

TÜRKİYE'NİN TASARRUF EĞİLİMLERİ ARAŞTIRMASI

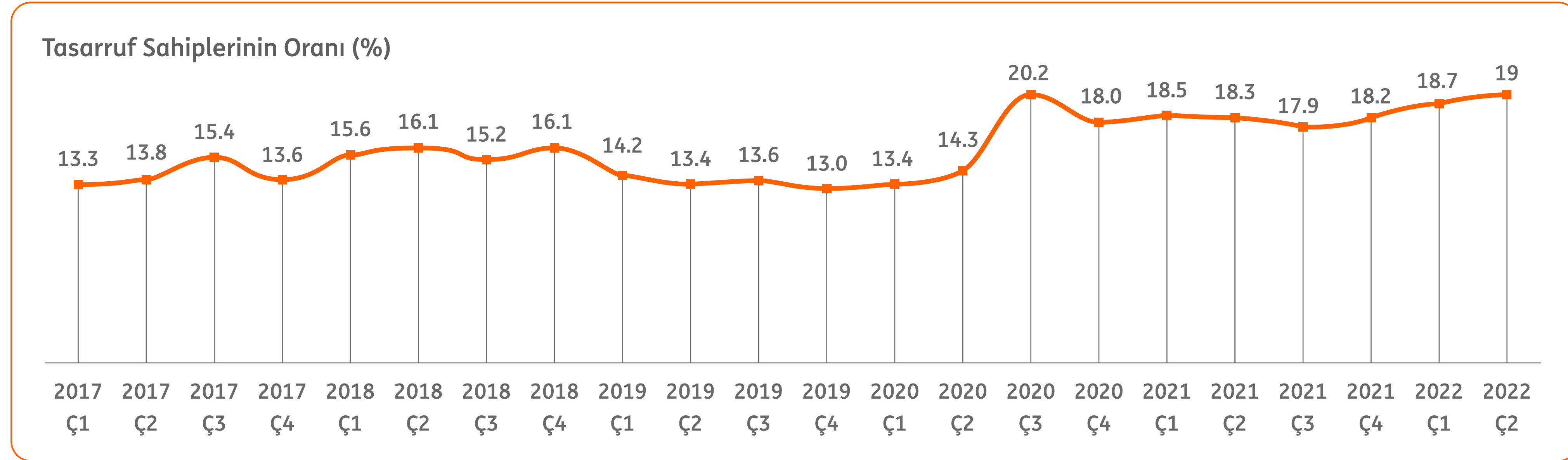
2022 / 2. Çeyrek Raporu



TASARRUF SAHİPLİĞİ VE NEDENLERİ

Tasarruf Sahiplerinin Oranı

Tasarruf sahipliği bir önceki çeyrek ile yakın oranda. Tasarruf yapanların oranı 2022 2. çeyreğinde 2021 senesinin sonuna göre 1 puan artarak %19 seviyesine ulaşıyor. Bu çeyrekte erkeklerin tasarruf etme oranı artarken kadınlarda düştüğü görülüyor.



Baz: 2403

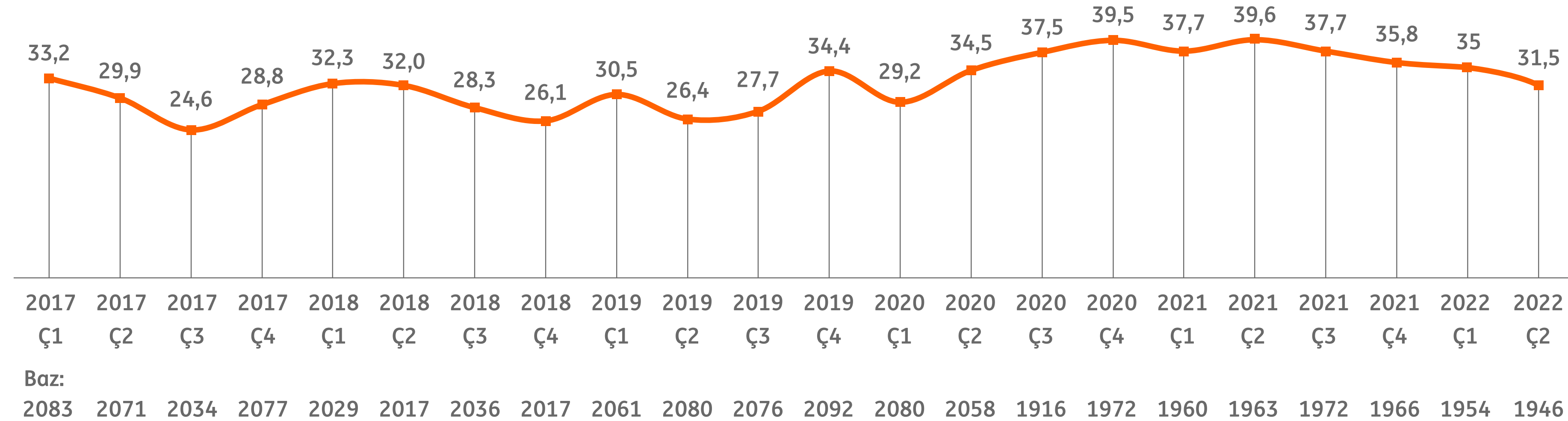
2022 Ç1		2022 Ç2	
Erkek n=1187	Kadın n=1217	Erkek n=1186	Kadın n=1217
23,8 > K	13,7	26,5 > K	11,7

