük etmiştir.

Diğer taraftan, balık, kabuklular ve yumuşakçaların işlenmesi ve saklanmasıyla ilişkin üretici fiyat endeksinde (PPI) yıllık düşüş oranı, Kasım 2025'teki %3,6 seviyesinden Aralık 2025'te %2,9'a gerilemiştir. Tahıl değirmenciliği ürünleri, nişasta ve nişasta ürünleri imalatına ilişkin PPI'da ise yıllık düşüş oranı aynı dönemde Kasım 2025'teki %1,8 seviyesinden %1,4'e inmiştir. Ayrıca, meyve ve sebzelerin işlenmesi ve saklanmasıyla ilişkin PPI'nın yıllık artış oranı, bir önceki aydaki %1,1 seviyesinden Aralık 2025'te %1,6'ya yükselmiştir.

Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (DTI), konserve ve diğer gıda ürünleri, şişelenmiş su, süt ürünleri ile yaygın ev ve mutfak malzemeleri gibi temel ihtiyaçlar ve temel tüketim malları (BNPCs) için güncel tavsiye edilen perakende fiyatlarını (SRP) yayımlamaktadır. Bakanlık, 2 Şubat–16 Nisan 2026 dönemini kapsayan temel ihtiyaçlar ve temel tüketim mallarına ilişkin resmî SRP listesini açıklamıştır (<https://www.dti.gov.ph/dti-consumer-space/dti-latest-srps-basic-necessities-prime-commodities>). SRP, aksi belirtilmedikçe ülke genelinde geçerli olan bir rehber niteliği taşımaktadır. Ayrıca, aksi belirtilmedikçe hem süpermarketleri hem de geleneksel pazarları kapsamaktadır.

C. Sektörde Üretici Yerli Firmalara ve Üretici Birlikleri/Derneklerine İlişkin Bilgiler

Filipinler gıda imalat sektörü, Century Pacific Food, Liwayway Holdings, Monde Nissin, San Miguel Food and Beverage ve Universal Robina Corporation (URC) başta olmak üzere çeşitli büyük yerel şirketlerin hâkimiyetindedir. Bu şirketler, kapsamlı üretim tesisleri, köklü markaları ve ülke çapına yayılmış dağıtım ağları sayesinde iç pazarda güçlü konumlarını sürdürmektedir.

Sektördeki önde gelen şirketlerden biri olan San Miguel Food and Beverage, ülkenin en büyük gıda ve içecek holdinglerinden biridir. Şirket; süt ve kanatlı ürünlerinde Magnolia, işlenmiş et ürünlerinde ise Purefoods gibi iştirakler ve markalar aracılığıyla birçok ürün kategorisinde faaliyet göstermektedir. Şirketin faaliyetleri özellikle işlenmiş etler, süt ürünleri ve içeceklerle bağlantılı ürünlerde güçlü bir varlığa sahiptir (<https://www.sanmiguel.com.ph/>).

Bir diğer önemli firma ise Filipinler'in önde gelen atıştırmalık gıda ve içecek üreticilerinden biri olan Universal Robina Corporation'dır (URC). URC; Jack 'n Jill, C2 Cool and Clean ve Great Taste Coffee gibi tanınmış markalar altında geniş bir ürün yelpazesi üretmektedir. Şirket özellikle atıştırmalık gıdalar, şekerlemeler, hazır içecekler ve kahve müstahzarlarında güçlü bir konuma sahiptir (<https://www.urc.com.ph/>).

Century Pacific Food, Inc., işlenmiş deniz ürünleri, et ve süt ürünleri alanında uzmanlaşmış bir diğer baskın üreticidir. Şirketin en önemli ürünleri arasında konserve ton balığı, konserve sardalya, işlenmiş et ürünleri ve süt bazlı ürünler yer almaktadır. Şirket, deniz ürünleri ve işlenmiş et ürünlerinde önemli bir rol oynamakta olup süt ürünleri alanında da faaliyet göstermektedir (<https://www.centurypacific.com.ph/>).

Monde Nissin Corporation, "Lucky Me!" hazır noodle ürünleri, SkyFlakes krakerleri ve Nissin bisküvileri ile geniş çapta tanınmaktadır. Şirket, tahıl, un ve unlu mamul ürün kategorilerindeki önde gelen üreticilerden biridir. Ürünleri, uygun fiyatlılık ve pratiklik nedeniyle hem kentsel hem de kırsal pazarlarda büyük popülerliğe sahiptir (<https://mondennissin.com/>).

RFM Corporation, un değirmenciliği ile un bazlı ürünler, süt ürünleri, meyve suları ve dondurma üretimi yapan bir diğer önemli gıda üreticisidir. Şirket, fırıncılık girdileri, süt ürünleri ve işlenmiş gıda müstahzarları alanlarında önemli katkı sağlamaktadır (<https://www.rfmfoods.com/>).

Del Monte Philippines, Inc., işlenmiş meyveler, konserve ananas ürünleri, meyve suları, soslar ve domates bazlı ürünler alanında uzmanlaşmıştır. Şirket özellikle işlenmiş meyve ve sebze ürünleriyle güçlü şekilde özdeşleşmiştir. Del Monte ürünleri hem yurt içinde hem de uluslararası pazarlarda yaygın olarak dağıtılmaktadır (<https://www.delmontephil.com/>).

Liwayway Marketing Corporation, Oishi markasıyla geniş çapta tanınan ve ülkenin önde gelen atıştırmalık gıda üreticilerinden biri olan bir şirkettir. Şirket, geniş bir cips, kraker ve şekerleme ürünü yelpazesi üretmektedir (<https://www.oishi.com.ph/>).

CDO Foodsphere, Inc., sosis, konserve et ürünleri ve dondurulmuş gıdalar dâhil olmak üzere işlenmiş et ürünlerinin önde gelen üreticilerinden biridir (<https://www.cdo.com.ph/>).

Son olarak, Pilmico Foods Corporation (<https://www.pilmico.com/>) ve Zest-O Corporation (<https://www.zesto.com.ph/>) da sektörde önemli rol oynamaktadır. Pilmico, un değirmenciliği ve gıda bileşenlerine odaklanırken, Zest-O meyve suyu içecekleri ve içecek ürünleriyle tanınmaktadır.

Filipinler gıda sanayisinde mevzuata uygunluğun ve ürünlerin yasal statüsünün sağlanabilmesi amacıyla, ülkedeki gıda üreticilerinin kayıt durumlarının doğrulanması için Filipinler Gıda ve İlaç Dairesi'nin (FDA) Doğrulama Portalı kullanılabilmektedir (<https://verification.fda.gov.ph/>).

Sektörün gelişimini, ihracat faaliyetlerini ve mevzuat koordinasyonunu destekleyen çeşitli üretici birlikleri ve kuruluşlar bulunmaktadır. Önemli kuruluşlar şunlardır:

- Philippine Chamber of Food Manufacturers, Inc. (PCFMI)

Filipinler'deki gıda üreticilerinin ticaret birliği olup yerel gıda imalat sektörünün gelişimini, gıda güvenliği standartlarını ve politika savunuculuğunu (advocacy) desteklemektedir. Hükümet ve sektör paydaşlarıyla yürütülen görüşmelerde gıda üreticilerinin ortak sesi olarak görev yapmaktadır. Üye şirketleri arasında gıda üretimi, dağıtım, ithalat-ihracat, ticaret, toptancılık ve ilgili gıda sanayisi faaliyetlerinde bulunan işletmeler yer almaktadır (<https://foodchamber.ph/>).

- Philippine Food Processors and Exporters Organization, Inc. (PHILFOODEX)

Kâr amacı gütmeyen bir gıda üreticileri ve ihracatçıları kuruluşudur. Ticaret fuarları, savunuculuk (advocacy) faaliyetleri, eğitimler ve pazar geliştirme programları aracılığıyla Filipin gıda ürünlerini yerel ve uluslararası düzeyde tanıtmaktadır.

- Philippine Association of Meat Processors, Inc. (PAMPI)

Filipinler'de ağırlıklı olarak et işleme şirketleri ve tedarikçilerinden oluşan bir sektör birliğidir. Gıda güvenliği, ürün kalitesi, sektör inovasyonu ve tüketicinin korunmasını teşvik ederken, et işleme sektörünün rekabet gücünü ve büyümesini desteklemektedir. PAMPI ayrıca kamu kurumları nezdinde politika savunuculuğu ve sektör koordinasyonu görevi üstlenmekte olup gıda üretimi, ambalajlama, soğuk zincir lojistiği, dağıtım ve altyapı destek hizmetleri alanlarında faaliyet gösteren şirketleri de

bünyesinde barındırmaktadır. Kuruluşun hâlihazırda bu sektörlerde faaliyet gösteren yaklaşık 83 üye şirketi bulunmaktadır (<https://pampi.ph/>).

D. Sektörde Perakende ve Toptan Satışlara İlişkin Bilgi

Filipinler’de gıda ürünlerinin perakende ve toptan satışları, nüfus artışı, kentleşme ve değişen tüketici yaşam tarzları nedeniyle büyümeye devam etmektedir. Gıda ve market perakende pazarı 2025 yılında 55,2 milyar ABD dolarına ulaşmış olup 2034 yılına kadar yıllık bileşik büyüme oranı %2,95 olmak üzere 71,6 milyar ABD dolarına yükselmesi öngörülmektedir.

Filipinler perakende sektörüne hâlihazırda üç büyük firma—SM Markets, Robinsons Retail ve Puregold Price Club (Cosco Capital Inc.) —hâkim olup bu şirketler özellikle Metro Manila, Cebu ve Davao’daki kentsel alanlarda güçlü konumdadır. Mezkûr en büyük bu perakendeciler toplamda %41,3 pazar payına sahipken, sonraki en büyük 13 perakendeci %23,4 pay almakta, bağımsız (zincire bağlı olmayan) modern mağazalar ise kalan %35,3’lük kısmı oluşturmaktadır.

Sektördeki lider konumlarını hâlihazırda güvence altına almış olan bu şirketler, hem büyük metropolitan alanlarda hem de daha az doymuş bölgesel pazarlarda daha küçük firmaları satın alarak varlıklarını güçlendirmeye devam etmektedir. Aynı zamanda, ülke çapındaki kapsama alanlarını genişletmek amacıyla yeni alışveriş merkezleri ve perakende satış noktalarına yüksek tutarlarda yatırım yapmaktadırlar. Ayrıca, son dönemde gerçekleşen satın almalar piyasa yoğunlaşmasını artırmaya ve bölgesel erişimi genişletmeye başlamıştır.

Özellikle, Robinsons Retail 2018 yılında Hong Kong merkezli Dairy Farm Group’tan Rustan’s ve Shopwise zincirlerini satın almış ve bunları “Marketplace” adı altında yeniden markalandırmıştır. Buna ek olarak, Puregold Price Club 2023 yılında DiviMart süpermarketlerini satın alarak Luzon Adası genelinde ve daha uzak bölgelere erişimini genişletmiştir. Sonuç olarak, Puregold Price Club son iki yılda pazar payını önemli ölçüde artırmış ve büyüklük açısından SM Markets ile rekabet eder hâle gelmiştir.

Son dönemde Ayala Corporation, Filipinler’de yeni bir üst segment süpermarket zinciri kurmak amacıyla BAE merkezli premium market zinciri Spinneys ile ortaklık kurmuştur. İlk iki şubenin, 2026 yılının sonlarında Ayala Malls U.P. Town Center ile Makati’deki San Antonio Plaza

Arcade'de açılması planlanmakta olup bu gelişme premium market segmentindeki büyümenin sürdürüğüne işaret etmektedir.

Perakende pazarındaki daha yeni firmalardan biri de DALI Everyday Grocery'dir. DALI, Avrupa'daki başarılı indirim market zincirlerine benzer şekilde sert indirimli perakende modeliyle faaliyet göstermektedir. Filipinler'de yaklaşık 2020 yılında faaliyete başlamasından bu yana, sade mağaza formatlarında düşük maliyetli temel tüketim ürünleri sunarak özellikle Luzon bölgesinde olmak üzere çeşitli bölgelerde hızla genişlemiştir.

Toptan satış tarafında ise Landers Superstore ve S&R Membership Shopping (Cosco Capital Inc'in markalarından biridir) gibi yerleşik depo marketleri, üyelik bazlı perakende segmentine hâkim olmaya devam etmektedir. Bu mağazalar, toplu ambalajlı ithal ve yerel ürünlerin bir karışımını sunmakta olup hem hane halklarına hem de kurumsal alıcılara hitap etmektedir. S&R, Amerikan tarzı depo düzeni ve daha büyük toplu ürün boyutlarıyla tanınırken, Landers ise daha yeni, daha modern ve toplu alımların ötesinde daha esnek ürün seçenekleri sunan bir yapı olarak değerlendirilmektedir.

Genel olarak toptan ticaret, dağıtıcıların süpermarketlere, otellere, restoranlara ve kurumsal müşterilere tedarik sağladığı büyük ticari bölgelerde yoğunlaşmaktadır.

Market zincirleri ve mini marketler de ülke genelinde hızla yayılmakta olup 7-Eleven Philippines en büyük zincir konumundadır. Diğer önemli firmalar arasında Alfamart, Uncle John's (eski adıyla Ministop), Lawson ve FamilyMart yer almakta olup bu mağazalar özellikle şehir merkezlerinde ve ulaşım merkezlerinin yakınında yaygın şekilde bulunmaktadır.

Modern perakende formatlarının büyümesine rağmen, geleneksel dağıtım kanalları Filipinler'de önemini korumaktadır. Küçük, aile işletmesi mahalle dükkânları olan "sari-sari" mağazaları, özellikle kırsal bölgelerde ve düşük gelirli topluluklarda geniş bir günlük tüketim ürünü yelpazesi sunmaya devam etmektedir. Geleneksel pazarlar da taze gıda ürünleri açısından önemli bir tedarik kaynağı olmayı sürdürmektedir. Bununla birlikte, büyük perakende firmalarının erişim ve etkilerini genişletmesiyle birlikte bu geleneksel formatlar giderek modernizasyon ve konsolidasyon baskısıyla karşı karşıya kalmaktadır.

Son olarak, e-ticaret ve çevrim içi market platformları, hem ithal hem de ambalajlı gıda ürünleri için giderek daha önemli dağıtım kanalları hâline gelmekte ve Filipinler pazarında tüketicilerin ürünlere erişim biçimlerini daha da çeşitlendirmektedir.

II. Ülkenin Sektörde Dış Ticareti

A. Sektöründe Ülkenin En Fazla İthalat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

FASIL 16 – Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar ve diğer su omurgasızları veya böceklerin mustahzarları					
	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$) (2024)	İthalat Değeri (\$) (2025)	% Pay	% Değişim
1	Tayland	55,431,951	72,778,932	36.3	31.3
2	Çin	39,423,997	60,059,685	29.9	52.3
3	ABD	18,421,001	38,429,381	19.1	108.6
4	Güney Kore	4,925,518	7,214,284	3.6	46.5
5	Avustralya	9,705,627	6,671,062	3.3	-31.3
6	Malezya	3,817,871	3,394,800	1.7	-11.1
7	Vietnam	3,460,631	2,647,918	1.3	-23.5
8	Yeni Zelanda	1,924,578	1,791,816	0.9	-6.9
9	Tayvan	2,038,232	1,468,819	0.7	-27.9
10	Japonya	988,769	1,239,088	0.6	25.3
	TÜRKİYE	0	0	0	0

FASIL 17 – Şeker ve şeker mamulleri					
	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$) (2024)	İthalat Değeri (\$) (2025)	% Pay	% Değişim
1	Tayland	183,788,020	309,696,831	40.0	68.5
2	Çin	241,157,216	244,313,832	31.5	1.3
3	Endonezya	137,735,174	88,491,104	11.4	-35.8
4	Malezya	34,411,781	29,444,109	3.8	-14.4
5	Vietnam	58,458,867	27,370,359	3.5	-53.2
6	ABD	18,057,219	17,865,637	2.3	-1.1
7	Güney Kore	16,460,603	14,810,173	1.9	-10.0
8	Hindistan	21,562,032	8,900,641	1.1	-58.7
9	Myanmar	7,237,582	6,558,862	0.8	-9.4
10	İsviçre	2,519,182	3,808,860	0.5	51.2
	TÜRKİYE	1,317,415	1,538,280	0.2	16.8

FASIL 18 – Kakao ve kakao müstahzarları					
	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$) (2024)	İthalat Değeri (\$) (2025)	% Pay	% Değişim
1	Malezya	126,040,167	153,176,101	29.7	21.5
2	Endonezya	91,876,399	112,356,587	21.8	22.3
3	Singapur	41,003,364	57,160,875	11.1	39.4
4	Çin	27,777,360	33,182,339	6.4	19.5
5	Avustralya	23,262,323	25,242,415	4.9	8.5
6	İsviçre	21,467,380	23,319,479	4.5	8.6
7	ABD	23,373,441	22,427,938	4.3	-4.0
8	Hindistan	11,534,327	15,332,651	3.0	32.9
9	Hollanda	22,000,575	12,725,787	2.5	-42.2
10	Almanya	9,146,263	12,497,885	2.4	36.6
	TÜRKİYE	3,693,367	4,750,405	0.9	28.6

FASIL 19 – Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları; pastacılık ürünleri

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$) (2024)	İthalat Değeri (\$) (2025)	% Pay	% Değişim
1	Endonezya	184,831,398	207,764,740	24.9	12.4
2	Malezya	154,606,209	140,236,484	16.8	-9.3
3	Tayland	56,309,127	95,970,359	11.5	70.4
4	Çin	74,143,577	81,606,359	9.8	10.1
5	Singapur	67,559,555	78,279,008	9.4	15.9
6	İrlanda	35,953,350	45,751,280	5.5	27.3
7	ABD	27,735,953	34,799,775	4.2	25.5
8	Güney Kore	26,209,596	23,432,836	2.8	-10.6
9	Avustralya	20,080,913	18,860,383	2.3	-6.1
10	Vietnam	12,747,709	17,605,603	2.1	38.1
	TÜRKİYE	2,522,184	2,415,748	0.3	-4.2

FASIL 20 – Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyvalar ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarları

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$) (2024)	İthalat Değeri (\$) (2025)	% Pay	% Değişim
1	Çin	176,648,056	215,337,102	41.0	21.9
2	ABD	110,728,496	78,975,290	15.0	-28.7
3	Hindistan	58,914,245	65,800,718	12.5	11.7
4	Tayland	31,901,257	28,908,597	5.5	-9.4
5	Yeni Zelanda	10,726,397	14,886,027	2.8	38.8
6	Belçika	19,767,307	14,854,590	2.8	-24.9
7	Avustralya	2,753,554	13,235,796	2.5	380.7
8	Güney Kore	8,237,469	12,245,365	2.3	48.7
9	Hollanda	22,392,279	9,368,636	1.8	-58.2
10	Vietnam	7,178,371	9,127,727	1.7	27.2
	TÜRKİYE	952,331	1,307,828	0.2	37.3

FASIL 21 – Yenilen çeşitli gıda müstahzarları

	Ülke Adı	İthalat Değeri (\$) (2024)	İthalat Değeri (\$) (2025)	% Pay	% Değişim
1	Endonezya	512,706,946	503,985,069	24.8	-1.7
2	Singapur	526,990,976	465,583,204	22.9	-11.7
3	Çin	235,547,838	235,183,739	11.6	-0.2
4	Vietnam	189,122,135	178,847,775	8.8	-5.4
5	Tayland	185,520,813	164,855,108	8.1	-11.1
6	Malezya	115,855,187	123,281,254	6.1	6.4
7	ABD	63,888,286	70,683,730	3.5	10.6
8	Güney Kore	40,917,253	54,140,329	2.7	32.3
9	İtalya	12,212,955	33,623,567	1.7	175.3
10	Almanya	27,805,986	31,005,815	1.5	11.5
	TÜRKİYE	155,359	139,485	0.0	-10.2

B. Sektöründe Ülkenin En Fazla İhracat Gerçekleştirdiği İlk 10 Ülke

FASIL 16 - Et, balık, kabuklu hayvanlar, yumuşakçalar ve diğer su omurgasızları veya böceklerin mustahzarları					
	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$) (2024)	İhracat Değeri (\$) (2025)	% Pay	% Değişim
1	ABD	96,048,978	86,719,413	17.5	-9.7
2	Almanya	75,418,903	72,149,898	14.5	-4.3
3	İspanya	91,075,009	67,041,963	13.5	-26.4
4	Hollanda	51,225,960	64,055,322	12.9	25.0
5	Japonya	69,288,459	47,588,612	9.6	-31.3
6	Birleşik Krallık	44,643,867	35,058,193	7.1	-21.5
7	BAE	20,202,994	20,034,733	4.0	-0.8
8	İtalya	22,397,183	14,021,099	2.8	-37.4
9	Polonya	6,222,405	11,336,627	2.3	82.2
10	Kanada	8,621,103	7,691,715	1.6	-10.8
	TÜRKİYE	0	0	0	0

