

Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması 2025 yılı 4. çeyrek raporu yayımlandı**Tasarruf sahipliği yüzde 54 oranı ile istikrarını korudu**

ING Türkiye, Tasarruf Eğilimleri Araştırması'nın 2025 yılı dördüncü çeyrek sonuçlarını açıkladı.

Araştırmaya göre, tasarruf sahipliği yüzde 54 oranı ile istikrarını korudu. Tasarruf araçları tercihlerinde yastık altı altın yüzde 43 ile ilk sıradaki yerini korurken, yastık altı nakit geçen çeyreğe göre artarak yüzde 32 ile ikinci sırada yer aldı. Altın veya diğer değerli metal hesabı tercihi yüzde 21 ile üçüncü sırada yer alırken, onu yüzde 18 oranı ile TL vadeli hesap takip etti. Tasarruflara yönelik getiri beklentilerinin orta ve uzun vadeye yayıldığı görülürken; kısa vadeli getiri beklentisi düşüş gösterdi. Ayrıca yaklaşık her 5 kişiden birinin finansal sağlığını korumak için parasını daha fazla kazanç sağlayacak yatırım ürünlerinde değerlendirdiği öne çıktı.

ING Türkiye, sürdürülebilirlik stratejisi kapsamında finansal sağlığa katkıda bulunmak amacıyla 2011 yılından bu yana gerçekleştirdiği Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması'nın 2025 yılı dördüncü çeyrek sonuçlarını yayınladı. NielsenIQ iş birliğiyle gerçekleştirilen araştırmaya göre, tasarruf sahipliği yüzde 54 oranı ile istikrarını korudu. Önceki dönemlerden farklı olarak erkeklerde tasarruf oranı yüzde 55 ile kadınlara göre 3 puan daha yüksek. Tasarrufu olmayan yüzde 46'lık kesim içinde, yakın zamanda tasarruf etmeyi planlayanların oranı yüzde 21 olarak ölçüldü. Bu oran kadınlarda yüzde 24 olurken, erkeklerde yüzde 18 seviyesinde kaldı.

Tasarruf sahipleri içinde düzenli tasarruf yapanların oranı yüzde 84 oldu.

Araştırmaya göre tasarruf sahipleri içinde düzenli tasarruf yapanların oranı, önceki çeyreğe göre 2 puan artarak yüzde 84'e yükseldi. Düzenli tasarruf yapanların yüzde 27'si gelirlerinin yüzde 10'undan azını tasarrufa ayırabildiğini belirtirken, yüzde 43'ü gelirlerinin yüzde 10 ile yüzde 20'si kadarını tasarruf için kullanabildiğini aktardı. Tasarruf motivasyonlarında geleceğe yatırım yüzde 34 ile ilk sıradaki yerini korurken, beklenmedik risklere karşı güvence ihtiyacı yüzde 23 ile ikinci sırada yer aldı. 35-44 yaş grubunda, beklenmedik durumlara karşı tasarruf yapma motivasyonu önceki çeyreğe göre 7 puan artış gösterdi.

Tasarruf araçlarında yastık altı tercihler ilk sıralarda yer alıyor.

Araştırma sonuçları, bireylerin ortalama 2,1 araç üzerinden tasarruf yaptığını gösterdi. Tasarruf araçları tercihlerinde yastık altı altın yüzde 43 ile ilk sıradaki yerini korurken, yastık altı nakit geçen çeyreğe göre artarak yüzde 32 ile ikinci sırada yer aldı. Altın veya diğer değerli metal hesabı tercihi yüzde 21 ile üçüncü sırada yer alırken, onu yüzde 18 oranı ile TL vadeli hesap takip etti. Hisse senedi ve borsa yüzde 16 oranıyla tercih edilirken, bireysel emeklilik fonları ise önceki çeyreğe göre 4 puanlık artışla yüzde 15 seviyesine yükseldi. TL vadesiz hesapların tercih oranı yüzde 9 olurken, döviz vadeli hesaplar yüzde 8 oranında tercih edildi. Fonların payı ise yüzde 4 olarak ölçüldü. Kadınların yastık altı ve altın hesabı araçlarını erkeklere göre daha fazla tercih ettiği görülürken, erkeklerde ise hisse senedi/ borsa ve kripto para birimleri tercihi daha yüksek.