Yakın Gelecekte Tasarruf Yapmayı Planlayanlar

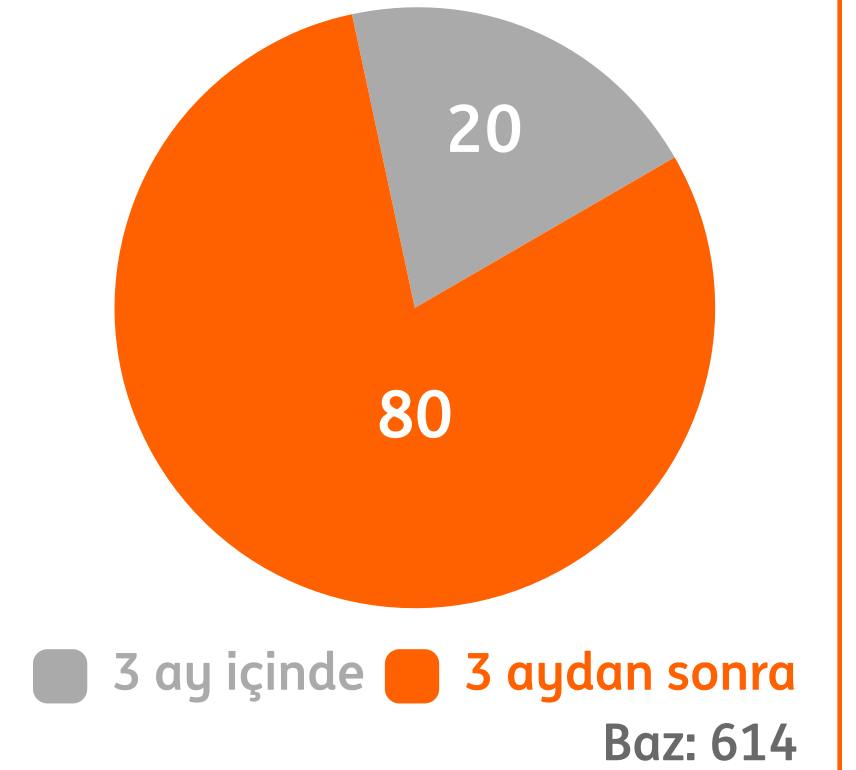
Yakın gelecekte tasarruf yapmayı planlayanların oranı bu çeyrekte 3,5 puan düşerek %31,5'a geriliyor.

Yakın gelecekte tasarruf yapmayı planlayanların arasında ise önümüzdeki «3 ay içerisinde» tasarruf edeceğini belirtenlerin oranı %16'dan %20'ye yükseliyor.

Tasarrufu Olmayanlar için Yakın Gelecekte Tasarruf Yapmayı Planlayanlar (%)



Yakın gelecekte tasarruf yapmayı planlayanlar arasında önümüzdeki 3 ay için tasarruf yapmayı düşünenlerin oranı (%)