FASIL 17 - Şeker ve şeker mamulleri					
	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$) (2024)	İhracat Değeri (\$) (2025)	% Pay	% Değişim
1	ABD	17,781,420	47,354,687	50.7	166.3
2	Vietnam	14,251,765	12,977,004	13.9	-8.9
3	Tayland	4,587,253	5,453,325	5.8	18.9
4	Malezya	5,679,169	5,061,696	5.4	-10.9
5	Güney Kore	3,929,026	4,014,392	4.3	2.2
6	Japonya	3,402,356	3,625,165	3.9	6.5
7	Tayvan	2,721,989	2,551,789	2.7	-6.3
8	Papua Yeni Gine	1,777,252	1,740,140	1.9	-2.1
9	Avustralya	1,034,068	1,206,576	1.3	16.7
10	Kanada	813,163	1,081,761	1.2	33.0
	TÜRKİYE	0	0	0	0

FASIL 18 - Kakao ve kakao müstahzarları					
	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$) (2024)	İhracat Değeri (\$) (2025)	% Pay	% Değişim
1	Malezya	16,488,058	40,632,194	64.5	146.4
2	Endonezya	1,818,654	5,082,115	8.1	179.4
3	ABD	266,618	4,150,337	6.6	1,456.7
4	Vietnam	2,007,395	3,976,704	6.3	98.1
5	Çin	2,909,598	2,205,614	3.5	-24.2
6	Hollanda	4,173,974	2,177,926	3.5	-47.8
7	Tayland	554,933	983,708	1.6	77.3
8	Güney Kore	368,331	614,360	1.0	66.8
9	Japonya	397,604	612,411	1.0	54.0
10	Tayvan	210,869	479,872	0.8	127.6
	TÜRKİYE	0	0	0	0

FASIL 19 - Hububat, un, nişasta veya süt müstahzarları; pastacılık ürünleri

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$) (2024)	İhracat Değeri (\$) (2025)	% Pay	% Değişim
1	ABD	46,267,031	47,421,874	18.7	2.5
2	Malezya	29,421,658	32,152,576	12.7	9.3
3	BAE	23,354,458	23,491,647	9.3	0.6
4	Kanada	26,117,238	23,374,225	9.2	-10.5
5	Avustralya	10,080,140	10,510,459	4.1	4.3
6	Suudi Arabistan	10,978,718	8,869,427	3.5	-19.2
7	Tayvan	9,057,557	7,625,633	3.0	-15.8
8	Hong Kong	5,235,456	6,397,005	2.5	22.2
9	Sri Lanka	7,778,736	6,226,172	2.5	-20.0
10	Fransa	6,277,813	6,154,630	2.4	-2.0
	TÜRKİYE	34,767	17,563	0.0	-49.5

FASIL 20 - Sebzeler, meyveler, sert kabuklu meyvalar ve bitkilerin diğer kısımlarından elde edilen müstahzarları

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$) (2024)	İhracat Değeri (\$) (2025)	% Pay	% Değişim
1	ABD	371,039,209	380,995,660	44.2	2.7
2	Çin	88,593,046	100,322,435	11.7	13.2
3	Birleşik Krallık	37,107,479	50,928,300	5.9	37.2
4	Hollanda	34,042,962	45,219,767	5.3	32.8
5	Japonya	43,384,809	42,455,080	4.9	-2.1
6	Kanada	29,758,819	32,809,410	3.8	10.3
7	Güney Kore	33,089,549	29,504,214	3.4	-10.8
8	Malezya	13,587,451	21,001,628	2.4	54.6
9	Almanya	22,886,267	20,710,461	2.4	-9.5
10	İspanya	20,015,056	18,722,769	2.2	-6.5
	TÜRKİYE	0	0	0	0

FASIL 21 - Yenilen çeşitli gıda müstahzarları

	Ülke Adı	İhracat Değeri (\$) (2024)	İhracat Değeri (\$) (2025)	% Pay	% Değişim
1	ABD	46,460,441	62,066,144	25.7	33.6
2	BAE	21,595,434	21,034,646	8.7	-2.6
3	Kanada	18,882,055	19,949,676	8.3	5.7
4	Avustralya	14,564,353	13,763,198	5.7	-5.5
5	Endonezya	9,235,670	12,045,725	5.0	30.4
6	Malezya	15,215,670	11,185,287	4.6	-26.5
7	Hong Kong	7,848,131	10,171,920	4.2	29.6
8	Singapur	10,229,413	9,553,898	4.0	-6.6
9	Hollanda	9,872,551	8,025,800	3.3	-18.7
10	Çin	3,155,534	7,889,929	3.3	150.0
	TÜRKİYE	14,275	66,016	0.0	362.5

C. Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İthalat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

FASIL 16		
Tarife Kodu	Ürün Adı	Değeri (\$)
2025		
160232	GALLUS DOMESTICUS türü kümes hayvanlarının diğer hazırlanmış ve konserve edilmiş etleri, sakatatı veya kanı	96,866,940
160249	Domuz etinin, sakatatının veya kanının diğer hazırlanmış ve konserve edilmiş halleri, diğer parçalar ve karışımlar dâhil	35,757,965
160414	Ton balığı, skipjack ve bonito (Sarda spp.), bütün veya parça halinde, kıyılmamış, hazırlanmış veya konserve edilmiş	18,800,478
160420	Diğer hazırlanmış veya konserve edilmiş balıklar	13,920,760
160250	Sığır cinsi hayvanların diğer hazırlanmış ve konserve edilmiş etleri, sakatatı veya kanı	8,748,794
160415	Uskumru, bütün veya parça halinde, kıyılmamış, hazırlanmış veya konserve edilmiş	4,454,420
160100	Et, sakatat veya kandan yapılmış sosisler ve benzeri ürünler; bu ürünlere dayalı gıda müstahzarları	4,315,300
160520	Hazırlanmış veya konserve edilmiş karides ve jumbo karides	4,079,907
160300	Et, balık, kabuklu deniz hayvanları, yumuşakçalar veya diğer su omurgasızlarının ekstrakt ve suları	3,310,981
160590	Hazırlanmış veya konserve edilmiş yumuşakçalar ve diğer su omurgasızları	3,237,820

FASIL 17		
Tarife Kodu	Ürün Adı	Değeri (\$)
2025		
170199	İlave aroma veya renklendirici madde içeren diğer pancar veya kamış şekeri, katı halde	254,131,902
170490	Kakao içermeyen diğer şekerlemeler (beyaz çikolata dâhil)	156,280,704
170310	Şeker kamışı melası	133,294,558
170230	Fruktoz içermeyen veya kuru halde ağırlık itibarıyla %20'den az fruktoz içeren glukoz ve glukoz şurubu	125,525,278
170290	Diğer şekerler, katı halde; ilave aroma veya renklendirici madde içermeyen şeker şurupları; doğal bal ile karıştırılmış olsun veya olmasın yapay bal; invert şeker dâhil karamel	64,884,381
170211	Kuru madde üzerinden hesaplanan susuz laktoz esasına göre ağırlık itibarıyla %99 veya daha fazla laktoz içeren laktoz ve laktoz şurubu	12,513,636
170260	Kuru halde ağırlık itibarıyla %50'den fazla fruktoz içeren diğer fruktoz ve fruktoz şurupları	9,681,129
170240	Kuru halde ağırlık itibarıyla en az %20 ancak %50'den az fruktoz içeren glukoz ve glukoz şurubu	9,344,369
170250	Kimyasal olarak saf fruktoz	3,800,678
170410	Şeker kaplı olsun veya olmasın sakız	2,872,930

FASIL 18		
Tarife Kodu	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$)
2025		
180690	Başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan kakao içeren diğer gıda müstahzarları	198,183,160
180500	İlave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeleri içermeyen kakao tozu	191,626,797
180632	Kakao içeren diğer müstahzarlar; blok, levha veya çubuk halinde, dolgulu olmayanlar	60,182,325
180620	Kakao içeren diğer müstahzarlar; 2 kg'dan ağır blok, levha veya çubuk halinde veya 2 kg'ı aşan kaplar ya da ambalajlarda sıvı, macun, toz, granül veya diğer dökme formlarda olanlar	34,145,863
180631	Kakao içeren diğer müstahzarlar; blok, levha veya çubuk halinde, dolgulu olanlar	19,185,957
180400	Kakao yağı ve kakao katı yağı	4,838,037
180310	Yağı alınmamış kakao hamuru	3,862,331
180100	Ham veya kavrulmuş, bütün veya kırılmış kakao çekirdekleri	2,136,845
180610	İlave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içeren kakao tozu	1,583,252
180200	Kakao kabukları, zarları, kabukçukları ve diğer kakao atıkları	350,202

FASIL 19		
Tarife Kodu	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$)
2025		
190190	Başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan; kakao içermeyen veya tamamen yağsız bazda hesaplandığında ağırlık itibarıyla %40'tan az kakao içeren un, irmik, nişasta veya malt hülhasından hazırlanmış gıda müstahzarları; 04 pozisyonundaki ürünlerden hazırlanmış gıda müstahzarları	206,648,657
190590	Kakao içersin veya içermesin diğer ekmekçilik ürünleri, pastalar, kekler, bisküviler ve diğer fırıncılık mamulleri; komünyon gofretleri, ilaç kullanımına uygun boş kapsüller, mühür gofretleri, pirinç kâğıdı ve benzeri ürünler	164,238,037
190532	Waffle ve gofretler	129,415,482
190110	Perakende satışa sunulmuş bebek mamaları	86,819,978
190420	Kavrulmamış hububat gevreklerinden veya kavrulmamış hububat gevrekleri ile kavrulmuş hububat gevrekleri ya da şişirilmiş hububat karışımlarından elde edilen hazırlanmış gıdalar	62,073,842
190230	Hazırlanmış olsun veya olmasın diğer makarnalar	43,852,075
190219	Yumurta içermeyen, doldurulmamış veya başka şekilde hazırlanmamış diğer pişirilmemiş makarnalar	36,667,284
190531	Kakao içersin veya içermesin tatlı bisküviler	36,464,252
190410	Hububat veya hububat ürünlerinin şişirilmesi veya kavrulması suretiyle elde edilen hazırlanmış gıdalar	30,285,020
190120	19.05 pozisyonundaki fırıncılık mamullerinin hazırlanmasında kullanılan hamur karışımları	15,055,859

FASIL 20		
Tarife Kodu	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$)
2025		
200410	Sirke veya asetik asit dışında yöntemlerle hazırlanmış veya konserve edilmiş, dondurulmuş patatesler	256,256,361
200290	Sirke veya asetik asit dışında yöntemlerle hazırlanmış veya konserve edilmiş, başka yerde belirtilmeyen domatesler	43,274,683
200520	Sirke veya asetik asit dışında yöntemlerle hazırlanmış veya konserve edilmiş, dondurulmamış patatesler	30,496,201
200811	Yer fıstıkları, birlikte karıştırılmış olsun veya olmasın	23,211,156
200310	Agaricus cinsi mantarlar; sirke veya asetik asit dışında yöntemlerle hazırlanmış veya konserve edilmiş	22,498,980
200819	Diğer sert kabuklu meyveler, yer fıstıkları ve diğer tohumlar; birlikte karıştırılmış olsun veya olmasın, karışımlar dâhil	17,468,023
200590	20.06 pozisyonundaki ürünler hariç olmak üzere; sirke veya asetik asit dışında yöntemlerle hazırlanmış veya konserve edilmiş, dondurulmamış diğer sebzeler ve sebze karışımları	16,293,548
200580	Tatlı mısır (Zea mays var. saccharata); sirke veya asetik asit dışında yöntemlerle hazırlanmış veya konserve edilmiş, dondurulmamış	16,284,698
200899	İlave şeker, diğer tatlandırıcı maddeler veya alkol içersin veya içermesin; başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan, başka şekilde hazırlanmış veya konserve edilmiş diğer meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin yenilebilir diğer kısımları; 2008.19 alt pozisyonundakiler dışındaki karışımlar dâhil	14,920,210
200990	Fermente edilmemiş ve alkol ilave edilmemiş meyve veya sebze suyu karışımları; ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	13,213,915

FASIL 21		
Tarife Kodu	Ürün Adı	İthalat Değeri (\$)
2025		
210690	Başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan diğer müstahzarlar	1,060,722,068
210112	Kahve esaslı ekstraktlar, bu ekstraktlar esas alınarak hazırlanmış müstahzarlar, esanslar veya konsantreler	352,793,178
210111	Kahve ekstraktları, esansları ve konsantreleri	209,953,953
210390	Diğer soslar ve bunların müstahzarları; karışık çeşniler ve karışık baharatlar; hardal unu ve irmiği ile hazırlanmış hardal	204,038,809
210610	Protein konsantreleri ve tekstüre edilmiş protein maddeleri	57,255,162
210210	Aktif mayalar	39,886,490
210500	Kakao içersin veya içermesin dondurma ve diğer yenilebilir buzlu ürünler	38,127,003
210120	Çay veya mate ekstraktları, esansları ve konsantreleri ile bu ekstraktlar, esanslar veya konsantreler esas alınarak hazırlanmış müstahzarlar ya da çay veya mate esaslı müstahzarlar	19,258,017
210310	Soya sosu	14,717,952
210230	Hazırlanmış kabartma tozları	14,219,296

D. Sektöründe Ülkenin Altılı Tarife Bazında En Fazla İhracat Yaptığı Ürünler (10 ürün)

FASIL 16		
Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (\$)
2025		
160414	Ton balığı, skipjack ve bonito (Sarda spp.); bütün veya parça halinde, kıyılmamış, hazırlanmış veya konserve edilmiş	361,157,730
160510	Yengeç, hazırlanmış veya konserve edilmiş	56,796,401
160413	Sardalya, sardinella ve brisling veya çaça balıkları; bütün veya parça halinde, kıyılmamış, hazırlanmış veya konserve edilmiş	18,688,054
160419	Başka yerde belirtilmeyen diğer balıklar; bütün veya parça halinde, kıyılmamış, hazırlanmış veya konserve edilmiş	11,479,719
160415	Uskumru; bütün veya parça halinde, kıyılmamış, hazırlanmış veya konserve edilmiş	10,069,049
160250	Sığır cinsi hayvanların diğer hazırlanmış ve konserve edilmiş etleri, sakatları veya kanı	8,428,598
160590	Yumuşakçalar ve diğer su omurgasızları; hazırlanmış veya konserve edilmiş	7,911,378
160249	Domuz etinin, sakatatının veya kanının diğer hazırlanmış ve konserve edilmiş halleri, diğer parçalar ve karışımlar dâhil	4,970,041
160520	Hazırlanmış veya konserve edilmiş karides ve jumbo karides	4,166,549
160100	Sosisler ve benzeri ürünler; et, sakatat veya kandan yapılmış; bu ürünlere dayalı gıda müstahzarları	2,895,743

FASIL 17		
Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (\$)
2025		
170111	Ham şeker kamışı şekeri, ilave aroma veya renklendirici içermeyen	49,500,484
170490	Kakao içermeyen diğer şekerlemeler (beyaz çikolata dâhil)	23,302,382
170410	Şeker kaplı olsun veya olmasın sakız	19,182,859
170290	Diğer şekerler, katı halde; ilave aroma veya renklendirici içermeyen şeker şurupları; yapay bal (doğal bal ile karıştırılmış olsun veya olmasın); invert şeker dâhil karamel	650,873
170191	İlave aroma veya renklendirici içeren katı formda kamış veya pancar şekeri ve kimyasal olarak saf sükröz	378,455
170211	Kuru madde üzerinden ağırlık itibarıyla %99 veya daha fazla laktoz içeren laktoz ve laktoz şurubu	306,091
170230	Fruktoz içermeyen veya kuru halde ağırlık itibarıyla %20'den az fruktoz içeren glukoz ve glukoz şurubu	82,685
170112	Ham pancar şekeri, ilave aroma veya renklendirici içermeyen	17,225
170390	Şeker ekstraksiyonu veya rafinasyonundan elde edilen diğer melaslar	4,408
170220	Akçaağaç şekeri ve akçaağaç şurubu	3,476

FASIL 18		
Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (\$)
2025		
180100	Kakao çekirdekleri; bütün veya kırılmış, çiğ veya kavrulmuş	46,228,510
180620	Kakao içeren diğer müstahzarlar; 2 kg'ı aşan ambalajlarda blok, levha veya çubuk halinde ya da sıvı, macun, toz, granül veya diğer dökme formlarda	6,993,039
180400	Kakao yağı ve kakao katı yağı	5,678,200
180690	Başka yerde belirtilmeyen diğer kakao içeren gıda müstahzarları	1,726,752
180610	İlave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içeren kakao tozu	909,577
180631	Kakao içeren diğer müstahzarlar; dolgulu blok, levha veya çubuk halinde	565,148
180500	İlave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içermeyen kakao tozu	473,216
180632	Kakao içeren diğer müstahzarlar; dolgulu olmayan blok, levha veya çubuk halinde	458,533

FASIL 19		
Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (\$)
2025		
190590	Kakao içersin veya içermesin diğer ekmek, pasta, kek, bisküvi ve diğer fırıncılık mamulleri; komünyon gofretleri, ilaç kullanımına uygun boş kapsüller, mühür gofretleri, pirinç kâğıdı ve benzeri ürünler	113,666,450
190531	Tatlı bisküviler, kakao içersin veya içermesin	31,403,145
190219	Yumurta içermeyen, doldurulmamış veya başka şekilde hazırlanmamış diğer pişirilmemiş makarnalar	26,146,850
190110	Perakende satışa sunulmuş bebek mamaları	22,668,330
190190	Kakao içermeyen veya tamamen yağsız bazda hesaplandığında ağırlık itibarıyla %40'tan az kakao içeren un, irmik, nişasta veya malt hülâsasından hazırlanmış diğer gıda müstahzarları; başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan	20,218,861
190410	Hububat veya hububat ürünlerinin şişirilmesi veya kavrulmasıyla elde edilen hazırlanmış gıdalar	13,360,460
190532	Waffle ve gofretler	6,329,350
190230	Kakao içersin veya içermesin diğer makarnalar	5,038,681
190540	Kavrulmuş ekmek ve benzeri tost ürünleri	3,665,285
190211	Yumurta içeren, doldurulmamış veya başka şekilde hazırlanmamış pişirilmemiş makarnalar	3,482,698

FASIL 20		
Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (\$)
2025		
200980	Herhangi bir tek meyve veya sebzenin suyu; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	218,132,977
200820	Ananaslar; başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler ya da alkol içersin veya içermesin, hazırlanmış veya konserve edilmiş	210,736,041
200899	Başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan diğer meyveler, sert kabuklu meyveler ve bitkilerin yenilebilir diğer kısımları; ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler ya da alkol içersin veya içermesin, karışımlar dâhil	133,702,560
200949	Ananas suyu; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	79,537,087
200941	Brix değeri 20'yi aşmayan ananas suyu	79,337,577
200892	Meyve, sert kabuklu meyve ve bitkilerin yenilebilir diğer kısımlarının karışımları; başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler ya da alkol içersin veya içermesin	42,348,564
200819	Diğer sert kabuklu meyveler, yer fıstıkları ve diğer tohumlar; birlikte karıştırılmış olsun veya olmasın, karışımlar dâhil	31,166,014
200799	Reçeller, meyve jöleleri, marmelatlar, meyve veya sert kabuklu meyve püreleri ve ezmeleri; pişirilmiş müstahzarlar, ilave şeker içersin veya içermesin	22,643,976
200931	Herhangi bir tek narenciye meyvesinin suyu; Brix değeri 20'yi aşmayan	10,238,042
200990	Meyve sularının karışımları; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	9,689,682

FASIL 21		
Tarife Kodu	Ürün Adı	İhracat Değeri (\$)
2025		
210390	Diğer soslar ve bunların müstahzarları; karışık çeşniler ve karışık baharatlar; hardal unu ve irmiği ile hazırlanmış hardal	110,091,927
210690	Başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan diğer müstahzarlar	64,453,353
210310	Soya sosu	22,120,940
210500	Dondurma ve diğer yenilebilir buzlu ürünler, kakao içersin veya içermesin	17,224,465
210610	Protein konsantreleri ve tekstüre edilmiş protein maddeleri	10,471,031
210320	Domates ketçabı ve diğer domates sosları	5,913,553
210111	Kahve ekstraktları, esansları ve konsantreleri	2,927,668
210410	Çorbalar ve et suları ve bunların müstahzarları	2,806,821
210120	Çay veya mate ekstraktları, esansları ve konsantreleri ile bu ekstraktlar, esanslar veya konsantreler esas alınarak hazırlanmış müstahzarlar ya da çay veya mate esaslı müstahzarlar	2,744,234
210112	Kahve esaslı ekstraktlar, bu ekstraktlar esas alınarak hazırlanmış müstahzarlar, esanslar veya konsantreler	948,344

III. Sektörde Ülkemizden İhracat

A. Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Değer)

FASIL 16							
	Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	160413	Sardalya, sardinella ve brisling veya çaça balıkları; bütün veya parça halinde, kıyılmamış, hazırlanmış veya konserve edilmiş	0	3,089	3,792	0	0
2	160100	Sosisler ve benzeri ürünler; et, sakatat veya kandan yapılmış; bu ürünlere dayalı gıda müstahzarları	0	1,786	0	0	0
	TOPLAM		0	4,875	3,792	0	0

