

ING Bank'ın Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırmasının 2015 2. çeyrek sonuçları açıklandı:

Çocuklu ve çocuksuz bireylerin tasarruf sahipliği oranları arasındaki fark açıldı

ING Bank'ın kentsel tasarruf sahipliği oranlarını ve tasarruf eğilimlerini belirlemek amacıyla gerçekleştirdiği Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması'nın 2015 yılı ikinci çeyrek sonuçları açıklandı. Araştırmaya göre, kentsel nüfustaki tasarruf sahipliği oranı yüzde 13.2 ile değişmedi. Türkiye'deki en yaygın tasarruf araçlarında sistem içi ve sistem dışı altın ve yastık altı nakit varlık, TL vadeli mevduat ve Bireysel Emeklilik en fazla tercih edilen diğer tasarruf araçları olarak görünüyor. Araştırmaya göre Bireysel Emeklilik Fonları ve vadesiz mevduat hesapları da Türkiye'nin en çok tercih ettiği diğer tasarruf araçları oldu.

Türkiye'nin lider tasarruf bankası olma hedefiyle ilerleyen ING Bank, 2011 yılının Ekim ayından bu yana düzenli olarak gerçekleştirdiği Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması'nın 2015 2. çeyrek sonuçlarını açıkladı.

Kentsel nüfusta bireylerin tasarruf haritasını ortaya çıkaran araştırma sonuçlarına göre;

- 2015'in ikinci çeyreğinde, kentsel nüfusta tasarruf sahiplerinin oranı yüzde 13.2 ile bir önceki dönemle aynı seviyede gerçekleşti.
- Tasarruf sahibi olmama konusunda;
 - En önemli gerekçe "yeterli gelir sahibi olmama" yüzde 76'dan yüzde 70'e anlamlı bir şekilde düşse de hala en baskın neden olarak ifade edildi.
 - İkinci en önemli neden olan "mevcut borçlar" ise yüzde 21 olarak bir önceki çeyreğe kıyasla anlamlı bir şekilde yükseldi.
- Tasarruf sahibi olmanın en önemli nedeni;
 - Yüzde 44 ile "geleceğe yatırım" olarak belirlendi.
 - Sonraki en önemli nedenler ise "sahip olunan çocuklara yönelik birikim" ve "beklenmedik durumlara karşı önlem" olarak sıralandı.
- Çocuklu ve çocuksuz bireylerin tasarruf sahipliği oranları arasındaki fark açıldı.
 - Çocuksuz bireyler arasında tasarruf sahibi olma oranı, 2015'in ilk çeyreğine göre 3 puanlık artış göstererek yüzde 21'e yükseldi.
 - Bir önceki dönemde yüzde 11 olan çocuklu bireylerin tasarruf sahipliği oranı, 2 puanlık bir düşüş ile yüzde 9 olarak gerçekleşti.
- Düzenli tasarruf yapmayanların son 3 ay içerisinde tasarruf yapma oranı 4 puan artarak yüzde 56'ya yükseldi.
- Gelecek 3 ay içerisinde tasarruf yapma eğilimi ise 8 puan artarak yüzde 50'ye ulaştı.
- Tasarruf araçları içinde tercih edilme oranına baktığımızda;
 - TL vadeli mevduat ve altın (sistem içi ve sistem dışı toplam) en çok tercih edilen tasarruf araçları olarak dikkat çekerken, bunları sırasıyla BES ve yastık altı nakit (TL ve döviz) takip ediyor.
 - TL vadeli hesapların tasarruf araçları içinde tercih edilme oranı yüzde 35'ten yüzde 20'ye geriledi.
 - Bireysel emeklilik artış eğilimini sürdürerek bu çeyrekte yüzde 18 oranında tercih edildi.
 - Vadesiz hesapların tasarruf için tercih edilme oranı 4 puan artarak yüzde 11'e yükseldi.

ING Bank Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Barbaros Uygun: “Kentsel nüfustaki tasarruf sahipliği oranının konjonktürden etkilenmemesi iyi bir işaret”

Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması'nın 2015 yılı 2. çeyrek sonuçlarını değerlendiren **ING Bank Bireysel Bankacılık Genel Müdür Yardımcısı Barbaros Uygun** şunları söyledi:

“ING Bank olarak, Türkiye ekonomisinin stratejik büyümesine paralel bankacılık yaparken finansal erişime katkı sağlama ve ülkemizin sürdürülebilir büyümesi için tasarrufları artırmayı amaçlıyoruz. Bu doğrultuda, doğru tasarruf ürünlerini sunabilmek amacıyla toplumumuzun tasarruf konusundaki nabzını tutmak istedik ve 2011 Ekim ayında Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması'nı gerçekleştirmeye başladık. Bununla birlikte, araştırma sonuçlarını her çeyrekte, tasarruf tercihleri konusunda bir bilgi kaynağı olmasına destek olmak amacıyla ilgili taraflarla paylaştık. Envanterimizde biriken veriler, bireylerin tasarrufa bakış açısı ve finansal kaynaklarını yönetme alışkanlıklarını görmemize ışık tutuyor.