2022 2. çeyrek için evet diyenler

2022 Ç1

Erkek
n=904

Kadın
n=1050

35,3

34,8

2022 Ç2

Erkek
n=871

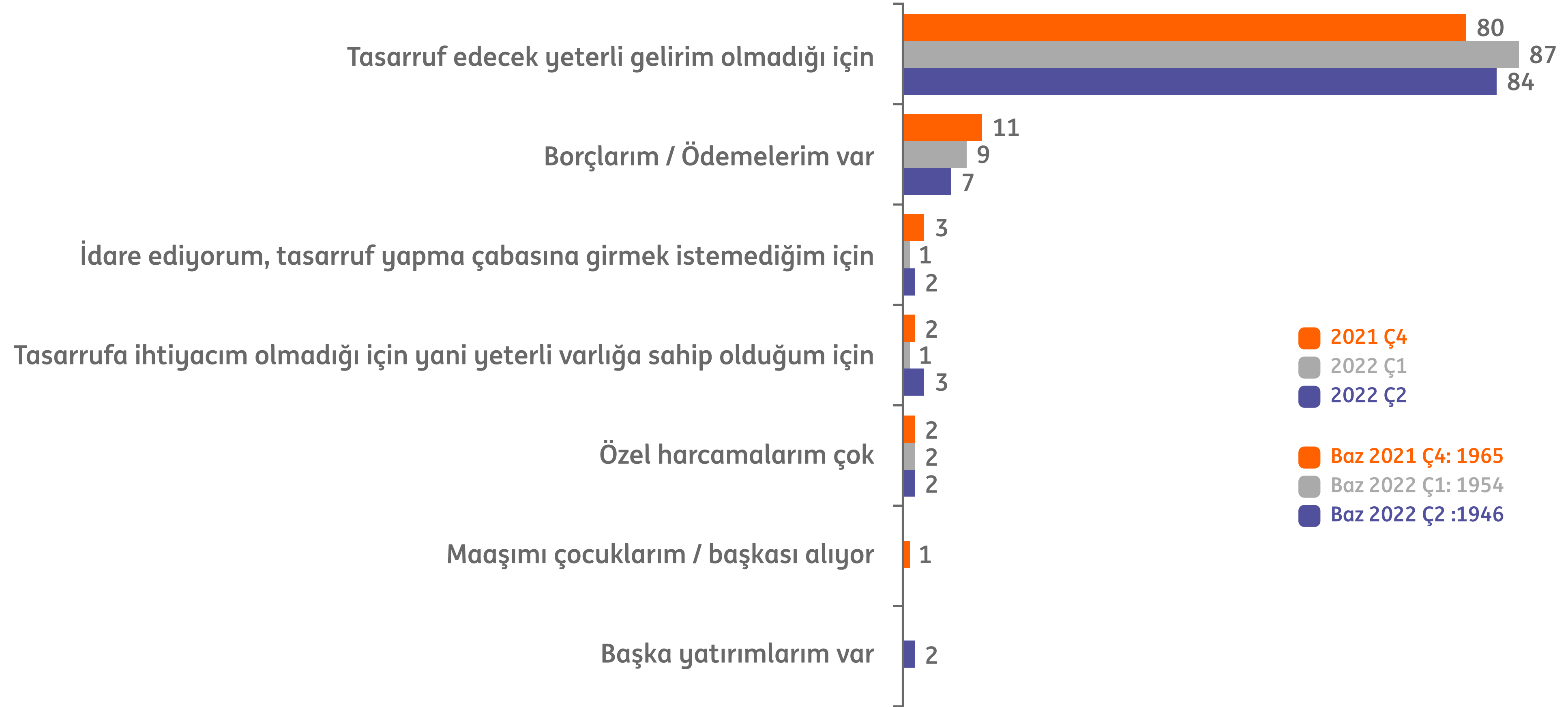
Kadın
n=1075

33,5

30

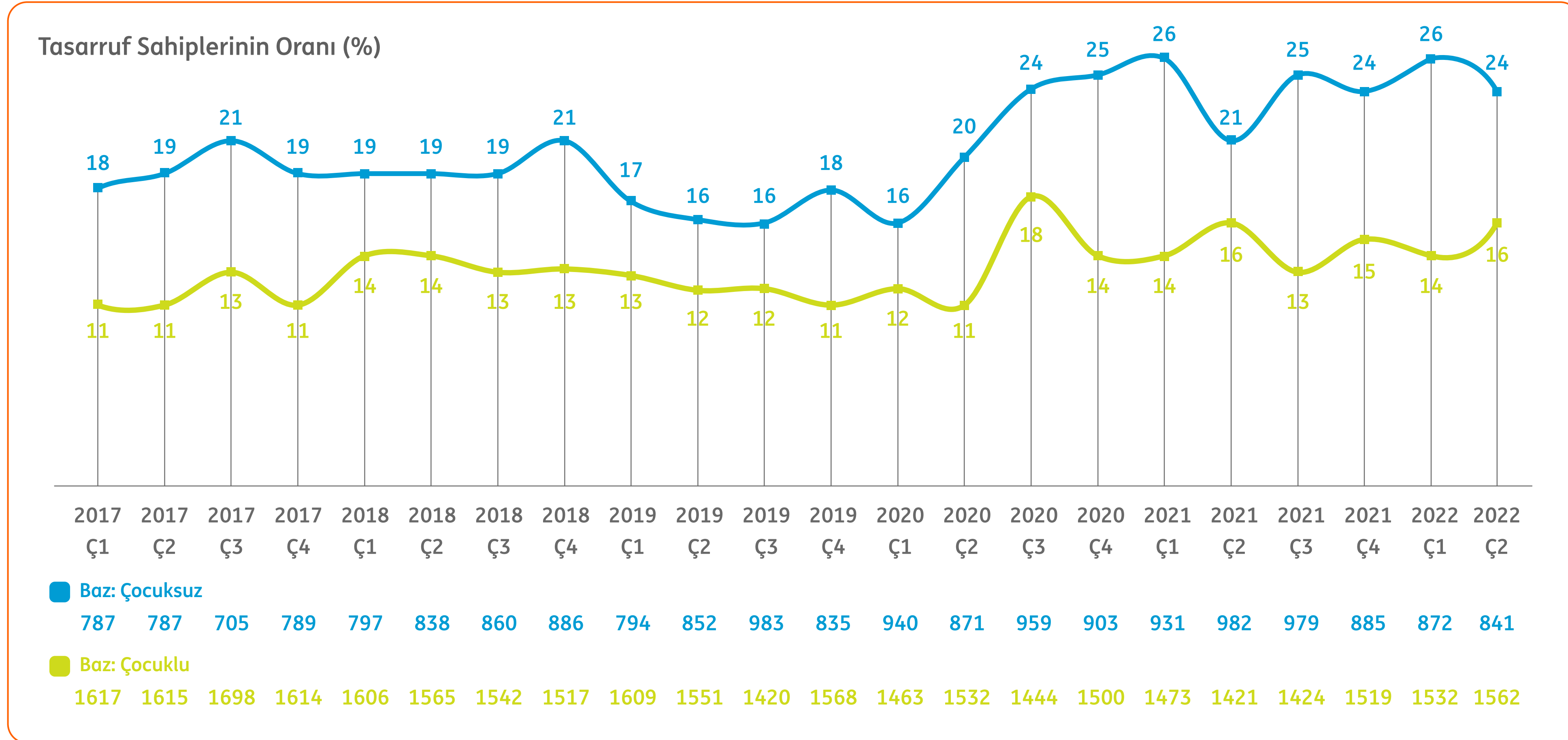
Tasarrufu Olmayanların Tasarruf Edememe Gerekçeleri

