

Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması 2025 yılı 2. çeyrek raporu yayınlandı:
Tasarruf sahipliği oranı yüzde 54 seviyesini korudu.

Tasarrufu olmayıp yakın gelecekte tasarruf yapmayı planlayanlarda gençler öne çıktı

ING Türkiye, Tasarruf Eğilimleri Araştırması'nın 2025 yılı ikinci çeyrek sonuçlarını açıkladı. Tasarruf sahipliği oranı yüzde 54 seviyesinde gerçekleşti. Tasarruf sahibi kitle incelendiğinde, 18-24 yaş grubunda iki çeyrektir süren gerilemenin sona erdiği ve önceki çeyreğe göre 5 puan artışla tasarruf sahipliği oranının yüzde 37'ye ulaştığı görüldü. Tasarruf sahipleri arasında düzenli birikim yapanların oranı yüzde 84 ile yüksek düzeyini sürdürdü. Tasarrufu olmayan yüzde 46'lık kesim içinde ise yakın zamanda tasarruf etmeyi planlayanların oranı yüzde 25 iken, 18-24 yaş grubunda bu oran yüzde 38 ile ortalamaya göre 13 puan daha yüksek. Tasarruf aracı tercihlerinde ilk sırada yüzde 35 ile yastık altı altın yer alırken, yüzde 28 ile yastık altı TL veya döviz ikinci sırada bulunuyor. 18-24 yaş grubu olan gençlerde hisse senetleri ve borsa yüzde 28 ile ortalamaya göre 9 puan daha yüksek, yastık altı tercihleri ise daha düşük. ING Türkiye Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Tuğçe Bora Kılıç, "Veriler, tasarruf sahipliğinin istikrarlı biçimde devam ettiğini, gençlerin ise tasarruf sahipliğinde daha geride olsa da yakın gelecekte tasarruf yapmayı planlandığını gösteriyor. Bu tablo, gençlerin tasarrufa yönelmesini destekleyecek yenilikçi araçlara olan ihtiyacı da ortaya koyuyor. ING olarak biz de bu yaklaşımla ilerleyerek Türkiye'nin Z kuşağına özel ilk yatırım fonu ve Turuncu Genç Hesap'ı hayata geçirdik" dedi.

ING Türkiye, sürdürülebilirlik stratejisi kapsamında finansal sağlığa katkıda bulunmak amacıyla 2011 yılından bu yana gerçekleştirdiği Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması'nın 2025 yılı ikinci çeyrek sonuçlarını açıkladı. NielsenIQ iş birliğiyle gerçekleştirilen araştırmaya göre, tasarrufu sahipliği oranı yüzde 54 seviyesinde gerçekleşti. Son dört çeyrektir benzer seviyede gerçekleşen bu oran, Türkiye genelinde her iki kişiden birinin tasarruf sahibi olduğunu ortaya koydu. Tasarruf sahibi kitle incelendiğinde, 18-24 yaş grubunda iki çeyrektir süren gerilemenin sona erdiği ve önceki çeyreğe göre 5 puan artışla tasarruf sahipliği oranının yüzde 37'ye ulaştığı görüldü. Tasarrufu olmayan yüzde 46'lık kesim içinde ise yakın zamanda tasarruf etmeyi planlayanların oranı yüzde 25 olarak belirlendi. Tasarrufu olmayan 18-24 yaş grubunda ise yakın gelecekte tasarruf eğilimi yüzde 38 ile ortalamaya göre 13 puan daha yüksek iken önceki çeyreğe göre 4 puan artış gösterdi.

Düzenli tasarruf yapabilenlerin oranı yüzde 84

Araştırmaya göre, tasarruf sahipleri arasında bu davranışı bir alışkanlık haline getiren ve düzenli tasarruf yapanların oranı yüzde 84 ile yüksek seviyesini korudu. Düzenli tasarruf edenlerin yüzde 31'i gelirinin yüzde 10'undan azını, yüzde 42'si ise gelirinin yüzde 10 ila yüzde 20'sini birikime ayırabiliyor. Tasarruf yapma gerekçeleri arasında yüzde 37 ile "geleceğe yatırım" ve yüzde 25 ile "beklenmedik durumlara karşı güvence" ilk iki sırada yer aldı. Aynı hanede başka bir bireyin de tasarruf yaptığını belirtenlerin oranı ise yüzde 19 ile son üç çeyrektir istikrarlı seyrini sürdürdü.

Yastık altı birikimler yine ilk sırada

Tasarruf araçları tercihlerinde yastık altı altın yüzde 35 ile ilk sırada, yastık altı TL/döviz nakit yüzde 28 ile ikinci sırada yer aldı. Bu araçları yüzde 21 oranı ile TL vadeli hesap, yüzde 19 oranıyla hisse senedi/borsa ve yüzde 18 oranıyla altın veya değerli taş/metal hesapları takip etti. Erkekler TL vadeli hesap, hisse senedi ve fonları kadınlara kıyasla daha fazla tercih ederken; kadınlar daha çok yastık altı ve altın hesabına yöneldi. 18-24 yaş grubu olan gençlerde ise hisse senetleri ve borsa yüzde 28 ile ortalamaya göre 9 puan daha yukarıda iken, altın veya değerli taş/metal hesaplarını tercih etme oranı yüzde 29 oldu. Gençlerin yastık altı tercihleri ise genel ortalamaya göre daha düşük.

Tasarrufu olanların getiri beklentilerinin uzun vadeden orta vadeye kaydığı görülüyor.