FASIL 17							
	Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	170490	Kakao içermeyen diğer şekerlemeler (beyaz çikolata dâhil)	105,072	373,369	738,918	1,126,867	1,253,809
2	170410	Şeker kaplı olsun veya olmasın sakız	0	0	0	0	2,855
3	170390	Şeker ekstraksiyonu veya rafinasyonundan elde edilen diğer melaslar	2,576	0	0	0	0
4	170290	Diğer şekerler, katı halde; ilave aroma veya renklendirici içermeyen şeker şurupları; yapay bal; invert şeker dâhil karamel	0	0	22,255	18,292	0
5	170260	Kuru halde ağırlık itibarıyla %50'den fazla fruktoz içeren diğer fruktoz ve fruktoz şurupları	0	0	0	16,801	0
6	170250	Kimyasal olarak saf fruktoz	0	0	0	0	72,654
7	170230	Fruktoz içermeyen veya kuru halde ağırlık itibarıyla %20'den az fruktoz içeren glukoz ve glukoz şurubu	1,934,559	154,400	0	0	0
8	170219	Diğer laktoz ve laktoz şurupları	52,396	27,600	20,876	22,000	5,374
9	170211	Kuru madde üzerinden ağırlık itibarıyla %99 veya daha fazla laktoz içeren laktoz ve laktoz şurubu	152,828	115,382	233,584	133,455	203,588
	TOPLAM		2,247,431	670,751	1,015,633	1,317,415	1,538,280

FASIL 18							
	Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	180690	Başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan diğer kakao içeren gıda müstahzarları	284,519	939,926	2,639,134	3,374,486	4,371,936
2	180632	Kakao içeren diğer müstahzarlar; dolgulu olmayan blok, levha veya çubuk halinde	0	13,245	51,757	4,625	41,591
3	180631	Kakao içeren diğer müstahzarlar; dolgulu blok, levha veya çubuk halinde	11,835	127,858	143,757	10,295	26,873
4	180620	Kakao içeren diğer müstahzarlar; 2 kg'ı aşan ambalajlarda blok, levha veya çubuk halinde veya sıvı, macun, toz, granül ya da diğer dökme formlarda	30,933	538,055	223,559	303,961	310,005
5	180500	İlave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içermeyen kakao tozu	610	0	0	0	0
TOPLAM			327,897	1,619,084	3,058,207	3,693,367	4,750,405

FASIL 19							
	Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	190590	Kakao içersin veya içermesin diğer ekmek, pasta, kek, bisküvi ve diğer fırıncılık mamulleri; komünyon gofretleri, ilaç kullanımına uygun boş kapsüller, mühür gofretleri, pirinç kâğıdı ve benzeri ürünler	246,979	165,854	128,796	195,320	334,109
2	190540	Kavrulmuş ekmek ve benzeri tost ürünleri	35,454	27,036	555	0	0
3	190532	Waffle ve gofretler	284,705	644,236	325,911	481,065	743,927
4	190531	Tatlı bisküviler, kakao içersin veya içermesin	7,046	10,887	20,944	94,883	57,181
5	190490	Hububatın şişirilmesi veya kavrulmasıyla elde edilen diğer hazırlanmış gıdalar (örneğin mısır gevreği); mısır dışındaki tahılların tane, gevrek veya işlenmiş formları (un ve irmik hariç), ön pişirilmiş veya başka şekilde hazırlanmış	0	0	0	0	1,440
6	190430	Bulgur buğdayı	2,582	12,428	12,988	20,739	11,399
7	190420	Kavrulmamış hububat gevreklerinden veya	0	0	0	5,766	0

		kavrulmamış ve kavrulmuş gevrek karışımlarından ya da şişirilmiş hububattan elde edilen hazırlanmış gıdalar					
8	190410	Hububat veya hububat ürünlerinin şişirilmesi veya kavrulmasıyla elde edilen hazırlanmış gıdalar	31,460	47,647	0	21,646	0
9	190230	Kakao içersin veya içermesin diğer makarnalar	85,178	360,373	227,888	0	14,029
10	190219	Yumurta içermeyen, doldurulmamış veya başka şekilde hazırlanmamış diğer pişirilmemiş makarnalar	7,128,644	4,003,939	3,413,884	1,702,449	1,193,823
	TOPLAM		7,822,048	5,272,400	4,130,966	2,521,868	2,355,908

FASIL 20

	Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	200990	Meyve sularının karışımları; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	20,381	55,011	82,981	76,839	86,713
2	200980	Herhangi bir tek meyve veya sebzenin suyu; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	9,764	31,271	43,967	59,167	7,381
3	200979	Elma suyu; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	39,384	1,984	3,064	0	0
4	200971	Brix değeri 20'yi aşmayan elma suyu	2,154	23,988	14,053	20,735	7,473
5	200969	Üzüm suyu; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	4,996	1,982	0	0	0
6	200961	Brix değeri 20'yi aşmayan üzüm suyu	545	4,448	1,536	5,044	0
7	200950	Domates suyu; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	895	814	1,677	6,346	4,688
8	200939	Herhangi bir tek narenciye meyvesinin suyu; fermente	2,515	0	0	0	0

		edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin					
9	200931	Brix değeri 20'yi aşmayan herhangi bir tek narenciye meyvesinin suyu	0	0	1,797	1,590	1,101
10	200919	Portakal suyu (dondurulmamış), başka yerde belirtilmeyen; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	4,116	2,104	833	2,522	109,915
	TOPLAM		84,750	121,602	149,908	172,243	217,271

FASIL 21

	Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	210690	Başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan diğer müstahzarlar	5,158	21,634	51,046	54,853	61,031
2	210610	Protein konsantreleri ve tekstüre edilmiş protein maddeleri	7,970	0	0	0	0
3	210500	Dondurma ve diğer yenilebilir buzlu ürünler, kakao içersin veya içermesin	0	8,645	0	0	0
4	210390	Diğer soslar ve bunların müstahzarları; karışık çeşniler ve karışık baharatlar; hardal unu ve irmiği ile hazırlanmış hardal	82,603	85,782	145,603	70,123	56,413
5	210320	Domates ketçabı ve diğer domates sosları	0	10,590	27,872	11,631	0
6	210220	İnaktif mayalar; diğer tek hücreli mikroorganizmalar (ölü), 30.02 pozisyonundaki aşılardan hariç	0	47,964	0	0	0
7	210210	Aktif mayalar	127,596	132,019	50,740	0	17,304
8	210130	Kavrulmuş hindiba ve diğer kavrulmuş kahve ikameleri ve bunların ekstraktları, esansları ve konsantreleri	0	0	5,649	198	0
9	210120	Çay veya mate ekstraktları, esansları ve konsantreleri ile bu ekstraktlar, esanslar veya konsantreler esas alınarak hazırlanmış müstahzarlar ya da çay veya mate esaslı müstahzarlar	0	0	0	18,554	3,780

10	210112	Kahve esaslı ekstraktlar, bu ekstraktlar esas alınarak hazırlanmış müstahzarlar, esanslar veya konsantreler	269,454	454,829	270	0	957
	TOPLAM		492,781	761,463	149,908	155,359	139,485

B. Sektörde Ülkemizin Ülkeye İhracatı (Miktar kg)

FASIL 16							
	Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	160413	Sardalya, sardinella ve brisling veya çaça balıkları; bütün veya parça halinde, kıyılmamış, hazırlanmış veya konserve edilmiş	0	25,805	7,810	0	0
2	160100	Sosisler ve benzeri ürünler; et, sakatat veya kandan yapılmış; bu ürünlere dayalı gıda müstahzarları	0	860	0	0	0
	TOPLAM		0	26,665	7,810	0	0

FASIL 17							
	Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	170490	Kakao içermeyen diğer şekerlemeler (beyaz çikolata dâhil)	82,343	215,825	251,829	373,119	382,520
2	170410	Şeker kaplı olsun veya olmasın sakız	0	0	0	0	84
3	170390	Şeker ekstraksiyonu veya rafinasyonundan elde edilen diğer melaslar	1,253	0	0	0	0
4	170290	Diğer şekerler, katı halde; ilave aroma veya renklendirici içermeyen şeker şurupları; yapay bal; invert şeker dâhil karamel	0	0	22,371	22,707	0
5	170260	Kuru halde ağırlık itibarıyla %50'den fazla fruktoz içeren diğer fruktoz ve fruktoz şurupları	0	0	0	32,106	0
6	170250	Kimyasal olarak saf fruktoz	0	0	0	0	49,163
7	170230	Fruktoz içermeyen veya kuru halde ağırlık itibarıyla %20'den az fruktoz içeren glukoz ve glukoz şurubu	4,383,144	353,272	0	0	0
8	170219	Diğer laktoz ve laktoz şurupları	40,660	20,280	17,260	20,360	5,080
9	170211	Kuru madde üzerinden ağırlık itibarıyla %99 veya daha fazla laktoz içeren laktoz ve laktoz şurubu	105,300	97,277	182,900	121,220	181,960
	TOPLAM		4,612,700	686,654	474,360	569,512	618,807

FASIL 18							
	Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	180690	Başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan diğer kakao içeren gıda müstahzarları	120,061	565,110	1,565,549	1,793,984	1,993,957
2	180632	Kakao içeren diğer müstahzarlar; dolgulu olmayan blok, levha veya çubuk halinde	0	10,197	48,044	2,232	16,338
3	180631	Kakao içeren diğer müstahzarlar; dolgulu blok, levha veya çubuk halinde	10,141	72,468	187,088	7,263	14,365
4	180620	Kakao içeren diğer müstahzarlar; 2 kg'ı aşan ambalajlarda blok, levha veya çubuk halinde veya sıvı, macun, toz, granül ya da diğer dökme formlarda	11,710	202,509	67,004	86,116	90,649
5	180500	İlave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içermeyen kakao tozu	176	0	0	0	0
TOPLAM			142,088	850,284	1,867,685	1,889,595	2,115,309

FASIL 19							
	Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	190590	Kakao içersin veya içermesin diğer ekmek, pasta, kek, bisküvi ve diğer fırıncılık mamulleri; komünyon gofretleri, ilaç kullanımına uygun boş kapsüller, mühür gofretleri, pirinç kâğıdı ve benzeri ürünler	155,338	199,228	120,488	156,122	301,160
2	190540	Kavrulmuş ekmek ve benzeri tost ürünleri	12,292	27,152	9,437	0	0
3	190532	Waffle ve gofretler	181,282	371,738	289,538	347,078	465,862
4	190531	Tatlı bisküviler, kakao içersin veya içermesin	5,690	16,521	25,129	78,462	38,022
5	190490	Hububatın şişirilmesi veya kavrulmasıyla elde edilen diğer hazırlanmış gıdalar (örneğin mısır gevreği); diğer tahıllar (mısır hariç) tane, gevrek veya işlenmiş formlarda (un ve irmik hariç), ön pişirilmiş veya başka şekilde hazırlanmış	0	0	0	0	3,640
6	190430	Bulgur buğdayı	3,528	10,950	11,857	24,905	12,006
7	190420	Kavrulmamış hububat gevreklerinden veya	0	0	0	3,600	0

		kavrulmuş ve kavrulmamış gevrek karışımlarından ya da şişirilmiş hububattan elde edilen hazırlanmış gıdalar					
8	190410	Hububat veya hububat ürünlerinin şişirilmesi veya kavrulmasıyla elde edilen hazırlanmış gıdalar	10,220	43,744	0	7,140	0
9	190230	Kakao içersin veya içermesin diğer makarnalar	130,957	439,904	333,717	0	20,099
10	190219	Yumurta içermeyen, doldurulmamış veya başka şekilde hazırlanmamış diğer pişirilmemiş makarnalar	11,384,152	5,021,990	4,277,605	2,262,704	1,662,206
	TOPLAM		11,883,459	6,131,227	5,067,771	2,880,011	2,502,995

FASIL 20

	Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	200990	Meyve sularının karışımları; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	36,017	83,802	134,226	123,483	144,643
2	200980	Herhangi bir tek meyve veya sebzenin suyu; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	26,845	64,266	86,635	107,411	11,081
3	200979	Elma suyu; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	62,931	3,379	4,200	0	0
4	200971	Brix değeri 20'yi aşmayan elma suyu	5,680	54,217	26,083	32,765	11,602
5	200969	Üzüm suyu; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	7,445	3,636	0	0	0
6	200961	Brix değeri 20'yi aşmayan üzüm suyu	971	8,060	3,426	7,319	0
7	200950	Domates suyu; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	1,743	1,734	3,197	12,913	9,078
8	200939	Herhangi bir tek narenciye meyvesinin suyu; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	4,020	0	0	0	0

9	200931	Brix değeri 20'yi aşmayan herhangi bir tek narenciye meyvesinin suyu	0	0	2,045	2,301	1,755
10	200919	Portakal suyu (dondurulmamış), başka yerde belirtilmeyen; fermente edilmemiş ve ilave alkol içermeyen, ilave şeker veya diğer tatlandırıcı maddeler içersin veya içermesin	5,980	3,379	1,940	2,735	31,136
TOPLAM			151,632	222,473	261,752	288,927	209,295

FASIL 21

	Tarife Kodu	Ürün Adı	2021	2022	2023	2024	2025
1	210690	Başka yerde belirtilmeyen veya yer almayan diğer müstahzarlar	8,470	11,304	25,844	41,661	20,939
2	210610	Protein konsantreleri ve tekstüre edilmiş protein maddeleri	2,290	0	0	0	0
3	210500	Dondurma ve diğer yenilebilir buzlu ürünler, kakao içersin veya içermesin	0	1,207	0	0	0
4	210390	Diğer soslar ve bunların müstahzarları; karışık çeşniler ve karışık baharatlar; hardal unu ve irmiği ile hazırlanmış hardal	110,812	125,062	167,603	71,314	60,265
5	210320	Domates ketçabı ve diğer domates sosları	0	21,420	18,200	18,117	0
6	210220	İnaktif mayalar; diğer tek hücreli mikroorganizmalar (ölü), 30.02 pozisyonundaki aşılardan hariç	0	18,081	0	0	0
7	210210	Aktif mayalar	54,180	53,886	18,060	0	6,034
8	210130	Kavrulmuş hindiba ve diğer kavrulmuş kahve ikameleri ve bunların ekstraktları, esansları ve konsantreleri	0	0	1,911	18	0
9	210120	Çay veya mate ekstraktları, esansları ve konsantreleri ile bu ekstraktlar, esanslar veya konsantreler esas alınarak hazırlanmış müstahzarlar ya da çay veya mate esaslı müstahzarlar	0	0	0	27,458	3,750
10	210112	Kahve esaslı ekstraktlar, bu ekstraktlar esas alınarak hazırlanmış müstahzarlar, esanslar veya konsantreler	39,207	66,142	327	0	524
TOPLAM			214,959	297,102	231,945	158,568	91,512

IV. Sektörde İhracat Yoluyla Pazara Giriş

Filipinler, hazırlanmış gıda ve işlenmiş gıda sektöründe ihracatçılar için önemli fırsatlar sunmaktadır. Ülkede ithal gıda ürünlerine yönelik güçlü bir talep bulunmaktadır. Pazara giriş yapan ihracatçılar genellikle yerel ithalatçılar, distribütörler, süpermarket zincirleri ve gıda hizmeti tedarikçileri aracılığıyla faaliyet göstermektedir. Filipinler FDA düzenlemeleri ile gümrük prosedürlerine uyum, pazara başarılı giriş açısından büyük önem taşımaktadır.

A. Sektör İçin Hedef Bölgeler/Şehirler/Eyaletler

İthal gıda ürünlerine yönelik Filipinler pazarı, gelir seviyelerinin, nüfus yoğunluğunun ve modern perakende altyapısının en güçlü olduğu büyük kentsel ve hızlı kentleşen bölgelerde yoğunlaşmaktadır. Bu talebin merkezinde ise ülkenin başlıca ekonomik, siyasi ve tüketim merkezi olan Metro Manila yer almaktadır. Ulusal Başkent Bölgesi olarak Metro Manila; yüksek gelirli hane halkları, yabancı topluluklar, çok uluslu şirketler ve modern perakende kanallarının en yoğun bulunduğu bölgedir. Metro Manila'daki Quezon City, Makati, Pasig, Taguig ve Manila gibi önemli şehirler; büyük süpermarket zincirlerine, premium marketlere, otellere, lüks restoranlara ve uzman ithalatçılara ev sahipliği yapmaktadır. Bu unsurlar, Metro Manila'yı ithal gıda ürünleri açısından en rekabetçi ve en kârlı giriş noktası hâline getirmektedir.

Başkent bölgesinin ötesinde, CALABARZON (Cavite, Laguna, Batangas, Rizal ve Quezon), hızlı sanayileşme, kentsel yayılma ve üretim ile konut yatırımlarının Metro Manila dışına taşınması nedeniyle önemli bir büyüme koridoru hâline gelmiştir. Bölge; otoyollar ve başkente yakınlık dâhil olmak üzere güçlü lojistik bağlantılarından faydalanmakta olup Metro Manila tüketici pazarının stratejik bir uzantısı niteliği taşımaktadır.

Visayas bölgesinde ise Cebu City, merkezi iş ve ticaret merkezi olarak öne çıkmaktadır. Uluslararası limanı ve güçlü turizm sektörü sayesinde, Orta Filipinler'e giren ithal ürünler için önemli bir dağıtım noktasıdır. Otellerin, tatil köylerinin, yabancı toplulukların ve büyüyen BPO iş gücünün varlığı; hem perakende hem de gıda hizmetleri ithalatına yönelik talebi desteklemektedir.

Mindanao'da ise Davao City, ithal gıda ürünleri açısından en önemli pazardır. Şehir, ticaret ve altyapı gelişimiyle desteklenen, bölgenin ekonomik açıdan en istikrarlı ve en hızlı büyüyen şehirlerinden biridir. Mindanao genelinde ithal ürünlerin pazara nüfuzu Luzon ve Visayas'a kıyasla

daha düşük olmakla birlikte, Davao City güneyde modern perakende sektörünün genişlemesi açısından bir geçiş noktası işlevi görmektedir.

Bir diğer kritik lojistik ve üretim bölgesi ise, üretim ve depolama merkezi rolü nedeniyle giderek önem kazanan Central Luzon'dur. Bulacan, Pampanga ve Nueva Ecija gibi eyaletler; Metro Manila ile Kuzey Luzon pazarlarına ithal gıda ürünlerinin taşınmasını destekleyen büyüyen sanayi parklarına, soğuk zincir tesislerine ve dağıtım merkezlerine ev sahipliği yapmaktadır.

B. Sektörde Önde Gelen Firmalar ve Pazarın Yapısı

Filipinler işlenmiş gıda pazarı oldukça rekabetçi olup hem yerel hem de çok uluslu şirketleri içermektedir.

Yerel gıda üreticileri; özellikle hazır noodle, atıştırmalık gıdalar, konserve deniz ürünleri, işlenmiş etler, süt ürünleri, içecekler ve unlu mamuller gibi temel ürün kategorilerinde baskın bir rol oynamaktadır. Birçok Filipinli şirket, güçlü ülke çapı dağıtım ağları ve yüksek marka bilinirliğine sahip ürünler geliştirerek ithal ürünler ve yabancı sermayeli firmalarla etkin şekilde rekabet edebilmektedir. Ayrıca, bazı yerel şirketler Asya, Orta Doğu, Kuzey Amerika ve Avrupa'daki ihracat pazarlarına da açılmıştır.

Filipinler'deki başlıca yerel işlenmiş gıda şirketleri aşağıda yer almaktadır:

Şirket	Ana Ürün Kategorisi	Filipinler'deki Varlık / Üretim
Universal Robina Corporation (URC)	Atıştırmalıklar, içecekler, hazır noodle ürünleri, şekerlemeler	Ülke genelinde kapsamlı üretim tesisleri
Monde Nissin Corporation	Hazır noodle ürünleri, bisküviler, fırıncılık ürünleri, et alternatifleri	Luzon ve Visayas'ta büyük fabrikalar
Century Pacific Food, Inc.	Konserve ton balığı, sardalya, et ürünleri, süt ürünleri	General Santos ve Luzon'da büyük işleme tesisleri
San Miguel Food and Beverage, Inc.	İşlenmiş et ürünleri, süt ürünleri, kahve, içecekler	Ülke çapında üretim ve dağıtım ağı
RFM Corporation	Un, makarna, süt, dondurma, soslar	Birden fazla üretim tesisi
CDO Foodsphere, Inc.	İşlenmiş et ürünleri	Luzon ve Mindanao'da et işleme tesisleri
Pampanga's Best, Inc.	İşlenmiş et ürünleri, dondurulmuş gıda	Pampanga'da üretim tesisi
Liwayway Holdings Company Limited	Atıştırmalık gıdalar (Oishi markası)	Büyük ölçekli atıştırmalık üretim operasyonları
Republic Biscuit Corporation	Bisküvi, kraker, atıştırmalık gıdalar — Yerel üretim tesisleri	Yerel üretim tesisleri
Frabelle Foods Corporation	Dondurulmuş deniz ürünleri, işlenmiş et, konserve ve katma değerli gıda ürünleri	Metro Manila ve Mindanao'da işleme ve soğuk zincir tesisleri

Aynı zamanda, çok uluslu şirketler de yerel üretim faaliyetleri, ortak girişimler ve ithalat dağıtım sistemleri aracılığıyla Filipinler pazarında güçlü bir varlık sürdürmektedir. Bu firmalar; yerleşik küresel markalar, gelişmiş gıda teknolojileri ve kapsamlı pazarlama kapasitesinden faydalanmaktadır. Yerel ve yabancı firmalar arasındaki rekabet, sürekli ürün inovasyonunu, ambalajlama ve gıda güvenliği standartlarında iyileşmeleri ve farklı gelir gruplarına yönelik ürün çeşitliliğinin artmasını teşvik etmiştir.