Yeterli gelirin olmaması bu dönemde de tasarruf yapamamanın en önemli sebebi.



Çocuklu ve Çocuksuz Bireylerdeki Tasarruf Sahipliği

Bu çeyrek çocuksuz bireylerin tasarruf yapma davranışı 2 puan düşerken çocuklu bireylerde 2 puan artıyor.



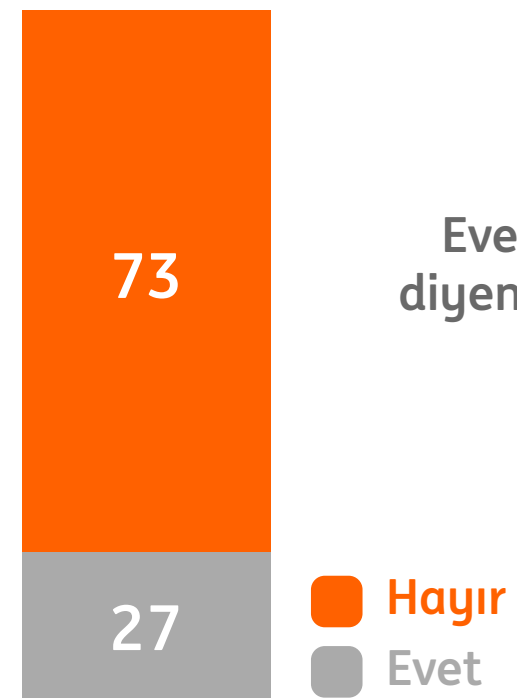
Yakın Gelecekte Tasarruf Yapmayı Planlayanlar

Çocuklu & Çocuksuz

- **Tasarrufu olmayan çocuklu bireylerin** yakın gelecekte tasarruf yapma eğilimi 2002'nin 2.çeyreğinde de düşmeye devam ediyor. 2021 son çeyreğinde %32 iken 2022 senesinin ilk çeyreğinde bu oran %29'a, 2 çeyrekte de %27'ye geriliyor. **Tasarrufu olmayan çocuksuz bireylerin** tasarruf yapma niyetleri çocuklu bireylere göre daha yükse olsa da bir önceki çeyreğe göre 7 puan düşerek %40 seviyesine geriliyor.
- **Tasarruf etme planlarında ise**
 - **Çocuklu bireylerde tasarruf etmeyi planlayanlar** arasında önümüzdeki 3 ay içinde tasarruf etmeyi planlayanların oranı bu dönem tekrar %19 seviyesine çıkıyor.
 - **Çocuksuz ve tasarrufu olmayan, ancak planlayan bireyler arasında** gelecek 3 ay içinde tasarruf etmeyi planlayanların oranı ise bir önceki döneme göre 6 puan artıyor (%16 vs %22)

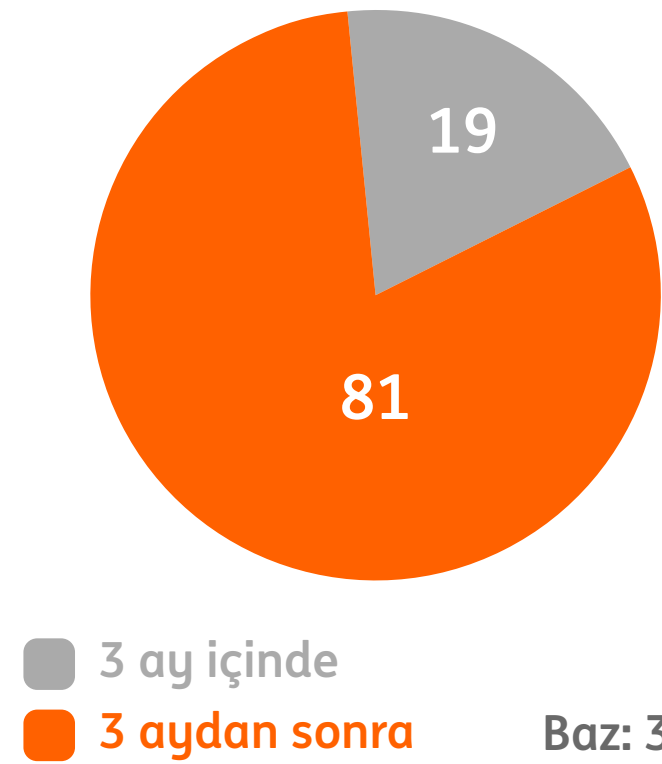
Tasarrufu Olmayanlar (Çocuğu olanlar)