Araştırmamızın 2015 2. çeyrek sonuçlarına baktığımızda ülkemizdeki tasarrufların milli gelire oranının düşük olması sorununun devam ettiğini görüyoruz. Ancak bununla beraber, 2014 içerisinde çalışmanın başlangıcından bu yana gözlenen en yüksek değerlere ulaştıktan sonra gerileyen, 2015'e yönelik ilk veride ise yüzde 13.2'yle yeniden dikkate değer bir artış kaydeden kentsel nüfusta tasarruf sahipliği oranının yılın ikinci çeyreğinde aynı düzeyde kalmış olduğunu gözlemledik. Birinci çeyrekte olduğu gibi ikinci çeyrekte de piyasalar genel olarak oynak bir seyir izledi. Tasarruf oranını etkileyen önemli değişkenlerden enflasyonun, döviz kurundaki gelişmelerin olumsuz etkisiyle çeyreklik bazda yüksek kalmaya devam etmesi ekonomideki belirsizlik algısının korunmasını da beraberinde getirdi. Buna rağmen, tasarruf oranının bir önceki çeyreğe kıyasla korunmuş olması, bireylerin ekonomiye artık daha uzun soluklu bakabildikleri ve konjonktürel dalgalanmalara karşı tasarruflarında daha kararlı olduklarını gösteriyor. Tasarruf sahipliği nedenleri arasında “geleceğe yatırım”ın ilk sırada olması da bunun bir göstergesi. Bunun yanı sıra altın ve yastık altı birikimlerde artış gözlemliyoruz. Bu da finansal döngüye katılmayan ve dolayısıyla ülke ekonomisine katkı sağlamayan önemli bir meblağı oluşturuyor. Ekonomik veya siyasi belirsizliklerin arttığı dönemlerde bu eğilim daha fazla artış gösterebiliyor.”

Kentli nüfusta tasarruf yapmanın önünde en büyük engel olarak gelir yetersizliği ve mevcut borçların görüldüğünü altını çizen Uygun, buna karşılık düzenli tasarruf yapmayanlar arasında son 3 ay içerisinde tasarruf yapma oranında 4 puanlık bir artış gözlemlenmesinin “tasarruf alışkanlığı”nın yerleşmesinde önemli bir gösterge olabileceğini belirtti.

Tasarruf sahipliği oranı korundu

Bireylerin tasarruf sahipliği verilerinin izlendiği “Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması”na göre, tasarruf sahipliği oranı 2015'in 2. çeyreğinde yüzde 13.2'lik pay ile ilk 3 aydaki oranını korudu.

Sonuçlara göre, düzenli tasarruf yapmayanların son 3 ay içerisinde tasarruf yapma oranı 4 puan artarak yüzde 56'ya yükseldi. Gelecek 3 ay içerisinde tasarruf yapma eğilimi ise 8 puan artarak yüzde 50'ye ulaştı. TL vadeli hesapların tasarruf araçları içinde tercih edilme oranı yüzde 35'ten yüzde 20'ye geriledi. Vadesiz hesapların tasarruf için tercih edilme oranı 4 puan artarak yüzde 11'e yükseldi.

Tasarruf araçlarında altın, yastık altı nakit ve TL vadeli mevduat öne çıkıyor

Sonuçlar, tasarruf edenlerin küresel ve ulusal finansal belirsizliklerle piyasalardaki dalgalanmalar nedeniyle nakitte kalmayı ya da tasarruflarında hızla nakite çevirebilecekleri enstrümanları tercih ettiklerini gösteriyor. Tasarruf için tercih edilen altın ve yastık altı nakit oranında, sistem içi altın hesabından kaynaklı artış dikkat çekiyor.