Filipinler'deki başlıca çok uluslu gıda şirketleri aşağıda yer almaktadır:

Şirket	Ana Ürün Kategorisi	Filipinler'deki Varlık / Üretim
Nestlé Philippines, Inc.	Kahve, süt ürünleri, bebek beslenmesi, içecekler	Batangas ve Laguna'da birden fazla fabrika
Unilever Philippines, Inc.	Gıda çeşnileri, içecekler, tüketici ürünleri	Yerel üretim operasyonları
Mondelez International	Çikolata, bisküvi, şekerleme ürünleri	Bölgesel tesisler ve yerel dağıtım yoluyla üretim varlığı
The Hershey Company	Çikolata ve şekerleme ürünleri	Ağırlıklı olarak ithal ürünler; yerel dağıtım operasyonları
Ajinomoto Philippines Corporation	Baharatlar, hazır gıda ürünleri	Bulacan'da üretim tesisi
Coca-Cola Europacific Aboitiz Philippines	Gazlı içecekler ve diğer içecekler	Ülke genelinde şişeleme tesisleri
Pepsi-Cola Products Philippines, Inc.	İçecekler	Birden fazla şişeleme tesisi
Danone Philippines	Süt ve beslenme ürünleri	Ağırlıklı olarak ithal ürünler ve yerel dağıtım
Yakult Philippines, Inc.	Probiyotik içecekler	Laguna'da yerel üretim tesisi
Kraft Heinz Philippines	Soslar, çeşniler, işlenmiş gıda ürünleri	Ağırlıklı olarak ithalat ve dağıtım operasyonları

Pazar yapısı; üreticiler, ithalatçılar, toptancılar, distribütörler, süpermarket zincirleri, market zincirleri, restoranlar ve çevrim içi satıcılardan oluşan geniş bir tedarik zinciri tarafından desteklenmektedir.

C. İlgili Oda/Birlik/Dernek/STKlar ve İletişim Bilgileri

Filipin Ticaret ve Sanayi Odası (PCCI), Filipinler'deki en büyük ve en etkili iş dünyası kuruluşudur. 1905 yılında kurulan kuruluş, ekonomik büyümeyi, ticareti ve yatırımları teşvik eden politikaların savunuculuğunu yapan, kâr amacı gütmeyen ve devlet dışı bir iş dünyası örgütüdür. PCCI; küçük, orta ve büyük ölçekli işletmeler dâhil olmak üzere çeşitli sektörleri temsil etmekte ve iş ile

sanayi gelişimi için elverişli bir ortamın oluşturulmasına yönelik faaliyet göstermektedir. Kuruluş, üyelerine iş dünyasına ilişkin hizmetler, ağ kurma fırsatları ve kamu kurumları ile diğer paydaşlarla diyalog platformları sunmaktadır. Faaliyetleri aracılığıyla PCCI, ülkenin ekonomik yapısının şekillendirilmesinde ve özel sektörün büyümesinin desteklenmesinde önemli bir rol oynamaktadır.

İlgili iletişim bilgileri aşağıda yer almaktadır:

- Mr. Ferdinand “Perry” Ferrer
- Başkan
- Tel: (+632) 846 8196 | Fax: (+632) 846 8619
- Email: secretariat@philippinechamber.com
- Website: <https://www.philippinechamber.com/>

Sektördeki diğer ilgili kuruluşlar arasında Filipin İhracatçılar Konfederasyonu (PHILEXPORT), Filipin Perakendeciler Birliği (PRA), Filipinler Soğuk Zincir Birliği (CCAP) ve Filipinler Otel ve Lokantalar Birliği (HRAP) yer almaktadır. Bu kuruluşlar; ihracat geliştirme, perakende faaliyetleri, lojistik ve soğuk zincir yönetimi ile gıda hizmetleri ve konaklama sektörleri dâhil olmak üzere gıda ve içecek sanayisinin farklı segmentlerinin desteklenmesinde önemli roller üstlenmektedir. Politika savunuculuğu, sektör koordinasyonu, eğitim programları ve iş geliştirme girişimleri aracılığıyla Filipinler gıda sektörünün rekabet gücünün ve verimliliğinin artırılmasına katkı sağlamaktadırlar.

Bu kuruluşlar arasında PHILEXPORT, Filipin ihracat sektörünü güçlendirmekle görevlendirilmiş Filipinli ihracatçıların çatı kuruluşudur. Kuruluş, ihracatçılara savunuculuk (advocacy), eğitim, ticaretin teşviki ve destek hizmetleri sunmakta olup kamu kurumlarıyla yakın iş birliği içerisinde çalışmaktadır.

İlgili iletişim bilgileri aşağıda yer almaktadır:

- Dr. Sergio R. Ortiz-Luis, Jr.
- Başkan
 - Tel: (+632) 8230-5555 | Fax: (+632) 8831-0231
 - Email: communications@philexport.ph
 - Website: <https://philexport.ph/>

Filipin Perakendeciler Birliği (PRA), Filipinler’de perakende sektörünü temsil eden önde gelen kuruluştur. 1977 yılında kurulan PRA; gıda ve içecek perakendeciliği dâhil olmak üzere çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren perakendecileri, alışveriş merkezlerini, tedarikçileri ve hizmet sağlayıcılarını bir araya getirmektedir. Kuruluş, politika savunuculuğu, sektör araştırmaları, eğitim

programları, ticaret etkinlikleri ve iş ağı geliştirme faaliyetleri aracılığıyla perakende sektörünün büyümesini ve modernizasyonunu teşvik etmektedir. Ayrıca, ülkedeki perakende standartlarının, tüketici hizmetlerinin ve tedarik zinciri gelişiminin iyileştirilmesi amacıyla kamu kurumları ve özel sektör paydaşlarıyla yakın iş birliği içinde çalışmaktadır.

İlgili iletişim bilgileri aşağıda yer almaktadır:

Ms. Alice Liu

- Başkan
- Tel: (+632) 8687-4985, 8687-4180, 8687-4181 | Fax: (+632) 8636-0825
- Email: info@philretailers.com | asecgen@philretailers.com
- Website: <https://philretailers.com/>

CCAP, ülkenin soğuk zincir sektörünün geliştirilmesini ve modernizasyonunu teşvik eden bir sektör kuruluşudur. Kuruluş; soğutmalı depolama, soğuk hava tesisleri, sıcaklık kontrollü lojistik, gıda işleme ve dağıtım hizmetleri alanlarında faaliyet gösteren şirketleri temsil etmektedir. CCAP, uygun soğuk zincir altyapısı, sektör standartları ve teknolojik gelişmelerin savunuculuğunu yaparak gıda güvenliğini, ürün kalitesini ve tedarik zinciri verimliliğini artırmayı amaçlamaktadır. Kuruluş ayrıca, Filipinler genelinde bozulabilir gıda ürünlerinin taşınması ve dağıtımını güçlendiren eğitim, iş birliği ve politika girişimlerini desteklemektedir.

İlgili iletişim bilgileri aşağıda yer almaktadır:

Mr. Anthony Dizon

- Başkan
- Tel: (+632) 8942 3282
- Email: info@ccaphils.org
- Website: <https://ccaphils.org/ccapnew/>

(HRAP; oteller, restoranlar, tatil köyleri ve gıda hizmeti işletmelerini temsil eden ülkenin önde gelen konaklama sektörü kuruluşlarından biridir. 1951 yılında kurulan HRAP, sektör eğitimleri, politika savunuculuğu, ticaret etkinlikleri ve kamu ile özel sektör kuruluşlarıyla ortaklıklar aracılığıyla konaklama ve gıda hizmetleri sektörlerinin büyümesini ve profesyonel gelişimini teşvik etmektedir. Kuruluş ayrıca Filipinler gıda, içecek ve konaklama sektörlerinde gıda kalitesinin, müşteri hizmetlerinin, turizm gelişiminin ve uluslararası rekabet gücünün artırılmasını desteklemektedir.

İlgili iletişim bilgileri aşağıda yer almaktadır:

- Mr. Eugene T. Yap
- Başkan
- Tel: (+632) 8816-2421
- Email: secretariat@hrap.org.ph
- Website: <https://ccaphils.org/ccapnew/>

D. İthalatçı Firma Bilgisi Alınabilecek Açık Kaynaklar

Borsa ve Takas Komisyonu (SEC), Filipinler şirketler sektörünün kayıt ve denetim kurumudur; 600.000'den fazla aktif şirketi denetlemekte ve kendisine kayıtlı tüm şirketler tarafından sunulan mali tabloları (FS) değerlendirmektedir (<https://www.sec.gov.ph/#gsc.tab=0>).

SEC Express Sistemi, şirket veya ortaklık belgelerinin kopyalarının SEC'e şahsen gelmeye gerek kalmaksızın temin edilmesini sağlayan alternatif bir yöntemdir (<https://secexpress.ph/>). Ayrıca SEC'in, kullanıcıların bir şirketin SEC nezdinde şirket veya ortaklık olarak kayıtlı olup olmadığını kontrol etmelerine imkân tanıyan bir şirket doğrulama sistemi de bulunmaktadır. Sistem ayrıca bir şirketin yatırım kabulü, borç verme, finansman ve diğer düzenlemeye tabi faaliyetlerde bulunabilmesi için gerekli ikincil lisanslara sahip olup olmadığını da göstermektedir (<https://checkwithsec.sec.gov.ph/check-with-sec/index>).

Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (DTI), Filipinler'de ticaret ve sanayinin teşvik edilmesi ve düzenlenmesinden sorumlu başlıca devlet kurumudur. Perakende, imalat ve hizmetler dâhil olmak üzere çeşitli sektörleri denetlemekte ve ekonomik büyüme ile rekabet gücünün artırılmasında önemli rol oynamaktadır. DTI; mikro, küçük ve orta ölçekli işletmelerin (MSME) gelişimini desteklemekte, ticaret politikalarını yürütmekte ve tüketicinin korunmasını sağlamaktadır. Kurum ayrıca iş izinleri ve lisansları düzenlemekte, adil ticaret uygulamalarını denetlemekte ve işletmelerin hem yurt içinde hem de uluslararası alanda büyümesine yardımcı olmaktadır (<https://www.dti.gov.ph/>).

Ayrıca, ülkedeki gıda üreticilerinin kayıt durumlarının doğrulanması amacıyla FDA Doğrulama Portalı kullanılabilir (<https://verification.fda.gov.ph/>).

E. Sektörün İthalatında Zorunlu Belgeler

İthalatçılar ve gümrük müşavirlerinin Gümrük Bürosu'ndan (BOC) akreditasyon almaları gerekmektedir. Filipinler'e ithal edilen tüm mallar, CMTA veya diğer mevzuatta aksi öngörülmedikçe,

daha önce Filipinler’den ihraç edilmiş mallar dâhil olmak üzere ithalat sırasında gümrük vergisi ve vergilere tabidir.

BOC tarafından yayımlanan ithalata ilişkin genel rehber ilkeler şu bağlantıda yer almaktadır: <https://customs.gov.ph/guidelines-on-importation/>. İthalat sürecine ilişkin ayrıntılı bilgiler ise şu bağlantıda açıklanmaktadır: <https://customs.gov.ph/process-of-importation/>.

DTI ayrıca aşağıdaki bağlantı aracılığıyla ithalat kolaylaştırmasına ilişkin bilgi sağlamaktadır: <https://www.dti.gov.ph/dti-business-center/dti-imports/dti-import-facilitation>.

Araştırma ve geliştirme amaçlı önceden ambalajlanmış işlenmiş gıda ürünleri için “Yalnızca Numune” ibareli FDA İthalat İzni düzenlenmesine ilişkin esaslar, FDA Circular No. 2024-004’te belirtilmiştir. Söz konusu düzenleme; gıda numuneleri, bağışlanan gıdalar ve sergilere yönelik ithalat izinleri için gerekli belge şartlarını kapsamaktadır.

Bazı ürünler, ürün kategorisine ve menşe ülkeye bağlı olarak ayrıca sağlık ve bitki sağlığı sertifikaları gerektirebilmektedir. Gümrük gecikmeleri ve mevzuata ilişkin sorunların önlenmesi açısından doğru belgelendirme büyük önem taşımaktadır.

F. Sektörde Sevk Öncesi İnceleme ve Yetkilendirilmiş Gözetim Şirketleri

Sevkiyat öncesi denetim, Filipinler’e ithal edilen tüm gıda ürünleri için zorunlu değildir. Ancak, belirli yüksek riskli veya düzenlemeye tabi ürünler için denetim ve kalite doğrulaması gerekebilmektedir. Filipin makamları, gıda güvenliği düzenlemeleri ile ürün standartlarına uyumun sağlanması amacıyla denetimler gerçekleştirebilmektedir.

SGS, Bureau Veritas ve Intertek gibi uluslararası denetim şirketleri; test, sertifikasyon ve denetim hizmetleri için yaygın olarak kullanılmaktadır.

G. Sektördeki Önemli Fuarlar ve Tarihleri

Ticaret fuarları, Filipinler gıda sektöründe iş ağı oluşturma ve pazar tanıtımı açısından önemli bir role sahiptir. Bu etkinlikler; yerel ve uluslararası katılımcıları, ithalatçıları, distribütörleri, perakendecileri ve gıda hizmeti şirketlerini bir araya getirmektedir. Birçok yabancı ülke ve uluslararası şirket, ulusal pavilyonlar ve ticaret heyetleri aracılığıyla bu etkinliklere katılım sağlamaktadır.

Etkinlik	Tarih	Organizatör	Websitesi	Yer
WOFEX Drinks + Bakes	25-27 Eylül 2026	PEPTARSUS and Informa Markets Tel: +63 (02) 8929-7963; 8929-7993; 8426-9603; 8281-8700; 8655-7742; 8289-7993 Mobile: +63 999-888-5000 Email: info@peptarsus.com	https://wofex.com/wofex-drinks/	World Trade Center
Manila Food & Beverage Expo (MAFBEX)	10-14 Haziran 2026	Worldbex Services International Tel: (+632) 8656 92 39 E-mail: inquire@worldbexevents.com ; info.worldbex@gmail.com ; activities1@worldbex.com	https://mafbex.com/	World Trade Center
World Food Expo Manila (WOFEX)	29 Temmuz-01 Ağustos 2026	PEPTARSUS and Informa Markets Tel: +63 (02) 8929-7963; 8929-7993; 8426-9603; 8281-8700; 8655-7742; 8289-7993 Mobile: +63 999-888-5000 Email: info@peptarsus.com	https://wofex.com/	World Trade Center and SMX Convention Center
Asia Food Expo (AFEX)	09-12 Eylül 2026	ISC Group Expositions Email: ggadon@asiafoodexpo.ph	https://www.asiafoodexpo.ph/	World Trade Center
Hotel & Food Service Suppliers Show Manila	17-19 Eylül 2026	Global-Link MP International Tel: (+632) 88937973 Email: info@globalinkmp.com ; info@hotelandfoodservicesuppliersshow.com	https://hotelandfoodservicesuppliersshow.com/	SMX Convention Center
IFEX Philippines - International Food Exhibition Philippines	21-23 Eylül 2026	CITEM Tel: (+632) 8832 5033 Email: ifexphilippines@citem.com.ph	https://www.citem.gov.ph/signature-events/ifex-philippines	World Trade Center

WOFEX ve MAFBEX ayrıca, sektör katılımını genişletmek ve Metro Manila dışındaki gıda ticaret fuarlarına daha geniş erişim sağlamak amacıyla Visayas ve Mindanao dâhil olmak üzere Filipinler'in önemli bölgelerinde bölgesel organizasyonlar da düzenlemektedir.

H. Gerçekleştirilmesi Planlanan Ticaret Heyetleri

Akdeniz İhracatçı Birlikleri (AKİB) tarafından 22-30 Temmuz 2026 tarihleri arasında Vietnam – Filipinler Gıda Ürünleri Sektörü Sektörel Ticaret Heyeti düzenlenmesi planlanmaktadır. Türkiye İhracatçılar Meclisi (TİM) tarafından ise 28 Eylül – 2 Ekim 2026 tarihleri arasında Manila Genel Ticaret Heyeti programı düzenlenmesi planlanmakta olup mezkûr etkinliğe gıda sektörü firmalarının da katılımı mümkün bulunmaktadır.

İ. Sektörde İhale Yayınlayan Kamu Kurumları ile İlgili Bilgiler

Filipinler’de ihaleler genellikle çeşitli kamu ve satın alma platformlarında yayımlanmaktadır. Philippine Government Electronic Procurement System (PhilGEPS), tüm kamu alım fırsatlarının yayımlandığı resmî devlet portalıdır. Tedarikçiler, yükleniciler ve hizmet sağlayıcılar; ihale ilanlarına, satın alma belgelerine ve duyurulara PhilGEPS internet sitesi üzerinden erişebilmektedir (<https://philgeps.gov.ph/>) (<https://notices.philgeps.gov.ph/>) (<https://notices.philgeps.gov.ph/GEPS/Tender/SplashOpenOpportunitiesUI.aspx?ClickFrom=OpenOpp&menuIndex=3>).

Kamu ihale fırsatlarına katılabilmek için şirketlerin genel olarak PhilGEPS sistemine kayıt olmaları ve hesap oluşturmaları gerekmektedir. Kayıt işlemi, şirketlere ayrıntılı ihale fırsatlarını görüntüleme, ihale dokümanlarını indirme, yeterlilik belgelerini sunma ve kamu kurumlarından satın alma bildirimleri alma imkânı sağlamaktadır. Şirketler ayrıca, satın alma süreçlerinde yeterlilik belgelerinin sunulmasını kolaylaştıran PhilGEPS Kayıt ve Üyelik Sertifikası’na (Platinum Membership) başvurabilmektedir.

Yerel Yönetim Birimleri (LGU’lar) de kendi ihalelerini ilgili internet sitelerinde veya yerel gazetelerde yayımlanan kamu duyuruları aracılığıyla ilan etmektedir.

J. Ülkenin Serbest Ticaret Anlaşmaları

13 Ocak 2026 tarihinde Filipinler ile Birleşik Arap Emirlikleri (BAE) arasında bir serbest ticaret anlaşması (STA) imzalanmıştır. CEPA, Filipinler’in bir Orta Doğu ülkesiyle imzaladığı ilk serbest ticaret anlaşmasıdır.

Anlaşma; tarifelerin azaltılmasını, mal ve hizmetler için pazara erişimin geliştirilmesini, yatırım akışlarının artırılmasını ve BAE’de Filipinli profesyoneller ile hizmet sağlayıcılar için yeni fırsatlar yaratılmasını amaçlamaktadır. Ayrıca dijital ticaret, mikro, küçük ve orta ölçekli işletmeler (MSME), sürdürülebilir kalkınma, fikri mülkiyet, rekabet ve tüketicinin korunması, kamu alımları ve teknik iş birliği gibi stratejik sektörleri de kapsamaktadır. Anlaşmadan fayda sağlaması beklenen Filipin ihracat ürünleri arasında muz, ananas, konserve ton balığı, elektronik ürünler, makineler ve diğer yüksek talep gören ürünler yer almaktadır. Hizmetler alanında ise anlaşma; bilişim teknolojileri ve iş süreçleri yönetimi (IT-BPM), turizm, sağlık, eğitim, inşaat ve profesyonel hizmetler gibi

sektörlerde faaliyet gösteren MSME'ler dâhil Filipinli firmalar için istikrarlı bir ortam sağlamaktadır. Anlaşmanın ayrıca, Yatırımların Teşviki ve Korunması Anlaşması ile ticaret, enerji, lojistik, inovasyon ve turizm alanlarındaki iş birliği dâhil olmak üzere mevcut Filipinler-BAE anlaşmalarını da güçlendirmesi öngörülmektedir.

Filipinler-Kore Serbest Ticaret Anlaşması (PH-KR FTA), 80 sayılı Cumhurbaşkanlığı Kararnamesi kapsamında 31 Aralık 2024 tarihinde yürürlüğe girmiştir. Söz konusu anlaşma, belirli ithal ürünlere uygulanan ithalat vergisi oranlarını değiştirmekte ve Filipinler'in Güney Kore ile yapılan ticaret anlaşması kapsamındaki tarife taahhütlerini düzenlemektedir.