Yakın gelecekte tasarruf yapmayı planlıyor musunuz? (%)

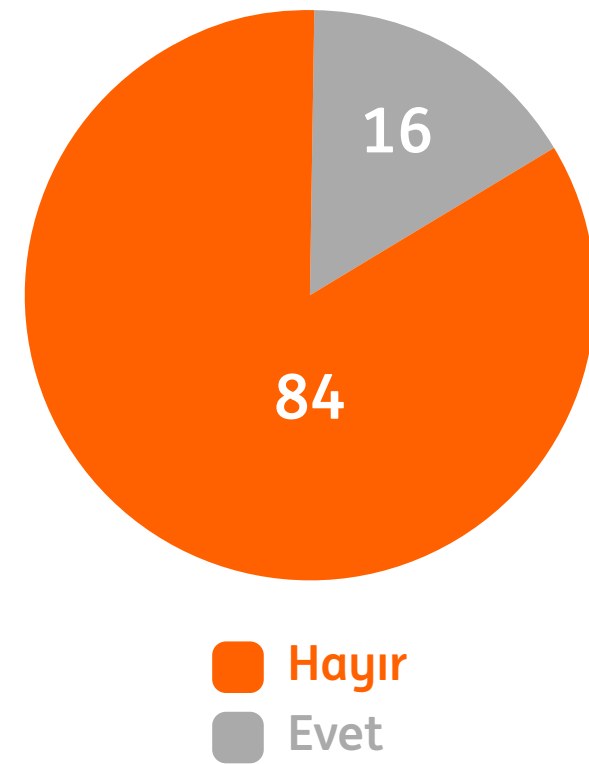


Baz: 1310

3 ay içinde mi, 3 aydan sonraki dönemde mi planlıyorsunuz? (%)

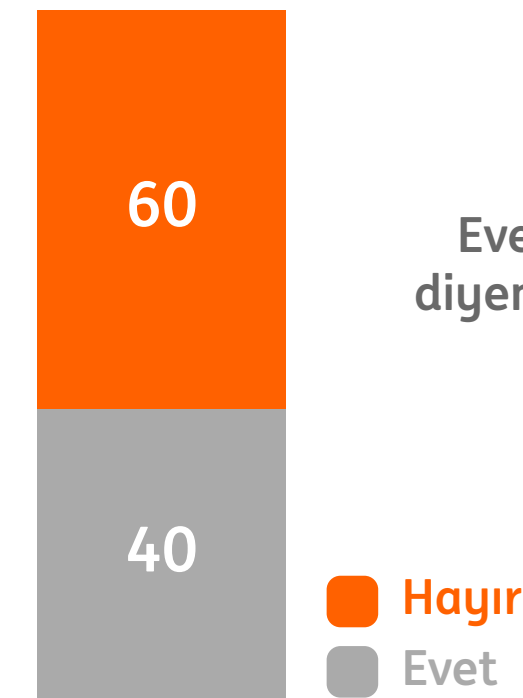


Baz: 359



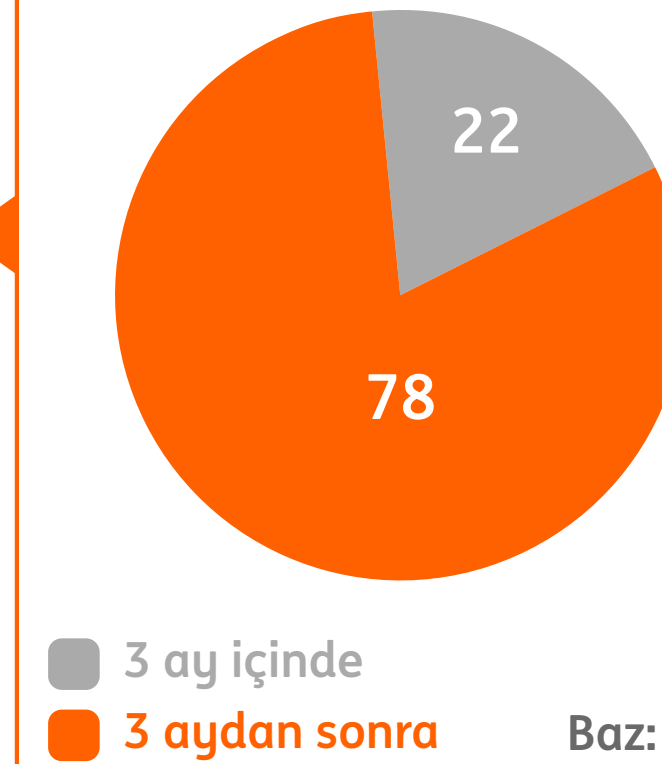
Tasarrufu Olmayanlar (Çocuğu olmayanlar)