Yaklaşık her 5 kişiden 1'i parasını daha fazla kazanç sağlayacak yatırım ürünlerinde değerlendiriyor.

Tasarruflara yönelik getiri beklentilerinin orta ve uzun vadeye yayıldığı görülürken; kısa vadeli getiri beklentisi önemli ölçüde düşüş gösterdi. Tasarruflarında orta vadede getiri bekleyenlerin oranı yüzde 43, uzun vadede getiri bekleyenlerin oranı ise yüzde 40 olarak ölçüldü. Finansal durumun sağlığını korumak için yapılan başlıca şey, geçen döneme göre 5 puanlık artışla yüzde 65 ile harcamaları kontrol etmek oldu. Finansal sağlığını korumak için parasını daha fazla kazanç sağlayacak yatırım ürünlerinde değerlendirenlerin oranı 5 puan artışla yüzde 19'a yükseldi, parasını birden fazla yatırım aracında değerlendirenlerin oranı ise yüzde 15 olarak gerçekleşti. Yatırım ürünleri hakkında bilgi sahibi olduğunu söyleyenlerin oranı genel katılımcı kitlesinde yüzde 39 seviyesinde iken, erkeklerde bu oran yüzde 45 ile kadınlara kıyasla 12 puan daha yüksek gerçekleşti. Katılımcıların yüzde 95'i bankacılık

hizmetlerinden yararlanırken, son bir ay içinde internet ya da mobil bankacılık hizmeti kullananların oranı yüzde 90 oldu.

Tuğçe Bora Kılıç: Tasarruf ve yatırım ürünlerindeki çeşitlenmeyi destekleyen yaklaşımımızı sürdüreceğiz.

Araştırma sonuçlarını değerlendiren **ING Türkiye Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Tuğçe Bora Kılıç**, şunları söyledi: “Araştırmamız, tasarruf sahipliği oranının istikrarlı biçimde korunduğunu ortaya koyarken, kişi başına düşen ortalama tasarruf aracı sayısının 2,1’e yükseldiğini gösteriyor. Bununla birlikte bireylerin birikimlerini daha yüksek getiri potansiyeli sunan yatırım araçlarında değerlendirme eğiliminin güçlendiğini görüyoruz. Veriler, geçmiş dönemlere kıyasla daha çeşitli araçlara yönelim olduğunu ve birikimlerin daha etkin şekilde yönetilmeye çalışıldığını ortaya koyuyor. Bu yönelim, tasarruf ve yatırım ürünlerinde esneklik ile çeşitlilik ihtiyacını da artırıyor. ING Türkiye olarak bu ihtiyacı stratejik bir öncelik olarak ele alıyor; birikimlerin farklı ihtiyaçlara göre esnek biçimde değerlendirilebilmesine imkân tanıyan çözümler sunuyoruz. Bu yaklaşımımızın önemli bir parçası olan günlük faiz kazancı sunan Turuncu Hesap ile müşterilerimize esneklik sağlarken; ING Mobil üzerinden yatırımlarını zahmetsizce takip edebilmelerine, farklı yatırım fonlarını anında karşılaştırabilmelerine ve takip listeleri oluşturarak yatırım ürünlerini yakından izlemelerine olanak tanıyoruz. Tasarruf ve yatırım ürünlerindeki çeşitlenmeyi destekleyen yaklaşımımızı sürdüreceğiz.”

https://www.ing.com.tr/F/Documents/pdf/tasarruf_egilimleri/Tasarruf_Egilimleri_Raporu_Q4_2025.pdf

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 yaşı” 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 (IICEC), 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 çalışanının 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 Sustainalytics, 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).