2008 yılında imzalanan Filipinler-Japonya Ekonomik Ortaklık Anlaşması (PJEPA), Filipinler'in tek ikili serbest ticaret anlaşmasıdır. Anlaşma; mal ticareti, hizmetler, yatırımlar, fikri mülkiyet ve kamu alımları alanlarına ilişkin hükümler içermektedir.

2016 yılında imzalanan ve 2018 yılında yürürlüğe giren Filipinler-Avrupa Serbest Ticaret Birliği (EFTA) Serbest Ticaret Anlaşması; mal ticareti, hizmetler, yatırımlar, fikri mülkiyet ve sürdürülebilir kalkınma alanlarını kapsamaktadır.

Filipinler, ASEAN kapsamında ayrıca Çin, Hong Kong, Hindistan, Japonya, Güney Kore ve Avustralya-Yeni Zelanda ile tercihli ticaret anlaşmalarına sahiptir. Bu anlaşmalar, tarifeler ve ticaretteki tarife dışı engellerin azaltılması yoluyla ASEAN içinde tek bir pazar ve üretim üssü oluşturmayı amaçlamaktadır.

2020 yılında imzalanan ve 2022 yılında yürürlüğe giren Bölgesel Kapsamlı Ekonomik Ortaklık Anlaşması (RCEP), Filipinler ile 14 Asya-Pasifik ülkesi arasındaki önemli bir ticaret anlaşmasıdır. Anlaşma; mal ticareti, hizmetler, yatırımlar, fikri mülkiyet, e-ticaret ve kamu alımları alanlarını kapsamaktadır. Filipinler Senatosu anlaşmayı 2023 yılında onaylamıştır.

Filipinler, ASEAN kapsamında ayrıca Çin, Hong Kong, Hindistan, Japonya, Güney Kore ve Avustralya-Yeni Zelanda ile tercihli ticaret anlaşmalarına sahiptir. Bu anlaşmalar, tarifeler ve ticaretteki tarife dışı engellerin azaltılması yoluyla ASEAN içinde tek bir pazar ve üretim üssü oluşturmayı amaçlamaktadır.

Bu anlaşmaların ve tarife çizelgelerinin tam listesi için DTI (<https://philippineftas.dti.gov.ph/>), Tariff Finder (<https://finder.tariffcommission.gov.ph/>) ve Philippine National Trade Repository (<https://www.pntr.gov.ph/>) internet siteleri ziyaret edilebilir.

Serbest Ticaret Anlaşmalarına ilişkin Cumhurbaşkanlığı Kararnameleri, Tarife Komisyonu'nun internet sitesinde Şu bağlantı üzerinden listelenmektedir: <https://tariffcommission.gov.ph/special-executive-orders-on-fta>

K. Sektörde Standartlar

Filipinler Cumhuriyeti'nde gıda ve ilaçların düzenlenmesi, 1987 Filipinler Anayasası'nda güvence altına alınmıştır. Ayrıca, halka sunulan tüm gıda ve ilaç ürünlerinin güvenliğini, etkinliğini ve kalitesini sağlamakla görevlendirilen düzenleyici kurum olan Gıda ve İlaç Bürosu'nun (FDA) kurulmasına hukuki dayanak sağlayan yasal düzenlemeler de mevcuttur. Bu yasalar arasında en önemlileri; 3720 sayılı Cumhuriyet Yasası (RA) "Gıdalar, İlaçlar, Tıbbi Cihazlar ve Kozmetikler Yasası", 10611 sayılı RA "2013 Gıda Güvenliği Yasası" ve 7394 sayılı RA "Tüketicinin Korunması Yasası"dır.

RA 3720: <https://www.fda.gov.ph/wp-content/uploads/2022/06/RA-3720.pdf>

RA 10611: https://lawphil.net/statutes/repacts/ra2013/ra_10611_2013.html

RA 7394: <https://www.officialgazette.gov.ph/1992/04/13/republic-act-no-7394-s-1992/>

Düzenleme; gıda ve ilaç kuruluşlarının denetlenmesi ve lisanslandırılması, ürünlerin kayıt altına alınması ve piyasa gözetimi, ürün etiketlerinin pazarlama öncesinde onaylanması ile promosyon ve reklamların onaylanması ve izlenmesi yoluyla sağlanmaktadır.

İyi üretim uygulamalarına ilişkin gerekliliklere uyum, gıda ve ilaç kuruluşlarının lisanslandırılmasında temel kriteri oluştururken; güvenlik, etkinlik ve kalite ise ürünlerin kayıt altına alınmasında esas alınan kriterlerdir.

DSÖ, USP veya BP, FAO ve Codex Alimentarius tarafından tavsiye edilenler gibi uluslararası standartlar ve rehberler; gıda ve ilaçların üretimi, ithalatı, ihracatı, dağıtımını veya satışını düzenleyen kural ve düzenlemelerin hazırlanması ve uygulanmasında temel alınmaktadır.

Yalnızca gıdaya ilişkin Filipin Ulusal Standartları (PNS), Filipinler Gıda ve İlaç Dairesi (FDA) aracılığıyla aşağıdaki bağlantıda yer almaktadır: <https://www.fda.gov.ph/philippine-national-standards/>.

L. Sektörde Etiketleme

Filipinler Tüketicinin Korunması Yasası olarak da bilinen 7394 sayılı Cumhuriyet Yasası (Republic Act No. 7394), ülkedeki tüketicilerin haklarını ve refahını korumak amacıyla yürürlüğe konulmuştur.

Tüketicinin Korunması Yasası'nın temel gerekliliklerinden biri, piyasada satılan tüm ürünlerin açık, doğru ve temel bilgileri içeren etiketlere sahip olmasıdır. Etiket; ürün adı, içerikler veya bileşenler, üretici veya dağıtıcının adı ve adresi ile özellikle bozulabilir ürünler için üretim tarihi veya son kullanma tarihi gibi temel bilgileri içermelidir. Ayrıca, ürünün sağlık veya güvenlik riski oluşturabilmesi durumunda, doğru kullanım talimatları ile gerekli uyarılar ve önlemler de etikette yer almalıdır.

Ayrıca yasa, ürün etiketlerinde kullanılan dilin İngilizce **veya** Filipince olmasını zorunlu kılmakta ve böylece nüfusun büyük çoğunluğunun sunulan bilgileri anlayabilmesini sağlamayı amaçlamaktadır. Gıda, ilaç ve kozmetik gibi belirli ürün türleri için etiketleme gereklilikleri daha sıkıdır. İlaç ve kozmetik ürünlerinde etiketlerde, FDA kaydı ile birlikte parti veya lot numarası ve son kullanma tarihi gibi diğer önemli bilgilerin de belirtilmesi gerekmektedir. Bu temel gerekliliklere ek olarak yasa, yanlış veya yanıltıcı etiketlemeyi yasaklamaktadır. Bir ürün, tüketicileri niteliği, kalitesi veya miktarı konusunda aldatacak şekilde etiketlenemez.

Ayrıca, 2013 Gıda Güvenliği Yasası, tüketici menfaatlerinin korunmasının; gıdaların tağşiş edilmesinin, yanlış markalanmasının, hileli ve yanıltıcı uygulamaların yanı sıra şekli, görünümü, ambalajı, sunumu ve her türlü ortamda yer alan ürün bilgileri dâhil olmak üzere etiketleme ve reklamcılıkta yanlış beyanların önlenmesini kapsadığını hükme bağlamaktadır. Bu düzenleme, tüketicilerin gıda satın alırken bilinçli tercih yapabilmeleri için uygun bir temel oluşturmayı amaçlamaktadır. FDA İdari Emri No. 2014-0030-A, Filipinler'de önceden ambalajlanmış gıda ürünlerinin etiketlenmesini düzenleyen gözden geçirilmiş kural ve düzenlemeleri içeren İdari Emir No. 2014-0030'a ek niteliğinde olup ülkede dağıtılan önceden ambalajlanmış gıda ürünlerinin etiketlenmesine ilişkin 1984 tarihli 88-B Serisi İdari Emir'in belirli hükümlerini değiştirmekte ve diğer ilgili hususları düzenlemektedir.

FDA İdari Emri No. 2014-0030-A: <https://www.fda.gov.ph/administrative-order-no-2014-0030-a/>

2026 yılı itibarıyla, “Önceden Ambalajlanmış İşlenmiş Gıda Ürünlerinin Etiketlenmesi, Reklamları, Sponsorlukları, Promosyonları ve Diğer Pazarlama Faaliyetlerinde Kabul Edilebilir Beslenme ve Sağlık Beyanlarının Kullanımına İlişkin Taslak Rehber” başlıklı düzenleme taslağı; Filipinler’de yerel olarak üretilen ve ithal edilen önceden ambalajlanmış işlenmiş gıda ürünleri için beslenme ve sağlık beyanlarının uygun kullanımında paydaşlara rehberlik etmek amacıyla kabul edilebilir beyanların bir listesini ortaya koyan önerilen bir politika niteliğindedir. Düzenleme; yalnızca ihracata yönelik ürünler ile belirli bebek ve küçük çocuk gıda ürünleri hariç olmak üzere, ülkede üretimi, kullanımı, tüketimi, dağıtımı, tanıtımı, reklamı, sponsorluğu ve satışı amaçlanan tüm bu ürünlere uygulanacaktır (<https://www.fda.gov.ph/draft-for-comments-guidelines-on-the-use-of-acceptable-nutrition-and-health-claims-in-the-labeling-advertisement-sponsorships-promotions-and-other-marketing-activities-of-prepackaged-processed/>).

Etiketleme düzenlemelerinin uygulanması ve denetlenmesi, DTI ve FDA gibi düzenleyici kurumların yetki alanına girmektedir.

M. Sektörde Ambalajlama

Etiketleme gerekliliklerinin yanı sıra, Filipinler Tüketicinin Korunması Yasası (7394 sayılı Cumhuriyet Yasası) kapsamında gıda ürünlerinin tüketime uygun ve güvenli olması, uygun şekilde etiketlenmesi ve yürürlükteki gıda güvenliği ile düzenleyici standartlara uygun olarak tüketicileri yanıltıcı veya aldatıcı biçimde ambalajlanmaması ya da sunulmaması gerekmektedir.

FDA Circular No. 2022-0011, önceden ambalajlanmış işlenmiş gıda ürünlerinde kullanılan gıda ile temas eden maddelere (FCA) yönelik gönüllü sertifikasyon başvurusu ve düzenlenmesine ilişkin esasları belirlemektedir. Düzenlemenin temel amaçları; gönüllü sertifikasyon prosedürlerinin oluşturulması ve başvuru süreci hakkında paydaşlara bilgi sağlanmasıdır. Düzenleme, yapıştırıcı veya baskı mürekkebi uygulanmış olsun veya olmasın, nihai veya tamamlanmış formdaki yerli üretim ve ithal tüm FCA’ları kapsamakta olup özellikle önceden ambalajlanmış işlenmiş gıda ürünlerinde kullanılan tüm birincil ambalaj malzemeleri gibi gıda ile doğrudan temas eden maddeleri içermektedir (<https://www.fda.gov.ph/fda-circular-no-2022-0011-guidelines-on-the-application-and-issuance-of-voluntary-certification-of-food-contact-articles-fca-used-for-prepackaged-processed-food-products/>).

2026 yılı itibarıyla, “Önceden Ambalajlanmış İşlenmiş Gıda Ürünlerinde Kullanılan Gıda ile Temas Eden Maddelerin (FCA) Mevzuata Uygunluğuna İlişkin Genel Rehber” başlıklı taslak

düzenleme, tüketici sağlığını korumak amacıyla gıda ambalajlarında kullanılan gıda ile temas eden maddelerin güvenliğini sağlamayı hedefleyen bir idari emir niteliğindedir. Düzenleme; gıda ambalajlarında kullanılan yerli üretim ve ithal nihai FCA'ları kapsamakta olup birincil ambalaj malzemeleri gibi gıda ile doğrudan temas eden materyallerin yanı sıra, gıdaya bileşen salması amaçlanan veya beklenen aktif ambalaj malzemelerini, akıllı ambalaj malzemelerini ve yeniden işleme tabi tutulmuş geri dönüştürülmüş ambalaj malzemelerini de içermektedir (<https://www.fda.gov.ph/draft-for-comments-general-guidelines-on-the-regulatory-compliance-of-food-contact-articles-fca-used-for-prepackaged-processed-food-products/>).

N. Lojistik

Filipinler, bir takımada ülkesi olması nedeniyle kara, deniz ve hava taşımacılığını birleştiren çok modlu bir lojistik sistemine sahiptir.

Kara taşımacılığı, aynı ada içerisindeki gıda ve içecek ürünlerinin dağıtımında en yaygın kullanılan taşıma modudur. Kamyonlar; ürünleri çiftliklerden, fabrikalardan, depolardan ve limanlardan süpermarketlere, restoranlara ve perakende mağazalarına taşımaktadır. Metro Manila, Cebu ve Davao gibi yüksek düzeyde kentleşmiş bölgelerde kamyon taşımacılığı günlük dağıtım faaliyetleri açısından kritik öneme sahiptir. Soğutmalı veya “reefer” kamyonlar ise özellikle bozulabilir ürünlerin taşınmasında büyük önem taşımaktadır.

Deniz taşımacılığı, Luzon, Visayas ve Mindanao adalarının birbirine bağlanabilmesi için adalar arası taşımacılığın gerekli olması nedeniyle Filipinler lojistik sisteminin bir diğer temel unsurudur. Denizcilik şirketleri, adalar arasında büyük hacimli yüklerin taşınmasında kargo gemileri ile Roll-on/Roll-off (RoRo) gemilerini kullanmaktadır. RoRo gemileri, kamyonların doğrudan gemiye yüklenebilmesi ve limana ulaştıktan sonra yolculuklarına devam edebilmesi sayesinde yük elleçleme süresini ve taşıma maliyetlerini azaltarak yüksek verimlilik sağlamaktadır. Deniz taşımacılığı, hava taşımacılığına kıyasla daha ekonomik olması nedeniyle genellikle büyük hacimli gıda ve içecek sevkiyatlarında tercih edilmektedir. Önemli tedarik güzergâhları arasında Metro Manila'dan Cebu ve Davao'ya yapılan sevkiyatlar ile General Santos City'den Luzon pazarlarına deniz ürünleri taşınması yer almaktadır. Düşük taşıma maliyetleri nedeniyle ithal gıda ürünlerinde en yaygın kullanılan taşıma modu da deniz taşımacılığıdır.

Yüksek maliyetleri nedeniyle daha az yaygın kullanılmakla birlikte, hava taşımacılığı; acil, yüksek değerli veya bozulabilir ürünler açısından ürün kaybını azaltmak ve piyasa talebini hızlı şekilde karşılamak amacıyla önem taşımaktadır. Hava taşımacılığı ağırlıklı olarak daha hızlı teslimat ve acil tedarik ihtiyaçları için kullanılmaktadır.

Lojistiğin önemine rağmen, Filipinler ulaştırma sektörü çeşitli zorluklarla karşı karşıyadır. Metro Manila'daki yoğun trafik sıkışıklığı, teslimatlarda gecikmelere ve yakıt tüketiminin artmasına neden olmaktadır. Tayfunlar ve aşırı hava koşulları deniz ve kara taşımacılığını aksatarak sevkiyat gecikmelerine ve arz yetersizliklerine yol açabilmektedir. Ayrıca yüksek yakıt fiyatları, liman yoğunluğu ve kırsal bölgelerde sınırlı soğuk depolama tesisleri lojistik maliyetlerini artırmaktadır. Bu sorunlar, gıda fiyatlarını ve tedarik zincirinin genel verimliliğini olumsuz etkileyebilmektedir.

Bu lojistik ve taşımacılık sorunlarının giderilmesi amacıyla Filipinler hükümeti, ülke genelinde bağlantısallığın geliştirilmesi, taşımacılık gecikmelerinin azaltılması ve tedarik zinciri verimliliğinin güçlendirilmesine yönelik büyük ölçekli altyapı geliştirme projelerine yatırım yapmayı sürdürmektedir. Mevcut yönetim döneminde hükümet, önceki yönetimin Build! Build! Build! (BBB) girişimini genişleten Build Better More (BBM) altyapı programını başlatmıştır. Ulaştırma Bakanlığı'na (DOTr), takımda genelinde mal ve hizmetlerin etkin dolaşımını sağlamak amacıyla 2026 yılı için 136,8 milyar Filipin pesosu bütçe ayrılmıştır. Kara, hava ve deniz taşımacılığına yönelik yatırımlar aracılığıyla bu bütçenin sürdürülebilir şehirlerin gelişimini desteklemesi beklenmektedir.

Ayrıca, 240,5 milyar Filipin pesosu bütçeye sahip Bayındırlık ve Karayolları Bakanlığı'nın (DPWH) Yakınsama ve Özel Destek Programı, öncelikli sektörlerin, turizm endüstrilerinin ve hassas toplulukların ekonomik ihtiyaçlarına uygun stratejik yollar ve tesisler inşa etmekte olup özellikle bağlantı yolları ve/veya köprü projelerine odaklanmaktadır.

Gümrük Bürosu (BOC), limanların denetlenmesi, ithal ve ihraç edilen malların düzenlenmesi, gümrük vergileri ile diğer vergilerin tahsil edilmesi ve ticaret mevzuatına uyumun sağlanmasından sorumlu başlıca devlet kurumudur (<https://customs.gov.ph/>). BOC, Maliye Bakanlığı bünyesinde faaliyet göstermekte olup Filipin Limanlar İdaresi (PPA), denizcilik şirketleri, yük taşıma firmaları ve lojistik hizmet sağlayıcılarıyla yakın iş birliği içerisinde çalışmaktadır (<https://www.ppa.com.ph/>). Manila Limanı, Batangas Limanı ve Cebu Limanı gibi büyük limanlar, ülkeye giren ve ülkeden çıkan yüksek hacimli gıda ve içecek yüklerini işlemektedir.

PPA, Filipinler genelinde uygulanan liman tarifelerini düzenlemekte ve yayımlamaktadır. Söz konusu tarifelere aşağıdaki bağlantılar üzerinden erişilebilmektedir:

<https://www.ppa.com.ph/content/charges-vessel>

<https://www.ppa.com.ph/content/charges-cargoes>

<https://www.ppa.com.ph/content/charges-storage>

Ocak 2026 itibarıyla PPA tarafından akredite edilen liman hizmet sağlayıcılarının listesi:

https://www.ppa.com.ph/sites/default/files/ppa_document/PPA_APSPR_Jan222026_012326.pdf

O. Dağıtım Kanalları

Metro Manila, Filipinler'in aynı zamanda ticari başkenti olup ulusal ithalatçı ve distribütörlerin bulunduğu merkez konumundadır. Metro Manila dışında öne çıkan diğer büyük bölgesel ticaret merkezleri Pampanga, Baguio City, Cebu City, Iloilo, Davao ve Batangas'tır. Cebu City ile Iloilo, takımadaların orta bölümünü oluşturan Visayas Bölgesi'nin başlıca ticaret merkezleridir. Davao ise, çevre eyaletlerle sahip olduğu çok sayıdaki kara ve deniz bağlantısı sayesinde Güney Mindanao'da ticarete yakın bir hâkimiyet konumuna sahiptir.

Yerel acente veya distribütörlerin kullanılması, pazarda başarı elde etme olasılığını büyük ölçüde artırmaktadır. Filipinler'de hâlihazırda iki tür ithalatçı bulunmaktadır: stoklu distribütörler ve siparişçi firma - "indenter" olarak faaliyet gösteren araçlar. Stoklu distribütörler, yabancı tedarikçi ile yaptıkları anlaşmada belirtilen miktardaki ürünleri satın alma ve satma yükümlülüğü altındadır. Buna karşılık indentler, yabancı tedarikçiler ile nihai kullanıcı arasında aracı olarak faaliyet göstermekte; böylece pahalı ekipmanlar için yüksek sermaye harcamalarından kaçınılmasını ve yüksek fiyatlı ürünlerin stoklanması gerekliliğinin ortadan kaldırılmasını sağlamaktadır. Genellikle indent üzerinden sipariş veren alıcı, ürünlerin finansmanını önceden temin etmiş olmaktadır. Müşteriler çoğu zaman yabancı ihracatçıdan doğrudan satın alma yapmak amacıyla akreditif (L/C) açmaktadır. Bu düzenlemeler kapsamında yerel temsilci veya acente, "indent sale" olarak bilinen satış komisyonunu almaktadır. Indentler ayrıca satış sonrası destek hizmetlerini de yürütmektedir.

Bu dağıtım ve destek düzenlemeleri, ürünlerin Filipinler'deki başlıca perakende kanallarına etkin şekilde ulaştırılmasının sağlanmasında önemli rol oynamaktadır. Süpermarketler ve hipermarketler yaklaşık %40 pazar payına sahip olup tek çatı altında geniş ürün çeşitliliği

sunabilmeleri sayesinde dağıtım kanalları arasında en büyük gelir kaynağını oluşturmaktadır. Bu formatlar; gıda ve içecekler, temel ev ihtiyaçları ve kişisel bakım ürünleri dâhil olmak üzere çeşitli tüketici ihtiyaçlarına hitap etmekte olup toplu ve rutin alışverişler açısından tercih edilen alışveriş noktaları hâline gelmektedir.