Yakın gelecekte tasarruf yapmayı planlıyor musunuz? (%)

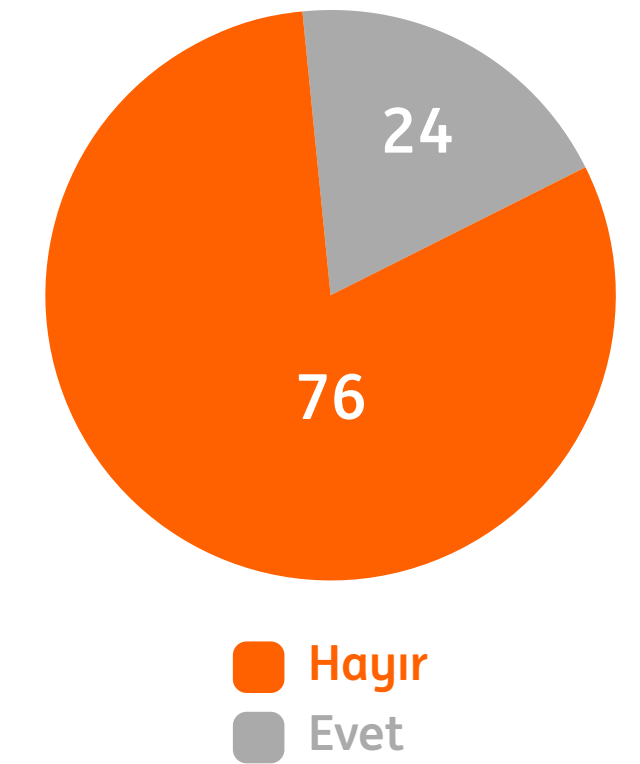


Baz: 636

3 ay içinde mi, 3 aydan sonraki dönemde mi planlıyorsunuz? (%)



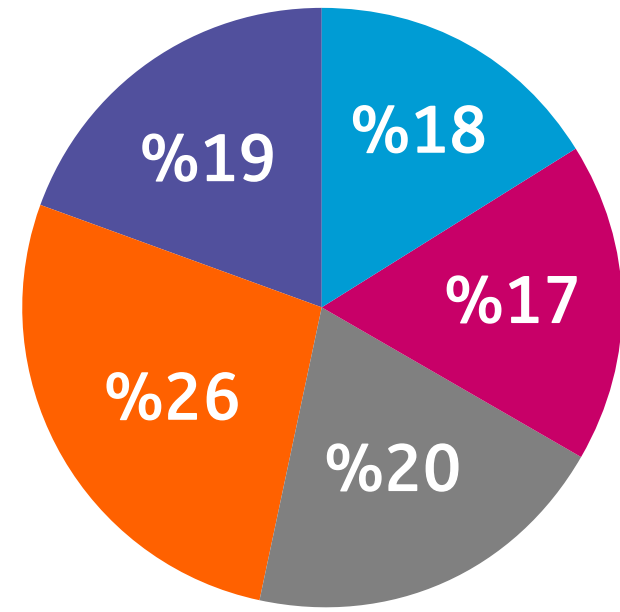
Baz: 255



Çocukların Yaş Dağılımı

- **Toplam çocuklu bireylerin** çocuk yaş dağılımları bir önceki çeyrek ile hemen hemen aynı.
- **Tasarruf sahibi olan çocuklu bireylerde** çocuk yaş gruplarının dağılımında sadece 19-25 yaş grubunda 2 puanlık bir artış var. Diğer yaş gruplarında oranlar bir önceki dönem ile yakın.
- **Tasarruf sahibi olmayan çocuklu bireyler** arasında çocukların yaş dağılımı bir önceki çeyrek ile benzer oranda.

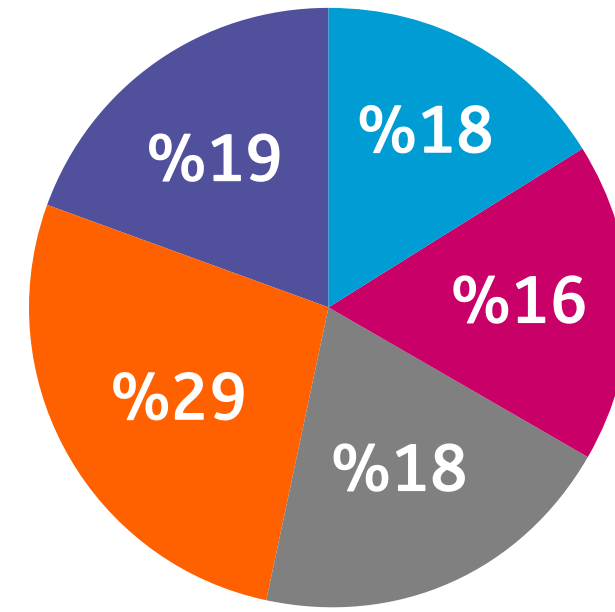
Toplam çocuklu bireylerin çocuklarının yaş dağılımı