En çok tercih edilen tasarruf araçları

%	2014 Ç2	2014 Ç3	2014 Ç4	2015 Ç1	2015 Ç2
Sistem dışı ve sistem içi altın+sistem dışı nakit (TL veya döviz)	40	40	33	28	36
Altın veya diğer değerli taş ve metal (sistem dışı)	13	17	9	9	7
Altın veya diğer değerli taş ve metal hesaba (sistem içi)	13	9	9	6	13
Yastık altı döviz veya TL (nakit)	14	14	15	13	16

Baz: 367 298 343 317 317

Tasarruf araçlarında altın ve yastık altı nakit kırılımı

Çocuklu ve çocuksuz bireylerin tasarruf sahipliği oranları arasındaki fark açılıyor

Araştırma sonuçlarına göre, çocuksuz bireyler arasında tasarruf sahibi olma oranı, 2015'in ilk çeyreğine göre 3 puanlık artış gösterirken yüzde 21'e ulaştı. Çocuklu bireylerin tasarruf sahipliğinde ise bir önceki döneme kıyasla 2 puanlık bir düşüş görülüyor. (yüzde 9).

Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması hakkında:

ING Bank tarafından yaptırılan Türkiye'nin Tasarruf Eğilimleri Araştırması, Sabancı Üniversitesi'nden Alpay Filiztekin'in gözetiminde IPSOS KMG tarafından 26 ilde her ay tesadüfi olarak seçilen 800 kişi ile yapılan görüşmeler sonucunda gerçekleştiriliyor. 18 yaş ve üzeri tüm eğitim ve sosyo-ekonomik grupları kapsayan araştırma ile kentsel nüfusun tasarruf sahipliği oranı, toplumdaki tasarruf dinamikleri ve eğilimleri ortaya koyuyor.

ING Grubu Hakkında

ING Grubu, Bankacılık, Sigorta ve Varlık yönetimi alanlarında faaliyet göstermekte olan dünya çapında bir finansal hizmetler şirkettir. ING Grubu, 40'tan fazla ülkede 53 bin çalışanıyla hizmet vermektedir. Her zaman değişime öncülük eden ING Grubu, tüm dünyada faaliyet gösterdiği ülkelerde üretime, tasarrufa, girişimciliğe, yenilikçiliğe, yaratıcılığa güç katmak hedefini taşımaktadır. Sürdürülebilirliği iş modelinin ana prensibi olarak gören ING Grubu, faaliyet gösterdiği toplumlarda çocukların eğitimi, finansal eğitim ve çevre alanlarında birçok program hayata geçirmektedir. ING Grubu, 2003'ten beri Uluslararası Finans Kurumu'nun (IFC) çevre ve sosyal sorumluluk standartları esas alınarak 10 milyon dolar ve üzeri bütün projelerin finansmanında uygulanması kabul edilen Ekvator prensiplerini gönüllü olarak kabul eden 10 uluslararası bankadan birisidir. Bu çerçevede, proje finansmanında, sosyal sorumluluk ve çevre riskini gözetmekte, ilgili standartlar paralelinde hareket etmektedir. Küresel sorumluluk standartlarına uyumu FTSE4Good ve Dow Jones Sustainability Index gibi kurumlarca da tescillenen ING Grubu 2006 yılında Birleşmiş Milletler Küresel İlkeler Sözleşmesi'ne de imza atmıştır. ING Grubu 2007'den beri faaliyetlerini sıfır karbon ayak izi ile sürdürmektedir.

Türkiye'de yaklaşık 330 şube ile hizmet veren ING Bank'ın bankacılık stratejisi, Türkiye'nin sürdürülebilir ekonomik büyümesine paralel bankacılık yapmaktır. Bu kapsamda, ana odak noktası tasarruf ve katma değerli ihracatın artırılmasıdır. Yeni dönem bankacılığın öncüleri arasında yer alan ING Bank, bankacılık modelini her zaman, her yerde, kolay ve hızlı finansal çözümler sağlayan banka olmak üzerine geliştirmiştir. ING Bank "Eski Köye Yeni Âdet" sloganıyla inovasyona dayalı bankacılığını ön plana çıkarmaktadır. ING Bank, modeli, uygulaması ve ölçümlemesi itibarıyla Türkiye'de ilkökul öğrencilerine yönelik tasarruf odaklı ilk ve tek finansal okuryazarlık eğitimi olan 'Tu runcu Damla' sosyal sorumluluk programını yürütmektedir. Program ikinci yılında 9 ilde, 152 okulda, 382 öğretmene ve 15000'den fazla öğrenciyi ulaştırmıştır.

Bilgi İçin: Bige Kurtcebe, Ogilvy PR Medya Direktörü, +90 212 339 83 60 / bige.kurtcebe@ogilvy.com