Söz konusu formatların hâkimiyeti; indirimler, paket kampanyaları ve özel markalı ürünler dâhil olmak üzere güçlü fiyatlandırma stratejileriyle daha da desteklenmekte ve bu durum fiyat hassasiyeti yüksek tüketicileri cezbetmektedir. Düzenli mağaza yerleşimi, ürünlerin sürekli bulunabilirliği ve kalite güvencesi de tüketici güvenini artırmakta ve tekrar satın alımları teşvik etmektedir. Ayrıca, büyük perakende zincirlerinin kentsel ve yarı kentsel alanlarda yaygınlaşması erişilebilirliği önemli ölçüde artırmış ve böylece pazar konumlarını daha da güçlendirmiştir.

Süpermarketler ve hipermarketler ayrıca çevrim içi sipariş, eve teslimat ve mağazadan teslim alma hizmetleri gibi dijital çözümleri entegre ederek değişen tüketici davranışlarına uyum sağlamaktadır. Bu çok kanallı yaklaşım, fiziksel perakendenin avantajlarını korurken saf e-ticaret platformlarıyla etkin şekilde rekabet etmelerine imkân tanımaktadır.

Süpermarketler ve hipermarketlerin süregelen hâkimiyeti; kapsamlı ürün yelpazeleri, rekabetçi fiyatlandırmaları ve gelişen çok kanallı yetkinliklerinden kaynaklanmakta olup bu durum onları Filipinler perakende dağıtım yapısının temel unsurlarından biri hâline getirmektedir.

Süpermarketler ve hipermarketlerin yanı sıra, Filipinler gıda dağıtım zincirindeki diğer önemli şirketler aşağıda yer almaktadır:

Sektör	Başlıca Şirketler
Üreticiler	Universal Robina Corporation, Monde Nissin Corporation, Century Pacific Food, Inc., Nestlé Philippines, Inc.
İthalatçılar	Fly Ace Corporation, Dygen Food Ventures Corporation, Resourceful International Marketing, Inc.
Toptancılar	Landers Superstore, S&R Membership Shopping
Distribütörler	Benby Enterprises, Inc., Sysu International, Inc., Federated Distributors, Inc.
Süpermarket / Hipermarket zincirleri	SM Markets, Robinsons Supermarket, Puregold Price Club, Rustan Supercenters
Bakkal ve mini marketler (convenience stores)	7-Eleven Philippines, Alfamart, FamilyMart Philippines, Lawson Philippines
Restoranlar / yiyecek-içecek hizmet zincirleri	Jollibee Foods Corporation, Max's Group, Inc., Shakey's Pizza Asia Ventures, Inc.
Online satıcılar / e-ticaret platformları	Shopee Philippines, Lazada Philippines, MetroMart, GrabMart

P. E-Ticaret

Filipinler'in dijital ekonomisi, 2025 yılında cari fiyatlarla 2,74 trilyon Filipin pesosu Gayrisafi Katma Değer'e (GVA) ulaşmış olup bu tutar ülkenin Gayrisafi Yurtiçi Hasılasının %9,8'ine karşılık gelmektedir. Filipinler İstatistik Kurumu'na (PSA) göre bu rakam, 2024 yılında kaydedilen 2,59 trilyon Filipin pesosu GVA'ya kıyasla yıllık bazda %5,4 büyümeyi ifade etmektedir.

E-ticaret, Filipinler dijital ekonomisinin temel unsuru olmaya devam etmiş ve sektörün toplam Brüt Mal Değeri'nin (GMV) %60'ından fazlasını oluşturmuştur. Pazaryerleri, doğrudan tüketiciye satış kanalları, market alışverişi ve video ticaretini kapsayan bu segmentin GMV'si, 2024 yılındaki 20 milyar ABD dolarından 2025 yılında 24 milyar ABD dolarına yükselmiştir.

1. Ülkedeki Pazaryerleri

2025 yılında, Filipinler'de Shopee, TikTok Shop ve Lazada platformlarındaki toplam Brüt Ticari Mal Değeri (GMV) 22 milyar ABD dolarına ulaşmış olup bu rakam 2024 mali yılındaki 19 milyar ABD dolarına kıyasla %15 artış göstermiştir. Bu üç platform, ülkedeki e-ticaret faaliyetlerinin baskın bölümünü oluşturmakla birlikte, söz konusu veriler doğrudan tüketiciye satış yapan internet siteleri ve diğer dijital ticaret kanalları dâhil olmak üzere pazarın tamamını tam olarak kapsamamaktadır. Çevrim içi alışverişteki sürekli büyüme, Filipinli tüketicilerin günlük alışverişler ve perakende işlemleri için dijital platformlara giderek daha fazla bağımlı hâle geldiğini göstermektedir.

Shopee, 2025 yılında toplam önde gelen platform GMV'sinin %55'ini elinde bulundurmuş olup bu oran 2024 yılındaki %50 seviyesinden yükselmiştir. Platformun Filipinler'deki GMV'si 2025 yılında 12 milyar ABD dolarına ulaşırken, toplam sipariş sayısı 399 milyon olarak kaydedilmiştir. Filipinli tüketiciler, yıl boyunca Shopee üzerinden kişi başına ortalama 11 sipariş vermiş olup bu oran Güneydoğu Asya'daki en yüksek seviyelerden biridir.

Önde gelen platformlar arasında TikTok Shop Filipinler'in GMV'si 2025 yılında 6 milyar ABD dolarına ulaşmış (%53 yıllık artış) olup toplam büyük platform GMV'sinin %29'unu oluşturmuştur. Bu oran, 2024 yılındaki %22 ve 2023 yılındaki %14 seviyelerinden yükselmiştir. Platform, 2025 yılında 2024'e kıyasla daha hızlı büyüme göstermiş olup hâlen aktif genişleme sürecindedir. Ancak, ortalama sipariş değeri olan 198 Filipin pesosu, Shopee'nin 316 Filipin pesosu seviyesindeki ortalama sipariş değerinin üçte ikisinden daha düşüktür. Yalnızca 2025'in dördüncü çeyreğinde TikTok Shop,

Filipinler’de 2 milyar ABD doları GMV elde etmiş ve bu rakam çeyrek dönem toplam platform GMV’sinin %35’ine karşılık gelmiştir. Böylece TikTok Shop, çeyreklik satışlar bakımından Lazada’yı geride bırakarak ikinci en büyük platform hâline gelmiştir.

Buna karşılık, Lazada Filipinler’in GMV’si 2025 yılında 3 milyar ABD dolarına gerileyerek 2024 yılına kıyasla %34 düşüş göstermiştir. Toplam platform GMV’sindeki payı ise %28’den %16’ya düşmüştür. Tüm platformların mevsimsel talepten fayda sağlamasının beklendiği zirve dönem olan 2025’in dördüncü çeyreğinde Lazada, toplam platform GMV’sinin yalnızca %10’unu oluşturmuştur. Lazada ortalama sipariş değerini korumayı sürdürmüştür. Sipariş başına 416 Filipin pesosu ile üç platform arasındaki en yüksek ortalama sipariş değerine sahip olan Lazada’nın kalan GMV’si, Filipinler’deki GMV’sinin %26’sını oluşturan daha yüksek fiyatlı ve markalı ürün alımlarında yoğunlaşmaktadır. Filipinli tüketiciler açısından LazMall’un özgünlük ve güvenilirlik konumlandırmasının en fazla değer gördüğü alan da burasıdır.

Büyük e-ticaret pazaryerlerinin ötesinde, belirli tüketici ihtiyaçları ve hizmetlerine odaklanan niş ve uzmanlaşmış dijital platformlar da giderek popülerlik kazanmaktadır. MetroMart ve Pickaroo, çevrim içi sipariş ve teslimat hizmetleri aracılığıyla süpermarketlere ve yerel mağazalara kolay erişim sağlamaları nedeniyle market alışverişi ve temel ev ihtiyaçları açısından giderek daha fazla tercih edilmektedir. Bu platformlar, çeşitli tüketici ihtiyaçlarına hitap ederek Filipinler’de büyüyen e-ticaret ekosistemini şekillendirmektedir.

E-ticaret gelişmeye devam ederken, Filipinler’deki perakendeciler de dijital ve fiziksel perakende faaliyetlerini birleştiren daha entegre alışveriş deneyimlerini benimsemektedir. Çevrim içi alışveriş ile fiziksel mağazaları bütünleştiren çok kanallı stratejiler, farklı perakende sektörlerinde giderek daha gelişmiş hâle gelmektedir. Bu yaklaşım, işletmelerin tüketicilere ürün satın alma konusunda daha fazla esneklik ve kolaylık sunmasına imkân tanımaktadır. Çok kanallı perakendeciliğe yönelik bu dönüşüm, ülke genelindeki büyük süpermarket ve perakende zincirlerinin uyguladığı stratejilerde açıkça görülmektedir. Filipinler’in önde gelen alışveriş merkezi ve süpermarket zincirlerinden biri olan SM Markets, müşterilerin market alışverişlerini çevrim içi olarak yapmalarına ve siparişlerini tercih ettikleri şubeden teslim almalarına imkân tanıyan “Click & Collect” hizmetini sunmaktadır.

Aynı zamanda, pratiklik ve daha hızlı teslimat hizmetlerine yönelik artan talep, Filipinler’de uygulama tabanlı teslimat platformlarının yaygınlaşmasını hızlandırmıştır. Grab ve Foodpanda gibi platformlar, Filipinler’de yemek teslimatı, talep üzerine hizmetler ve günlük ihtiyaçların pratik şekilde

karşılanması amacıyla yaygın olarak kullanılmaktadır. Giderek daha fazla Filipinli tüketici; temel gıda ürünleri, atıştırmalıklar, içecekler ve hatta taze ürünleri dijital platformlar üzerinden sipariş etmenin sağladığı kolaylığı tercih etmektedir.

Çevrim içi alışverişin sürekli büyümesi, büyük perakendecileri ve işletmeleri dijital yetkinliklerini geliştirmeye ve e-ticaret altyapılarına daha fazla yatırım yapmaya teşvik etmiştir.

2. Özel Günler, Bayramlar

Filipinler’de resmi tatillere riayet edilmekte ve bu süre zarflarında çalışılmamaktadır. Aynı zamanda, iş dünyası da resmi tatil günlerine uymaktadır. Aşağıda 2026 yılı için resmi tatiller yer almaktadır,

Sürekli olanlar;

Yeni Yıl	1 Ocak
Kutsal Perşembe	2 Nisan
İyi Cuma	3 Nisan
Araw ng Kagitingan	9 Nisan
İşçi Bayramı	1 Mayıs
Bağımsızlık Günü	12 Haziran
Milli Kahramanlar Günü	25 Ağustos
Bonifacio Günü	30 Kasım
Noel	25 Aralık
Rizal Günü	30 Aralık

Özel çalışılmayan günler;

Çin Yeni Yılı	17 Şubat
Kara Cumartesi	4 Nisan
Ninoy Aquino Günü	21 Ağustos
Azizler Yortusu	1 Kasım
Tüm Ruhlar Günü	2 Kasım
Günahsız Doğum Bayramı	8 Aralık
Noel Arifesi	24 Aralık
Yılın Son Günü	31 Aralık

Lider e-ticaret platformları, düzenli olarak aylık büyük kampanyalar ve satış etkinlikleri düzenlemekte; platform yıl dönümleri, yıl ortası satışları ve “9.9”, “11.11”, “12.12” gibi temalı kampanyalar öne çıkmaktadır. Bu platformlar, kampanyalara katılan perakende şirketleri için promosyon paketleri de sunmaktadır.

Bunun yanı sıra, Yeni Yıl, Noel ve İşçi Bayramı gibi özel günler ve tatil dönemleri, perakendecilerin önemli indirimler ve kampanyalar sunduğu dönemler arasında yer almaktadır.

3. En Çok Kullanılan Sosyal Medya Platformları

Filipinler’de toplam 95,8 milyon sosyal medya kullanıcı hesabı bulunmakta olup bu durum dijital platformların ülke genelinde yaygın şekilde kullanıldığını göstermektedir. Sosyal medya kullanıcı hesapları çeyreklik bazda %0,4 artarak 400.000 yeni kullanıcı eklenmiştir. Geçen yıla kıyasla sosyal medya hesaplarının sayısı %10,3, yani 9 milyon artış göstermiş olup bu durum kullanımın büyümeye devam ettiğini ortaya koymaktadır.

Filipinliler, sosyal medya platformlarında haftada ortalama 33 saat 50 dakika zaman geçirmekte olup bu süre günlük yaklaşık 4,8 saate karşılık gelmektedir. Sosyal medya kullanıcı hesapları, Filipinler toplam nüfusunun %81,9’unu temsil etmekte ve bu durum nüfusun büyük çoğunluğunun bu platformlarda aktif olduğunu göstermektedir. Ayrıca, sosyal medya kullanıcılarının %97,7’si platformlara mobil cihazlar üzerinden internet aracılığıyla erişmekte olup bu durum ülkede mobil bağlantının önemini ortaya koymaktadır.

En çok kullanılan ilk beş sosyal medya platformu, ülkenin yüksek düzeyde bağlantılı ve mobil odaklı dijital kültürünü yansıtmaktadır. Facebook, Filipinli internet kullanıcılarının %94,9’unun platformda aktif olmasıyla ilk sırada yer almaktadır. Messenger ise %90,6 kullanım oranıyla yakın şekilde takip etmekte olup iletişim kurmak için ülkede en çok tercih edilen mesajlaşma uygulaması olarak öne çıkmaktadır. YouTube, Filipinlilerin %85’i tarafından kullanılmakta ve ülkenin video içeriklerine yönelik yoğun ilgisini desteklemektedir. TikTok, içerik keşfetmek ve boş zamanı değerlendirmek amacıyla kullanıcıların %82,2’si tarafından kullanılmaktadır. Instagram ise internet kullanıcılarının %71,2’si tarafından tercih edilmektedir. Bu platformların bir araya gelmesi, video odaklı ve mobil yönelimli bir dijital ortam oluşturmaktadır.

Filipinlilerin günlük olarak en fazla zaman geçirdiği ilk beş platform, ülkenin sosyal medya ve dijital içeriklere olan güçlü bağlılığını ortaya koymaktadır. Facebook, günlük ortalama 1 saat 31 dakikalık kullanım süresiyle ilk sırada yer almaktadır. TikTok, günlük 1 saat 30 dakikalık kullanım süresiyle onu yakından takip ederken, YouTube günlük 1 saat 18 dakikalık kullanım kaydetmektedir. Messenger için günlük kullanım süresi 57 dakika olup Instagram ise 34 dakikalık süreyle listeyi tamamlamaktadır.

Facebook, sunduğu çok yönlü işlevsellik sayesinde dijital yaşamın temel platformu olmayı sürdürürken, TikTok ve YouTube'un sonraki iki sırada yer alması, Filipinlilerin hem kısa hem de uzun formatlı içerikler için özel video platformlarına yöneldiğini göstermektedir.

4. E-Ticaretteki Gümrük Vergileri ve Muafiyetleri

Filipinler'de, e-ticaret platformları aracılığıyla satın alınan tüm ithal ürünler genel olarak Filipinler Gümrük Bürosu'nun (Bureau of Customs - BOC) düzenleme ve vergilendirme yetkisine tabidir. Gümrük Modernizasyonu ve Tarife Kanunu (Customs Modernization and Tariff Act - CMTA) kapsamında faaliyet gösteren BOC, ülkeye giren ithal ürünlere ilişkin gümrük vergileri, Katma Değer Vergisi (KDV/VAT) ve diğer uygulanabilir harçların değerlendirilmesi, tahsili ve uygulanmasından sorumludur.

Gümrük Bürosu (BOC) tarafından yayımlanan 01-2025 sayılı Gümrük İdari Emri (Customs Administrative Order - CAO), uluslararası standartlara uygun olarak çevrim içi alışveriş platformları üzerinden satın alınan sınır ötesi e-ticaret malları için standartlaştırılmış bir gümrükleme süreci oluşturmuştur. Düzenleme; Dünya Gümrük Örgütü'nün (WCO) Sınır Ötesi E-Ticaret Standartları Çerçevesi, WCO Hızlı Serbest Bırakma Rehberi ve Dünya Ticaret Örgütü'nün (DTÖ) Ticaretin Kolaylaştırılması Anlaşması'nın 7.8 maddesi ile uyumludur.

Söz konusu CAO, Filipinler'e çevrim içi ticaret platformları ve e-perakendeci internet siteleri aracılığıyla getirilen ithal malların işlenmesi, gümrükten geçirilmesi ve serbest bırakılmasına uygulanmakta olup özellikle 2023 tarihli İnternet İşlemleri Yasası olarak da bilinen 11967 sayılı Cumhuriyet Yasası kapsamında tanımlanan İşletmeden Tüketiciye (B2C) işlemlere odaklanmaktadır. Daha ayrıntılı bilgi için düzenlemenin tam metnine şu bağlantıdan erişilebilmektedir: <https://customs.gov.ph/wp-content/uploads/2025/02/2025CAO-01-2025.pdf>.

5. E-Ticarete Yönelik Düzenlemeler

14 Haziran 2000 tarihinde Filipinler hükümeti, "Elektronik Ticari ve Ticari Olmayan İşlemlerin Tanınması ve Kullanımına, Bunların Hukuka Aykırı Kullanımına İlişkin Cezalara ve Diğer Amaçlara Dair Kanun" başlıklı ve "Elektronik Ticaret Yasası" olarak da bilinen 8792 sayılı Cumhuriyet Yasası'nı yayımlamıştır. Söz konusu yasanın amacı, Filipinler'de e-ticaret için güvenli bir hukuki

çerçeve ve ortam sağlamaktır. Yasa ayrıca Ticaret ve Sanayi Bakanlığı'na (DTI), ülkedeki gelişmeleri denetleme ve gerektiğinde e-ticaretin büyümesini kolaylaştırmak amacıyla politika ve düzenlemeler oluşturma yetkisi vermektedir. Elektronik Ticaret Yasası hakkında daha ayrıntılı bilgiye Resmî Gazete internet sitesinden ulaşılabilmektedir: (<https://www.officialgazette.gov.ph/2000/06/14/republic-act-no-8792-s-2000/>).

Aralık 2023'te 2023 İnternet İşlemleri Yasası (Cumhuriyet Yasası No. 11967) yürürlüğe girmiştir. Bu yasa, e-ticaretin düzenlenmesini, tüketici hakları ve veri gizliliğinin korunmasını, fikri mülkiyet haklarının gözetilmesini amaçlamaktadır.

Daha güvenli ve güvenilir bir dijital ticaret ortamını teşvik etmek amacıyla, Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (DTI), E-Commerce Philippines Trustmark (Filipinler E-Ticaret Güven Mührü) uygulamasını başlatmıştır. Bu dijital rozet, 2023 İnternet İşlemleri Yasası (Cumhuriyet Yasası No. 11967) kapsamında adil e-ticaret uygulamaları, tüketici koruma kuralları ve ilgili standartlara uyan çevrimiçi işletmelere verilmektedir. 21 Şubat 2025 tarihinde onaylanan 25-02 sayılı İdari Genelge uyarınca, DTI, zorunlu sertifikasyona tabi tüketici ürünleri satan çevrim içi satıcıların ve e-perakendecilerin, Filipin Standartları Bürosu (BPS) çevrim içi portalı üzerinden tek seferlik kayıt yaptırmaları gerektiğini açıklamıştır. Diğer taraftan, 27 Haziran 2025 tarihli 25-07 sayılı İdari Genelge, E-Commerce Philippines Trustmark veya dijital rozet uygulamasına ilişkin kuralları düzenlemektedir.

29 Nisan 2026 tarihinde İç Gelir Bürosu (BIR), çevrim içi ticari faaliyetlerde bulunan mükellefler için BIR Kayıt Mührü Rozeti'nin düzenlenmesi ve zorunlu olarak yayımlanmasına ilişkin esasları belirleyen 38-2026 sayılı Gelir Memorandum Genelgesi'ni (Revenue Memorandum Circular - RMC) yayımlamıştır.

RMC No. 38-2026: <https://bir-cdn.bir.gov.ph/BIR/pdf/RMC%20NO.%2038-2026.pdf>

Genelge; çevrim içi satıcılar, serbest çalışanlar, profesyoneller, vlog yayıncıları, influencer'lar ve dijital platformlar aracılığıyla gelir elde eden diğer kişileri de kapsayan dijital ekonomi katılımcılarına uygulanmaktadır. Düzenleme, söz konusu kişilerin internet sitelerinde, e-ticaret platformlarında veya sosyal medya işletme sayfalarında BIR Kayıt Mührü Rozeti aracılığıyla kayıt belgelerini görünür şekilde sergilemelerini zorunlu kılmaktadır. Kayıt Mührü Rozeti, çevrim içi işlemler açısından kayıt belgesi niteliği taşımakta olup internet sitelerinin veya platform sayfalarının "Hakkımızda", "İşletme İzinleri" veya benzeri kolay erişilebilir bölümlerinde yayımlanmalıdır.