0-5 yaş 6-10 yaş 11-18 yaş
19-25 yaş 26+ yaş

Baz: 1562

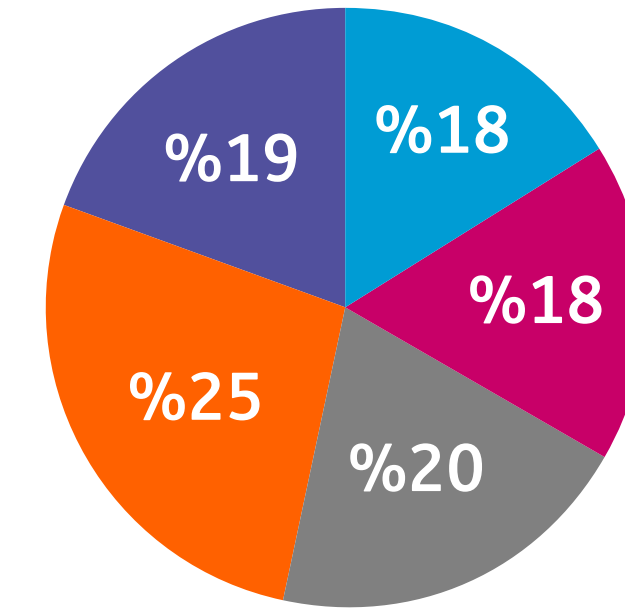
Tasarruf sahibi çocuklu bireylerde çocukların yaş dağılımı



0-5 yaş 6-10 yaş 11-18 yaş
19-25 yaş 26+ yaş

Baz: 252

Tasarruf sahibi olmayan çocuklu bireylerde çocukların yaş dağılımı



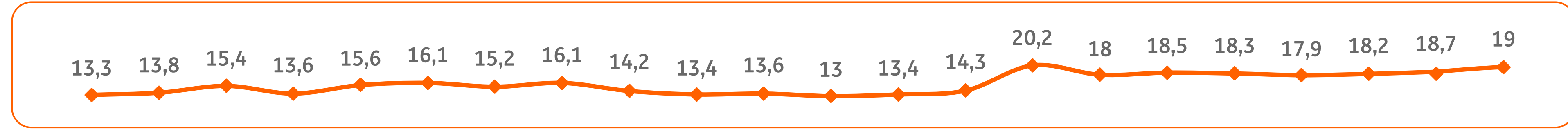
0-5 yaş 6-10 yaş 11-18 yaş
19-25 yaş 26+ yaş

Baz: 1310

Tasarruf Yapmak Bir Alışkanlık

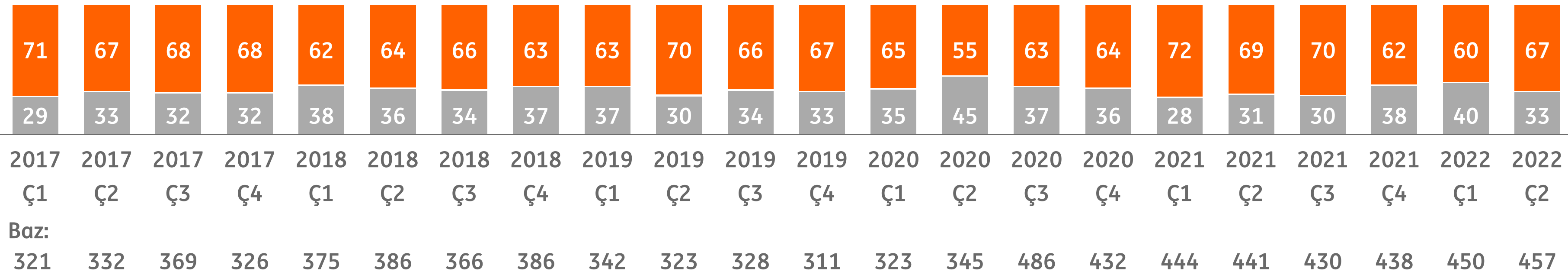
2022 yılının ikinci çeyreğinde **düzenli tasarruf yapanların** oranında dikkat çekici bir artış var.

Düzenli tasarruf yapmayanlar arasında da gerek son 3 ay içinde tasarruf yapma oranı gerekse de gelecekte tasarruf yapa niyetinde olan bireylerin oranı bir önceki çeyrek ile aynı seviyede.