Tasarrufu olanların getiri beklentilerinin yüzde 42 ve yüzde 38 oranları ile orta ve uzun vadeye dengeli dağıldığı görülüyor. Ayrıca önceki çeyreğe göre, getiri beklentilerinin uzun vadeden orta vadeye kaydığı gözlemleniyor. Katılımcıların yüzde 63'ü finansal dengesini korumak için harcamalarını kontrol ettiğini belirtiyor. Yatırım ürünleri hakkında bilgi sahibi olduğunu söyleyenlerin oranının genel katılımcı kitlesi içinde yüzde 45 seviyesinde olduğu görüldü; erkeklerde bu oran kadınlara kıyasla daha yüksek. Katılımcıların yüzde 91'i bankacılık hizmetlerinden yararlanırken, son bir ayda internet veya mobil bankacılık kullananların oranı yüzde 89 ile önceki dönemle benzer seviyede gerçekleşti.

Tuğçe Bora Kılıç: Gençlerin tasarruf alışkanlıklarını güçlendirmeyi hedefliyoruz.

Araştırma ile ilgili görüşlerini aktaran **ING Türkiye Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Tuğçe Bora Kılıç**, "Türkiye'de tasarruf alışkanlığının nabzını tutan araştırmamızın son çeyrek sonuçlarını değerli buluyoruz. Veriler, tasarruf sahipliğinin istikrarlı biçimde devam ettiğini, gençlerin ise tasarruf sahipliğinde daha geride olsa da yakın gelecekte tasarruf yapmayı planlandığını gösteriyor. Bu tablo, gençlerin tasarrufa yönelmesini destekleyecek yenilikçi araçlara olan ihtiyacı da ortaya koyuyor. ING olarak biz de müşterilerimizin farklı ihtiyaçlarına uygun, erişilebilir ve dijital çözümler geliştirmeye odaklanıyoruz. Bu vizyonun bir yansıması olarak Türkiye'nin Z kuşağına özel ilk yatırım fonu GNZ – Ak Portföy ING Z Kuşağı Fon Sepeti Özel Fonu'nu hayata geçirdik. Genç yatırımcıların sürdürülebilirlik, teknoloji ve toplumsal etki gibi ilgi alanlarına yatırım yapabilmesini sağlayan bu fon hem geleceğe duyduğumuz güveni hem de gençlerle kurduğumuz uzun vadeli iş birliğini simgeliyor. Ayrıca ürünlerimizi, 18-27 yaş arasındaki gençlere yönelik günlük yüksek faiz sunan Turuncu Genç Hesap ile genişlettik. Gençlere yönelik ürünlerimizle, onların finansal yolculuklarına erken yaşta değer katan araçlarla eşlik etmeyi ve tasarruf alışkanlıklarını güçlendirerek sürdürülebilir bir gelecek inşa etmelerine katkı sağlamayı hedefliyoruz" diye aktardı.

ING Türkiye Hakkında:

Faaliyetlerini ING Grubu'nun, insanların iş ve özel hayatlarında bir adım önde olmalarını mümkün kılma amacıyla gerçekleştiren ING, Türkiye'nin en sevilen dijital bankası olma hedefiyle ilerliyor. Müşterilerine her zaman, her yerden, kolay ve zahmetsiz hizmet sunmayı hedefleyen ING Türkiye, "Sen hayatını yaşa" marka yolu ile insanların hayatında bankacılığın daha az yer tutması gerektiğine dikkat çekerken; "Aslan gibi banka, arkada" söylemiyle de bankacılığı zahmetsiz hale getirerek hayatlarında istediklerini yapabilmeleri için müşterilerinin yanında olduklarını vurguluyor. Stratejisinde üstün müşteri deneyimini ve sürdürülebilirliği önceliklendiren ING Türkiye, Sabancı Üniversitesi İstanbul Uluslararası Enerji ve İklim Merkezi (IIEEC), İş Dünyası ve Sürdürülebilir Kalkınma Derneği Türkiye (SKD) üyesi ve UN WEPs – Kadını Güçlendirme Prensipleri imzacısı.

ING Grubu Hakkında:

Güçlü bir Avrupa temeline sahip, dünya çapında bir finansal hizmetler şirketi olan ING Grubu, bankacılık faaliyetlerini ING Bank şirketi üzerinden yürütüyor. İnsanları güçlendirerek özel ve iş hayatlarında bir adım önde olmalarını sağlamayı amaçlayan ING Grubu, 100'den fazla ülkede 60 binin üzerindeki çalışanın gücü ile perakende ve kurumsal bankacılık hizmetleri sunuyor. ING Grubu hisseleri Amsterdam (INGA AS, INGA.AS), Brüksel ve New York Menkul Kıymetler Borsası'nda (ADRs: ING US, ING.N) işlem görüyor. Sürdürülebilirliği işinin merkezinde konumlandırmayı hedefleyen ING'nin, MSCI tarafından Ağustos 2024 yılında sağlanan ESG değerlendirmesinde "AA-List" derecelendirmesi bulunuyor. Ayrıca, Aralık 2023 itibarıyla Sustainability, ING'nin ESG riskinin yönetimi güçlü olarak değerlendiriyor. Mevcut ESG Risk Derecelendirmesi ise 17,2 (düşük risk). ING Grup hisseleri ayrıca, STOXX, Morningstar ve FTSE Russell gibi önemli sürdürülebilirlik endekslerinde yer alıyor. Dünya düşük karbon ekonomisine geçiyor. Müşterilerimiz ve biz de öyle. Hâlâ finanse ettiğimiz sürdürülebilir olmayan faaliyetler daha fazla olsa da giderek daha çok sürdürülebilir faaliyeti finanse ediyoruz. Nasıl ilerlediğimizi görmek için [ing.com/climate](https://www.ing.com/climate).