DTI, Filipinler’de e-ticaretin gelişimini hızlandırmayı amaçlayan stratejik bir çerçeve olan e-Commerce Philippines 2022 Yol Haritasını yayımlamıştır. Yol haritası, dijitalleşme, lojistik ve pazara erişim gibi kilit alanlara odaklanmaktadır. Yol haritasına aşağıdaki bağlantıdan ulaşılabilir: <https://dtiwebfiles.s3-ap-southeast-1.amazonaws.com/HRAS/Procurement/2021/August%202021/39506%20ECO%20Sample.pdf>

Nisan 2024’te DTI, önceki yol haritasının kazanımlarını temel alan ve kapsayıcılık ile yeniliği ön plana çıkaran 2024–2028 yol haritasına ilişkin istişarelere başlamıştır. Yeni yol haritası, turizm, yaratıcı endüstriler, gıda ve tarımsal işletmeler, ulaşım ve lojistik gibi kilit sektörlerin büyümesini önceliklendirmektedir. E-Commerce Philippines 2024–2028 Yol Haritası, çevrimiçi müşteriler ile satıcılar arasında güven inşa etmeyi amaçlayan, 13 strateji ve 28 çıktıyı içeren geleceğe yönelik bir plan olarak tasarlanmıştır.

Diğer taraftan, Filipin Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (DTI) tarafından yukarıda bahse konu tüm düzenlemeler ile birlikte e-ticaret yönelik her mevzuatın yayımlandığı portal hayata geçirilmiştir. İlgili portala aşağıda yer alan linkten erişim sağlanabilmektedir: <https://www.dti.gov.ph/dti-knowledge-hub/dti-laws-policies/dti-e-commerce>

6. E-Ticarete Yönelik Lojistik Hizmetleri

Filipinler e-ticaret lojistik pazarı, birkaç büyük firmanın hâkimiyetindedir. Pazardaki başlıca şirketler; güçlü dağıtım ağları, hızlı teslimat çözümleri ve rekabetçi fiyatlandırmaları sayesinde Shopee ve Lazada gibi e-ticaret platformlarının başlıca lojistik hizmet sağlayıcıları hâline gelmiştir.

Filipinler’deki hizmetler ve başlıca firmalar aşağıda yer almaktadır:

Kurye Teslimatı:

- J&T Express: Geniş dağıtım ağı ve uygun fiyatlı hizmetleriyle bilinmektedir.
- Ninja Van: Ülke çapında hizmet ağı sunmakta olup özellikle son kilometre teslimatına (last-mile delivery) odaklanmaktadır.
- LBC Express: Yaygın şube ağına sahip köklü bir kurye şirkettir.
- Entrego: Kurye ve ekspres kargo teslimatı, freight forwarding ve kontrat lojistiği hizmetleri sunmaktadır.

- 2GO Express: Aynı gün teslimat ve dropshipping dâhil geniş hizmet yelpazesi sunmakta olup e-ticaret platformlarının güvenilir iş ortaklarından biridir.

Depolama ve Fulfillment Hizmetleri:

- Rhenus: Depolama ve sipariş karşılama (order fulfillment) dâhil olmak üzere esnek ve etkin e-ticaret lojistik çözümleri sunmaktadır.
- Yusen Logistics: Stok yönetimi, sipariş işleme ve katma değerli hizmetleri kapsayan e-fulfillment çözümleri sağlamaktadır.

Talep Üzerine Lojistik Hizmetleri:

- Lalamove: Talep üzerine teslimat ve lojistik hizmetleri sunan popüler uygulama tabanlı bir platformdur.
- Transportify: Kurumsal ve bireysel kullanıcılara yönelik kamyonet ve nakliye hizmetleri sunmakta olup çeşitli teslimat seçenekleri sağlamaktadır.

Aynı gün teslimat hizmeti, 2024 yılında 8 şehirde sunulurken artık 15 büyük şehirde sağlanmaktadır. Ekspres teslimat hizmetleri kentsel alanların %85'ine 24 saat içinde ulaşırken, kırsal bölgelere teslimat süreleri önceki 5-7 günlük süreden ortalama 3-4 güne düşmüştür.

Başlıca lojistik şirketleri Filipinler genelinde önemli ölçüde genişleyerek ülkenin teslimat ve tedarik zinciri kapasitesini güçlendirmiştir. LBC Express ülke çapında 2.800'den fazla şube işletirken, 2GO Express belediyelerin %95'ini kapsayan bir hizmet ağına sahiptir. Ninja Van ve J&T Express, verimliliği ve erişimi artırmak amacıyla 45 şehirde mikro dağıtım merkezleri kurmuştur. Bu arada GoGoX ve Lalamove, Metro Manila, Cebu ve Davao'da aynı gün teslimat hizmeti sunmaktadır.

R. Tanıtım ve Pazarlama

Filipinler gıda sektöründeki tanıtım ve pazarlama stratejileri; deneyim odaklı ve etkileşim temelli tüketici iletişimine yönelik artan yönelimi yansıtacak şekilde büyük ölçüde dijital reklamcılık, influencer pazarlaması, sosyal medya kampanyaları, ürün numune dağıtımları ve mağaza içi promosyonlara dayanmaktadır. Televizyon ve çevrim içi video reklamcılığı ise, özellikle hızlı tüketim ürünleri ve yerleşik gıda markaları açısından geniş erişim sağlamaları nedeniyle kitlesel pazar ürünleri için etkili olmaya devam etmektedir.

Influencer iş birlikleri ve sosyal medya aracılığıyla sağlanan yaygınlaştırma faaliyetleri, bu fiziksel etkinliklerin erişim alanını giderek daha fazla genişletmektedir. Gıda markaları, canlı tanıtımlar veya numune dağıtım etkinliklerini takip etmeleri amacıyla sıklıkla içerik üreticilerini, şefleri ve medya temsilcilerini davet etmekte; bu sayede fiziksel görünürlüğün çevrim içi etkileşime ve viral pazarlamaya dönüşmesi sağlanmaktadır. Deneyim odaklı pazarlama ile dijital hikâye anlatımını birleştiren bu hibrit yaklaşım, tüketici güveninin büyük ölçüde akran tavsiyeleri ve görsel içeriklerden etkilendiği Filipinler gıda sektöründe özellikle önemli hâle gelmiştir.

Dijital platformların ötesinde, yüz yüze deneyim odaklı pazarlama da özellikle ticaret fuarları ve gıda festivallerine katılım yoluyla kritik bir strateji olmaya devam etmektedir. Özellikle gıda fuarları; optimize edilmiş stant tasarımları, etkinlik öncesi tanıtım faaliyetleri, markalı promosyon ürünleri ve pazarlama materyallerinin dağıtımı, ürün numune dağıtımları ve canlı tanıtımlar ile sektör ortakları ve birlikleriyle aktif ağ kurma ve iş birliği imkânları sayesinde işletmelere önemli görünürlük sağlamaktadır. Bu yüz yüze etkileşim stratejileri, markaların dikkat çekmesine, güvenilirlik oluşturmaya ve yoğun rekabetin bulunduğu pazarda potansiyel müşteri kazanmasına yardımcı olmaktadır.

Buna ek olarak, birçok gıda ve içecek şirketi; özellikle koşu etkinlikleri, maratonlar, spor festivalleri ve topluluk buluşmaları gibi büyük ölçekli kamusal etkinliklerde sponsorluklar ve stratejik iş birlikleri aracılığıyla görünürlüklerini artırmaktadır. Bu sponsorluk faaliyetleri çoğunlukla markalı içecek ve su stantları, yerinde ürün numune dağıtımları, ücretsiz promosyon ürünleri ve yoğun ziyaretçi trafiğine sahip alanlarda doğrudan tüketici etkileşimine imkân tanıyan interaktif tanıtım alanlarını içermektedir. Bu tür iş birlikleri, markaların sağlık, yaşam tarzı ve topluluk odaklı değerlerle özdeşleşmesine yardımcı olurken, geleneksel perakende alanlarının dışındaki farklı demografik gruplara ulaşmalarını da sağlamaktadır.

Gıda fuarları ayrıca şirketlerin değişen tüketici tercihlerine yanıt verirken yeni ambalaj teknolojilerini, ürün serilerini ve mutfak konseptlerini tanıttıkları inovasyon ve trend keşif alanları olarak da işlev görmektedir. Benzer şekilde mağaza içi pazarlama da önemli bir temas noktası olmaya devam etmekte; süpermarketler ve market zincirleri, tüketicilerin satın alma kararlarını yolculuğun son aşamasında etkilemek amacıyla ücretsiz tadım promosyonları, numune dağıtım stantları, paket kampanyaları ve satış noktası teşhir uygulamaları gerçekleştirmektedir. Bu mağaza içi aktivasyonlar, ani satın alma davranışı ve duyuşsal ürün değerlendirmesinin gıda satın alma davranışında önemli rol oynadığı Filipinler bağlamında özellikle etkili olmaktadır.

S. Sektörde Tüketici /Alıcı Tercihleri ve Son Trendler

Access to Nutrition Foundation tarafından yayımlanan “The Philippines Retail Assessment 2025” başlıklı rapora göre, Filipinler’deki modern market müşterilerinin sosyoekonomik profiline ilişkin güncel veriler sınırlıdır. Bununla birlikte mevcut araştırmalar, bu perakendecilerin ağırlıklı olarak kentsel alanlarda ve alışveriş merkezlerinde faaliyet göstermeleri nedeniyle daha yüksek sosyoekonomik gruplardan tüketicilere hitap ettiğini; düşük ve orta gelirli Filipinlilerin ise geleneksel perakendecilere yönelmeye devam ettiğini göstermektedir.

Asgari ücret seviyesinde veya bunun altında gelire yaşayan tüketiciler açısından sari-sari mağazaları, küçük miktarlarda gıda satın alma ve veresiye alışveriş yapabilme imkânı sunarak mevsimlik veya günlük gelir elde eden bireylerin ihtiyaçlarına uygun çözümler sağlamaktadır.

Filipinler’deki tüketiciler genellikle birden fazla market ve perakende kanalını kullanmaktadır. Örneğin, NielsenIQ tarafından gerçekleştirilen araştırmaya göre, tüketicilerin neredeyse tamamı sari-sari mağazalarını (%94) ziyaret ederken, çoğunluğu ayrıca süpermarketlere (%71) ve geleneksel pazarlara (%72) da gitmektedir.

Filipinler’de alışverişin ayırt edici özelliklerinden biri, ürünlerin küçük ve çoğu zaman tek kullanımlık miktarlarda sık aralıklarla satın alınmasını ifade eden “tingi” alışveriş anlayışıdır. Bu durum sari-sari mağazalarına özgü bir özellik olmakla birlikte, hane halklarının sınırlı buzdolabı kapasitesi nedeniyle süpermarketler ve geleneksel pazarlara da yayılmış ve market zincirlerinin büyümesine katkı sağlamıştır. Son döneme ait araştırma verileri, Filipinlilerin geleneksel perakendecileri haftada ortalama iki ila üç kez ziyaret ettiğini; buna karşılık modern süpermarketlere ayda yalnızca bir veya iki kez gittiklerini ortaya koymaktadır.

Bu alışveriş davranışları; pratiklik, uygun fiyatlılık, erişilebilirlik ve kullanım kolaylığı etrafında şekillenen daha geniş tüketici önceliklerini yansıtmaktadır. Aynı zamanda değişen yaşam tarzları ile sağlık ve çevre konularına yönelik artan farkındalık, Filipinlilerin yalnızca nereden alışveriş yaptıklarını değil, aynı zamanda hangi tür gıda ve içecek ürünlerini tüketmeyi tercih ettiklerini de şekillendirmektedir.

Innova Market Insights tarafından yayımlanan bir rapora göre, Filipinler’de gıda ve içecek tercihleri giderek daha fazla sağlık, uygun fiyatlılık ve sürdürülebilirlik kaygıları doğrultusunda

şekillenmektedir. Filipinli tüketiciler daha bilinçli hâle gelmekte; azaltılmış şeker ve yağ içeriğine sahip, yüksek protein ve lif oranı sunan, ayrıca zenginleştirilmiş, kafeinsiz veya soğuk sıkım içecekler gibi fonksiyonel faydalar sağlayan ürünleri tercih etmektedir. İklim değişikliği, gıda güvenliği ve genel halk sağlığı da satın alma davranışlarını etkilemekte; bu durum doğal, yerel kaynaklı ve minimum düzeyde işlenmiş ürünlere yönelik talebin güçlenmesine yol açmaktadır.

Tat ve aroma, çoğu gıda kategorisinde temel satın alma unsurları olmaya devam etmekte; bunları tazelik, uygun fiyatlılık, raf ömrü ve marka bilinirliği izlemektedir. Filipinli tüketiciler genellikle keyif ve değeri dengelemekte, hem iyi tat hem de makul fiyat sunan ürünleri tercih etmektedir. “Gerçek içerikler”, “yapay aroma veya renklendirici içermez”, “tam tahıllı” ve “organik” gibi ifadeler özellikle ekmek, tahıl ürünleri, süt ürünleri, atıştırmalıklar ve içecek kategorilerinde tüketiciler açısından çekicilik taşımaktadır.

Ekmek ve unlu mamul ürünleri, Filipinler’de %81’lik satın alma penetrasyon oranına sahip olup bu oran %77 olan küresel ortalamanın üzerindedir. Bu durum büyük ölçüde tüketicilerin tazelik, tat, raf ömrü ile lif ve tam tahıl gibi sağlık odaklı içeriklere yönelik tercihlerinden kaynaklanmaktadır. Süt ürünleri kategorisinde süt, aromalı içecekler ve peynir pazar büyümesini sürüklemeye devam ederken, tüketiciler giderek daha fazla yüksek proteinli, azaltılmış yağ ve şeker içeren ve doğal içerikli süt ürünlerini tercih etmektedir. Yoğurt tüketimi küresel ortalamanın altında kalmakla birlikte, fonksiyonel ve daha sağlıklı süt ürünlerine yönelik talep kademeli olarak artmaktadır.

Tazelik, et ve deniz ürünleri satın alımlarında en önemli unsur olup Filipinli tüketicilerin %75’i bunu temel bir değerlendirme kriteri olarak belirtmektedir. Sağlık faydaları, uygun fiyatlılık, protein içeriği ve yerel kaynaklı olma iddiaları da satın alma kararlarını önemli ölçüde etkilemektedir. Deniz ürünlerinde omega-3 ve omega-6 içeriğine yönelik ilginin artması ise tüketiciler arasındaki sağlık bilincinin güçlendiğini yansıtmaktadır.

Atıştırmalık gıdalar ve hazır yemekler de güçlü bir pazar performansı sergilemekte olup birçok kategoride satın alma penetrasyonu küresel ortalamaların üzerine çıkmaktadır. Tüketiciler, gerçek içeriklerle üretilmiş ve daha az yapay katkı maddesi içeren ürünleri tercih ederken; bitki bazlı alternatiflere, et ikamelerine ve fonksiyonel beslenme ürünlerine yönelik ilgi artmaya devam etmektedir. Filipinli tüketicilerin yaklaşık %40’ı spor ve beslenme ürünlerinde işlevselliğe önem vermekte olup bu durum aktif ve sağlık bilincine sahip yaşam tarzlarının gıda ve içecek tüketim alışkanlıkları üzerindeki etkisinin giderek arttığını göstermektedir.

T. Sektörde Vergiler

İthal gıda ürünleri, ürün kategorisine bağlı olarak gümrük vergilerine, katma değer vergisine (KDV), özel tüketim vergilerine ve dampinge karşı vergilere tabi olabilmektedir.

Filipinler vergi mevzuatı kapsamında, işlenmiş ve ambalajlanmış gıda ürünlerinin büyük çoğunluğu; mal ve hizmetlerin satışı, ithalatı ve dağıtım aşamalarında uygulanan %12 oranındaki KDV'ye tabidir.

Gümrük vergileri, ülkeye giren ithal işlenmiş gıda ürünleri, hammaddeler ve gıda bileşenleri üzerine uygulanmaktadır. 10863 sayılı Cumhuriyet Yasası veya Gümrük Modernizasyonu ve Tarife Yasası (CMTA) kapsamında vergi oranları, Filipin tarife sistemindeki ürün sınıflandırmasına ve yürürlükteki ticaret anlaşmalarına bağlı olarak değişebilmektedir. ASEAN üyesi ülkelerden ithal edilen gıda ürünleri, ASEAN Mal Ticareti Anlaşması (ATIGA) gibi bölgesel ticaret anlaşmaları kapsamında indirilmiş veya sıfır gümrük tarifelerinden yararlanabilmektedir.

10863 sayılı Cumhuriyet Yasası: <https://customs.gov.ph/wp-content/uploads/2023/01/CMTA-RA-10863-2.pdf>

Belirli işlenmiş gıda ve içecek ürünleri, özellikle sağlığa zararlı kabul edilen ürünler bakımından özel tüketim vergilerine veya benzeri tüketim vergilerine de tabi olabilmektedir. 10963 sayılı Cumhuriyet Yasası veya "Hızlandırma ve Kapsayıcılık İçin Vergi Reformu (TRAIN) Yasası" ile sonraki değişiklikler kapsamında, şekerle tatlandırılmış içecekler kullanılan tatlandırıcının türüne göre vergilendirilmektedir. Kalorili veya kalorisiz tatlandırıcı içeren şekerli içecekler litre başına özel tüketim vergisine tabi tutulurken, yüksek fruktozlu mısır şurubu kullanılan içecekler daha yüksek oranda vergilendirilmektedir. Bu önlemler, aşırı şeker tüketimini azaltmayı ve obezite ile diyabet gibi artan sağlık sorunlarıyla mücadele etmeyi amaçlamaktadır. Şekerle tatlandırılmış içeceklere uygulanan özel tüketim vergisine ilişkin uygulama esasları ve rehberler, İç Gelir Bürosu tarafından yayımlanan 20-2018 sayılı Gelir Düzenlemesi'nde (Revenue Regulations - RR) ayrıca ayrıntılı şekilde düzenlenmiştir.

10963 sayılı Cumhuriyet Yasası: <https://www.officialgazette.gov.ph/2017/12/27/republic-act-no-10963/>

20-2018 sayılı Gelir Düzenlemesi: <https://bir-cdn.bir.gov.ph/local/pdf/RR%20No%2020-2018.pdf>

Buna ek olarak, ithal işlenmiş gıda ürünleri; hükümetin ithal malların adil piyasa değerinin altında satıldığını veya yerli sanayilere zarar verdiğini tespit etmesi durumunda ek gümrük vergilerine, korunma önlemleri vergilerine veya dampainge karşı vergilere tabi tutulabilmektedir. Dampainge karşı önlemler, adil rekabetin sağlanması ve yerli üreticilerin haksız ticaret uygulamalarına karşı korunması amacıyla uluslararası ticaret kuralları doğrultusunda uygulanmaktadır. Ticaret savunma önlemlerine ilişkin kural ve düzenlemelere şu bağlantı üzerinden erişilebilmektedir: <https://www.dti.gov.ph/dti-business-center/dti-imports/dti-trade-remedies>.

Diğer taraftan Filipinler; pirinç, mısır, domuz eti, tavuk eti, şeker ve kahve gibi hassas tarım ürünleri için iki kademeli bir tarife politikası uygulamaktadır. Bu ürünler tarife kontenjanı (TRQ) sistemine tabi olup asgari erişim hacmi dışında kalan tüm ithalat daha yüksek kota dışı vergi oranları üzerinden vergilendirilmektedir. Kota içi ve kota dışı tarife oranları sırasıyla ortalama %36,5 ve %41,2 seviyesinde olup bu oranlar 2005 yılından bu yana değişmemiştir.

Hâlihazırda bazı TRQ ürünlerinde kota içi ve kota dışı tarife oranları birleştirilmiş olup; dondurulmuş veya soğutulmuş tavuk eti (%40), dondurulmuş veya soğutulmuş hindi ciğeri (%40), taze ve soğutulmuş patates (%40) ile kavrulmuş kahve çekirdekleri (%40) bu kapsamdadır. Günümüzde tavuk eti için ayrıca özel bir korunma vergisi uygulanmakta olup bu durum kota dışı tarife koruması oranını fiilen iki katına çıkarmaktadır. 1996 tarihli 9 sayılı İdari Emir (A.O. 9), 1997 tarihli 8 sayılı İdari Emir ve 1998 tarihli 1 sayılı İdari Emir ile değiştirilmiş olup TRQ sisteminin uygulanmasına ve ithalat lisanslarının tahsisine ilişkin kuralları belirlemiştir.

U. Sektöre Yönelik ve Genel Tarife Dışı Engeller

Filipinler'e giren ithal işlenmiş gıda ürünleri; halk sağlığının korunması, gıda güvenliğinin sağlanması, ürün standartlarının düzenlenmesi ve yerli sanayilerin desteklenmesi amacıyla uygulanan çeşitli tarife dışı engellere (NTB) tabidir.

Başlıca tarife dışı gerekliliklerden biri, Gıda ve İlaç Dairesi (FDA) tarafından uygulanan düzenlemelere uyumdur. İthal işlenmiş gıda ürünlerinin Filipinler pazarında yasal olarak satışa sunulabilmesi için ürün kayıt sürecinden geçmesi ve ithalatçılar, distribütörler ile üreticiler adına Faaliyet Ruhsatı (License to Operate - LTO) alınması gerekmektedir. FDA, ulusal gıda mevzuatına

uyumun sağlanması amacıyla ürün bileşimi, etiketleme, ambalajlama ve güvenlik standartlarını değerlendirmektedir.

Buna ek olarak, ithal işlenmiş gıdalar; özellikle et, süt ürünleri, deniz ürünleri, meyve veya bitki bazlı içerikler içeren ürünler bakımından sağlık ve bitki sağlığı önlemlerine (SPS) tabidir. Tarım Bakanlığı (DA) ile bu Bakanlığa bağlı Hayvan Endüstrisi Bürosu (BAI), Balıkçılık ve Su Ürünleri Bürosu (BFAR) ve Bitki Endüstrisi Bürosu (BPI) gibi kurumlar; ithal ürünlerin kirleticilerden, zararlılardan ve hastalıklardan arı olduğunun teyidi amacıyla sağlık izinleri, sağlık sertifikaları ve denetimler talep edebilmektedir.

Hükümet ayrıca, gıda kalitesini ve Filipin standartlarına uyumu denetlemek amacıyla ithalat lisansları, kotalar, ürün testleri ve gümrük denetimleri uygulayabilmektedir. Ayrıca Filipinler; özellikle organik, sağlıklı, zenginleştirilmiş veya fonksiyonel gıda olarak pazarlanan ürünler bakımından gıda zenginleştirilmesi, reklam beyanları ve beslenme standartlarına ilişkin düzenlemeler uygulamaktadır. Sağlık faydalarına ilişkin iddiaların bilimsel olarak desteklenmesi ve düzenleyici makamlar tarafından onaylanması gerekmektedir.

V. Sektörde İhracatçılarımızı Bekleyen Fırsatlar

Filipinler; büyüyen nüfusu, genişleyen orta sınıfı, artan kentleşme oranı ve ithal ile premium gıda ürünlerine yönelik yükselen talep nedeniyle işlenmiş gıda sektöründe Türk ihracatçıları açısından önemli fırsatlar sunmaktadır. 115 milyondan fazla tüketiciye sahip olan ve tüketim odaklı genç bir pazar niteliği taşıyan ülke, gıda ve içecek talebinde istikrarlı büyümesini sürdürmektedir.

Başlıca fırsatlardan biri, işlenmiş, pratik ve tüketime hazır gıda ürünlerine yönelik artan taleptir. Yoğun kent yaşamı ve modern perakende kanallarının yaygınlaşması; paketlenmiş atıştırmalıklar, süt ürünleri, şekerlemeler, soslar, içecekler, dondurulmuş gıdalar ve hazır yemek ürünlerinin tüketimini artırmıştır. Rekabetçi işlenmiş gıda markalarına ve özel ürünlere sahip Türk ihracatçıları, büyüyen bu tüketici pazarından fayda sağlayabilmektedir.

Filipinler'de sağlık odaklı ve fonksiyonel gıda ürünlerine yönelik ilgi de artış göstermektedir. Filipinli tüketiciler giderek daha fazla azaltılmış şeker ve yağ içeriğine sahip, yüksek protein ve lif oranı sunan, doğal içerikli ve fonksiyonel sağlık faydaları sağlayan ürünleri tercih etmektedir. Bu

durum; sağlıklı atıştırmalıklar, kuru meyveler, kuruyemişler, zeytin bazlı őrnlr, organik gıdalar, zenginleştirilmiş içecekler ve bitki bazlı alternatifler sunan Tőr iħracatıları için fırsatlar yaratmaktadır.

Filipinler’de gőrclő turizm ve konaklama sektörleri de oteller, restoranlar, kafeler ve uluslararası gıda zincirleri tarafından kullanılan ithal gıda bileşenleri ile özel őrnlere yōnelik talebi artırmaktadır. şekerleme őrnlri, pastacılık őrnlri, sőt őrnlri, kahve, çay, soslar ve Akdeniz mutfağına ait gıda bileşenleri gibi Tőr őrnlri, hem gıda hizmeti sektōrüne hem de premium perakende tőketicilerine hitap edebilmektedir.

Ticaret ortamı açısından Filipinler, ASEAN aracılığıyla bōlgesel ve uluslararası ticaret anlaşmalarına aktif katılımını sőrdrmekte olup bu durum ticaretin kolaylaştırılmasını ve pazara erişimi desteklemektedir. Őlkenin belirli őrın kategorilerindeki arz açıkları nedeniyle ithal gıda őrnlrine bağımlı olması da yabancı tedarikçiler açısından elverişli koşullar yaratmaktadır. Gőrclő marka yapısına, rekabetçi fiyatlandırmaya, helal sertifikasına ve Filipinler gıda mevzuatına uyuma sahip ithal işlenmiş gıda őrnlri ōnemli pazar potansiyeline ulaşabilmektedir.

VI. Sektōrde İħracatılarımızı Bekleyen Tehditler

Tőr iħracatıları açısından Filipinler işlenmiş gıda sektōründe fırsatlar bulunmakla birlikte, pazara giriş sőrrecinde dikkate alınması gereken ōnemli ekonomik, dőzenleyici ve lojistik zorluklar da mevcuttur. Dőzenleyici gerekliliklere uyum temel unsurlardan biri olmaya devam etmekte olup ithal gıda őrnlrinin Filipinler Gıda ve İlaç Dairesi (FDA) tarafından belirlenen sıkı standartları karşılaması gerekmektedir. Bu standartlar; őrın kaydı, etiketleme uyumu ve gıda gőenliđi onaylarını kapsamakta olup pazara giriş sőrresini ve maliyetini artırabilmektedir.

Makroekonomik koşullar da fiyatlandırma stratejileri ve tőketiciler talebi őrzerinde ōnemli ۆlde etkili olmaktadır. Filipinler’de enflasyon son yıllarda kalıcı bir endişe unsuru olmaya devam etmiş ve bu durum gıda fiyatları ile hane halkı satın alma gőrclőnő doğrudan etkilemiştir. Aynı zamanda őrcret artışları her zaman yőkselelen yaşam maliyetlerine paralel ilerlememiş, bu da ۆzellikle kitlesel gıda segmentlerinde Filipinli tőketiciler arasında sőrregelen fiyat hassasiyetine yol açmıştır. Buna ek olarak, Filipin pesosu ABD doları karşısında ōnemli ۆlde değer kaybederek bu yıl tarihsel olarak zayıf seviyelere ulaşmış; bu durum yabancı para birimi őrzerinden fiyatlandırılan ithal őrnlr ve

hammadelerin maliyetini artırmış, ithalat fiyatlandırmaları ile kâr marjlarında dalgalanmaya neden olmuştur.

Lojistik ve dağıtım alanları da ülkenin altyapı kısıtları nedeniyle ilave zorluklar ortaya çıkarmaktadır. Metro Manila gibi büyük kentsel merkezlerdeki yoğun trafik sıkışıklığı malların taşınmasını daha da geciktirirken, uzun vadeli iyileştirmeleri hedefleyen devam eden altyapı projeleri kısa vadede ulaşım güzergâhlarında ve tedarik zincirlerinde aksamalara neden olabilmektedir. Artan yakıt fiyatları da tüm lojistik sistemi genelinde taşıma ve dağıtım maliyetlerini yükseltmeye devam etmektedir.

İşlenmiş gıda pazarı, çok uluslu şirketlerin, bölgesel ihracatçıların ve yerleşik yerel markaların güçlü varlığı nedeniyle son derece rekabetçidir. Filipinli tüketiciler yüksek düzeyde fiyat hassasiyetine sahip olmaya devam etmekte; bu durum kâr marjları üzerinde baskı oluşturmakta ve ihracatçıların uygun fiyatlılık ile kalite farklılaştırması, marka yönetimi ve ürün konumlandırması arasında dikkatli bir denge kurmasını gerektirmektedir.

Ticari riskler, gıda güvenliği ve hayvan sağlığına ilişkin endişeler nedeniyle daha da artmaktadır. Yüksek Patojenik Kuş Gribi (HPAI) gibi salgınlar; geçici ithalat yasakları, daha sıkı sağlık ve bitki sağlığı (SPS) önlemleri, ek laboratuvar testleri ve artırılmış sınır denetimlerini tetikleyerek uluslararası gıda ticaretini aksatabilmektedir. Halk sağlığının korunması açısından gerekli olmakla birlikte, bu önlemler sevkiyatlarda gecikmelere yol açabilmekte, uyum maliyetlerini artırabilmekte ve özellikle et ile işlenmiş et ürünleri kategorilerinde belirli ürünlere erişimi kısıtlayabilmektedir.

Tüm bu unsurlar, ihracatçıların Filipinler işlenmiş gıda pazarında rekabetçi kalabilmek için güçlü risk yönetimi stratejileri benimsemelerini, etkin lojistik planlaması yapmalarını ve değişen koşullara uyum sağlayabilen pazar konumlandırmaları geliştirmelerini gerektirmektedir.

VII. Sektöründe İhracatın Artırılması için Firmalara Öneriler

Türkiye ile Filipinler arasında bir Serbest Ticaret Anlaşması (STA) bulunmamasına rağmen, Filipinler'in helal endüstrisini geliştirmeye yönelik aktif çabaları nedeniyle helal ve gıda sektörlerinde fırsatlar devam etmektedir. Filipinler hükümeti, ülkeyi Asya-Pasifik bölgesinde rekabetçi bir helal merkezi hâline getirmek amacıyla uzun vadeli stratejiler uygulamaktadır. Filipinler Helal Endüstrisi

Geliştirme Stratejik Planı 2023–2028 kapsamında hükümet; helal sertifikalı ürünlerin yaygınlaştırılmasını, sertifikasyon sistemlerinin güçlendirilmesini ve hem iç talebi hem de ihracat potansiyelini desteklemek amacıyla yatırımların çekilmesini hedeflemektedir. Helal endüstrisinin geliştirilmesine Ticaret ve Sanayi Bakanlığı (DTI) gibi kurumlar öncülük etmekte olup sertifikasyon sistemlerinin iyileştirilmesi, tedarik zincirlerinin güçlendirilmesi ve Filipinler’in “Helal Dostu Filipinler” destinasyonu olarak tanıtılmasını içeren bütüncül bir kamu yaklaşımıyla desteklenmektedir. Bölgesel düzeyde ise Müslüman Mindanao’daki Bangsamoro Özerk Bölgesi (BARMM), bölgeyi ülkedeki önde gelen helal üretim merkezlerinden biri hâline getirmek amacıyla 2025–2030 Bangsamoro Helal Endüstrisi Geliştirme Planı’nı (BHIDP) başlatmış olup bu girişim arz tarafı kapasitesini ve yatırım fırsatlarını daha da güçlendirmektedir.

Bu girişimler, Filipinler’in Müslüman çoğunluklu ülkelerle helal ticaret bağlantılarını genişletmeye ve küresel helal ekonomisine daha derin şekilde entegre olmaya yönelik daha geniş stratejisinin bir yansımasıdır. Türkiye gibi ihracatçılar açısından bu durum; artan Müslüman turizmi, nüfus büyümesi ve helal standartlarına yönelik tüketici farkındalığıyla birlikte helal ürün talebinin yükseldiği gelişen bir pazara helal sertifikalı gıda ürünleri tedarik etme fırsatı sunmaktadır.

VIII. Genel Değerlendirme

Filipinler, yaklaşık 120 milyona yaklaşan nüfusu, hızlı kentleşme süreci, genç tüketici yapısı ve büyüyen orta gelir grubu sayesinde Güneydoğu Asya’nın en dinamik gıda pazarlarından biri konumundadır. Özellikle işlenmiş gıda ürünlerine yönelik talep, değişen tüketim alışkanlıkları, yoğun şehir yaşamı, modern perakende kanallarının yaygınlaşması ve e-ticaret platformlarının büyümesiyle birlikte istikrarlı şekilde artmaktadır. Bu durum, sektör kapsamındaki ürünler açısından Filipinler’i önemli bir ithalat pazarı hâline getirmektedir.

İncelenen fasıllar (16-21) itibarıyla Filipinler’in özellikle işlenmiş et ürünleri, şeker mamulleri, kakao müstahzarları, unlu mamuller, hazır gıdalar, soslar, kahve müstahzarları ve çeşitli gıda preparatlarında yüksek ithalat hacmine sahip olduğu görülmektedir. Ülkenin bir yerel gıda sanayisi bulunmakla birlikte; hammaddede dışa bağımlılık, sınırlı tarımsal kapasite, premium ve ithal ürünlere yönelik talep artışı ile modern tüketim eğilimleri ithalat ihtiyacını canlı tutmaktadır.

Filipinler pazarında ASEAN ülkeleri ve Çin’in belirgin ağırlığı dikkat çekmektedir. Coğrafi yakınlık, ASEAN içi ticaret düzenlemeleri, görece düşük lojistik maliyetleri ve bölgesel tedarik

zincirleri nedeniyle Endonezya, Tayland, Malezya, Singapur ve Vietnam birçok ürün grubunda güçlü konumdadır. Buna karşın, özellikle premium, niş veya katma değerli ürün segmentlerinde Avrupa ülkeleri ile ABD'nin de önemli pazar paylarına sahip olduğu görülmektedir. Bu durum, Filipinler pazarında yalnızca fiyat rekabetinin değil; marka, kalite, ürün çeşitliliği ve tüketici algısının da belirleyici olduğunu göstermektedir.

Türkiye'nin incelenen fasıllardaki ihracatı genel olarak sınırlı düzeyde olmakla birlikte, bazı ürün gruplarında büyüme potansiyeli bulunduğu değerlendirilmektedir. Özellikle şekerleme ürünleri, kakao müstahzarları, bisküvi ve unlu mamuller, soslar, hazır gıda preparatları ve belirli niş işlenmiş gıda ürünlerinde Türk firmalarının rekabet avantajı oluşturabileceği düşünülmektedir. Türkiye'nin gıda sanayisindeki üretim kapasitesi, kalite standardı, geniş ürün çeşitliliği ve uluslararası pazarlardaki tecrübesi dikkate alındığında, Filipinler pazarında daha görünür hâle gelmesi mümkündür.

Bununla birlikte, Filipinler pazarına girişte bazı yapısal hususlar önem taşımaktadır. Gıda ürünlerinde fiyat hassasiyetinin yüksek olması, küçük ambalajlı ürünlere yönelik yoğun talep, güçlü dağıtım ağlarının önemi, FDA kayıt süreçleri ve yerel distribütörlerle çalışma gerekliliği dikkate alınmalıdır. Ayrıca, pazarda hâkim durumda bulunan büyük perakende zincirleri ve ithalatçı dağıtım şirketleriyle iş birliği kurulması kritik önem taşımaktadır. Bunun yanında, premium market segmentinin büyümesi ve çevrim içi satış kanallarının gelişmesi, Türk ürünleri açısından alternatif giriş imkânları yaratmaktadır.

Önümüzdeki dönemde Filipinler'de tüketici gelirlerinin artmaya devam etmesi, modern perakende yatırımlarının genişlemesi ve ithal ürünlere yönelik talebin sürmesi beklenmektedir. Bu çerçevede, Türk firmalarının Filipinler pazarına yönelik faaliyetlerini artırmaları, sektörel fuarlara katılım sağlamaları, yerel dağıtım ağlarıyla iş birlikleri geliştirmeleri ve ürünlerini Filipin tüketici tercihlerine uygun biçimde konumlandırmaları önem arz etmektedir. Özellikle yüksek katma değerli ve farklılaşmış ürün gruplarında Türkiye açısından orta ve uzun vadede önemli fırsatlar bulunduğu değerlendirilmektedir.

IX. Yararlı Adresler

Tarım Bakanlığı: <https://www.da.gov.ph/>

Bitki Endüstrisi Kurumu: <https://www.facebook.com/BureauOfPlantIndustry>

Hayvan Endüstrisi Kurumu: <https://www.bai.gov.ph/#>

Halal-Friendly Philippines: <https://halalfriendlyphilippines.com/>

BARMM Resmi Sitesi: <https://bangsamoro.gov.ph/>

X. Kaynakça

- Affifa. (2024, October 25). Philippines Ecommerce Market Data: Insights into Size and Share. Cube. <https://cube.asia/read/philippines-ecommerce-market-size-share/>
- Cailles, L. (2026, January 6). *6 Ways to Promote Your Business in a Food Expo*. <https://www.wtcmanila.com.ph/blog/ways-to-promote-your-business-in-a-food-expo/>
- Digital Economy Contributes 9.8 Percent to the Philippine Economy in 2025*. (2026, April 30). Philippine Statistics Authority. <https://psa.gov.ph/statistics/digital-economy>
- Guidelines on importation*. (n.d.). Bureau of Customs. <https://customs.gov.ph/guidelines-on-importation/>
- Food Trends in Philippines: Consumer Insights and Preferences*. (2025, October 17). Innova Market Insights. <https://www.innovamarketinsights.com/trends/food-trends-in-philippines-consumer-insights-and-preferences/>
- Hoppe, F., Chang, W., Baijal, A., Chadha, S., and Hoong, F.W. (2025, November). *e-Conomy SEA 2025*. https://services.google.com/fh/files/misc/e_conomy_sea_2025_report_combined.pdf
- Howe, S. (2026, March 30). *Social Media Statistics in the Philippines [Updated 2026]*. Meltwater. <https://www.meltwater.com/en/blog/social-media-statistics-philippines>
- Htet Htet. (2026, April 20). *E-commerce in Philippines: Market Size, Platforms & Trends 2026*. Cube. <https://cube.asia/e-commerce-in-philippines/>
- Kothare, A. (2026, May 15). *Philippines E-commerce Industry: A Complete Guide*. Anchanto. <https://anchanto.com/en-ph/a-guide-to-the-philippines-e-commerce-industry-all-that-you-need-to-know/>
- Latest Suggested Retail Prices (SRPs) of Basic Necessities and Prime Commodities*. (n.d.). Department of Trade and Industry. <https://www.dti.gov.ph/dti-consumer-space/dti-latest-srps-basic-necessities-prime-commodities>
- Overview of Non-Tariff Barrier*. (n.d.). Department of Trade and Industry. <https://philippineftas.dti.gov.ph/access/non-tariff-barrier-info/overview>
- Philippines Ecommerce Report 2026: Market Size, Growth Trends & Key Insights*. (2026, February 10). Cloud Ecommerce. <https://www.cloudecommerce.com/blog/philippines-ecommerce-report-2026-market-size-growth-trends-and-key-insights/>
- Philippines Grocery Retail Market 2025–2026: Growth Trends & How POS Technology Helps*. (2026, April 2). Salesplay. <https://salesplay.com/philippines-grocery-retail-market-trends/>
- Philippines Retail Market Research Report: Size, Share, Trends & Forecast (2026-2032)*. (2026, April). MarkNtel Advisors. <https://www.marknteladvisors.com/research-library/philippines-retail-market-report.html>

- Production Index and Net Sales Index (Monthly Integrated Survey of Selected Industries) December 2025 (2018=100).* (2026, February 6). Philippine Statistics Authority. <https://psa.gov.ph/content/production-index-and-net-sales-index-monthly-integrated-survey-selected-industries-28>
- Producer Price Index for Manufacturing (2018=100) December 2025.* (2026, January 30). Philippine Statistics Authority. <https://psa.gov.ph/content/producer-price-index-manufacturing-2018100-december-2025>
- Ratul, R. (2025, February). *Philippines E-Commerce Logistics Market Outlook to 2025.* Ken Research. <https://www.kenresearch.com/industry-reports/philippines-e-commerce-logistics-markets>
- Spinneys partners with Ayala Corporation to open stores in PH.* (2025, October 1). Ayala. <https://ayala.com/spinneys-partners-with-ayala-corporation-to-open-stores-in-ph/>
- The Philippines Retail Assessment 2025.* (2025, November). Access to Nutrition Foundation. https://accesstonutrition.org/app/uploads/2025/11/20260129_Retail_PHI_Country_Report_v1.2_FINAL.pdf
- Trucking, Sea, and Air: Choosing the Right Mode for Your Philippines Logistics in 2026.* (n.d.). JRMT LOGISTICS. <https://jrmt.ph/blog/trucking-sea-air-philippines-logistics-2026/>
- Trucking Service Freight Logistics.* (2026, May 12). Transportify. <https://www.transportify.com.ph/trucking/trucking-services/trucking-service-freight-logistics/>
- Unleashing Potential: The Power of Inter-Island Trucking and the RORO System in the Philippines.* (n.d.). Ernest Logistics Corporation. <https://www.ernest.com.ph/news/inter-island-trucking-philippines>
- Villamiel, V. A. (2026, April 5). *Food, beverage industry seen growing 5% in 2026.* BusinessWorld. <https://www.bworldonline.com/economy/2026/04/05/740842/food-beverage-industry-seen-growing-5-in-2026/>