Genel tasarruf sahipliği %
Baz: 2403

Düzenli tasarruf yapma oranı (tasarruf sahipleri içinde)

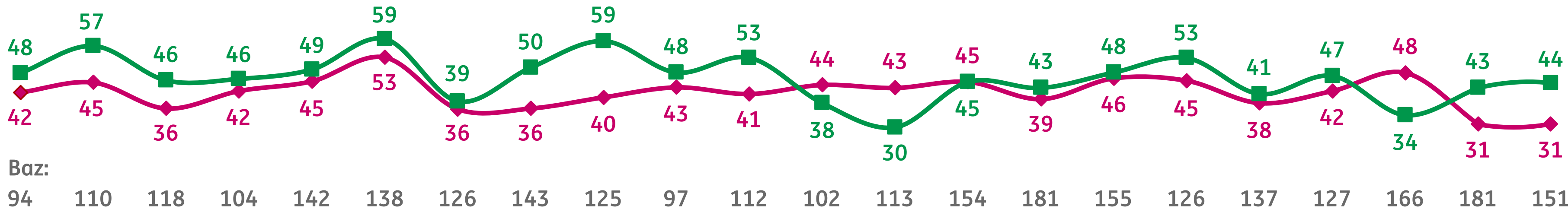


2022 Ç2

Erkek n=315	Kadın n=142
72,4	55,1

Evet, Düzenli Tasarrufum Var
Hayır, Düzenli Tasarrufum Yok

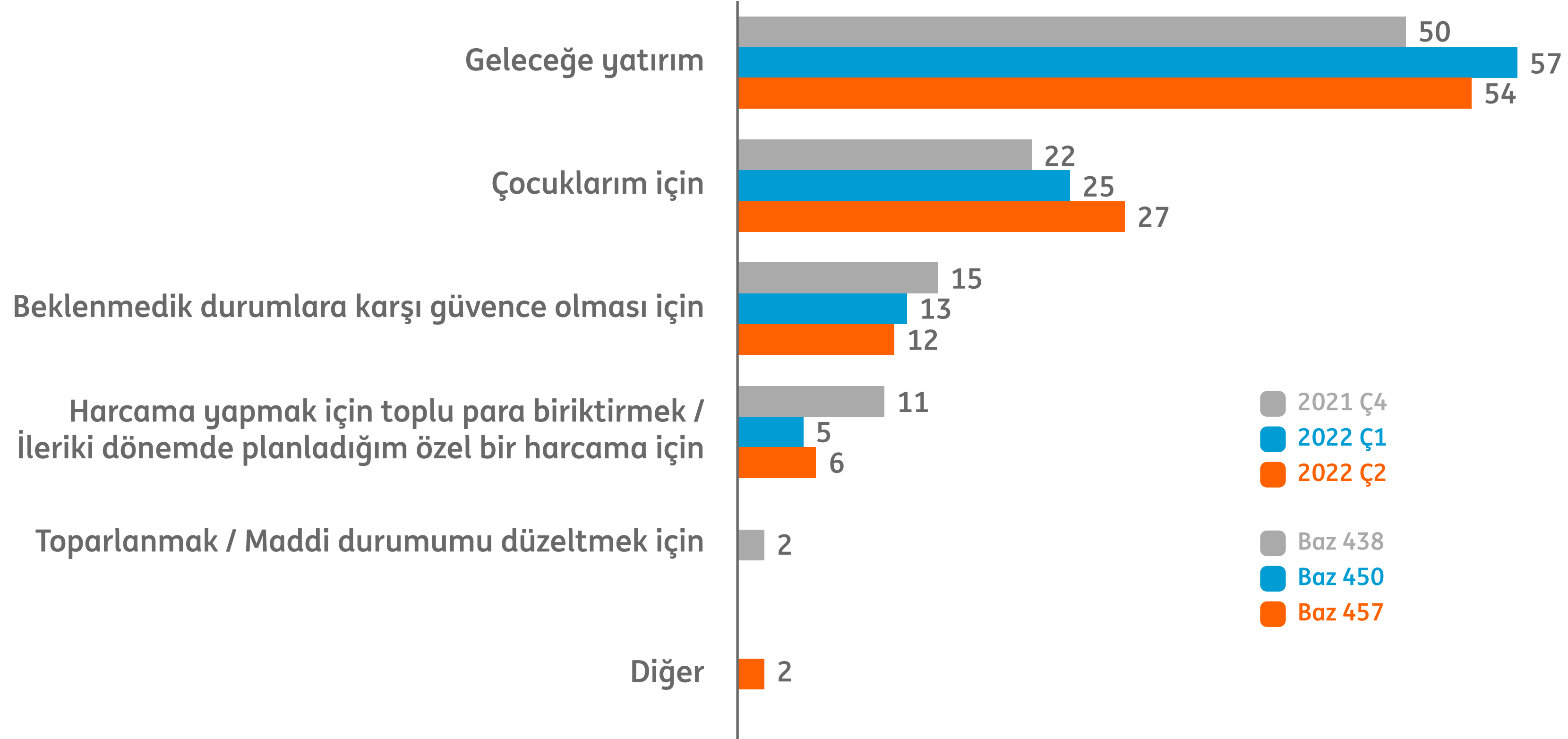
Düzenli tasarruf yapmayanlar için 3 ay içinde veya daha sonra tasarruf yapma eğilimi %



Son 3 ay içinde tasarruf yapma oranı %
Gelecek 3 ay içinde tasarruf yapacak olma eğilimi %

Tasarrufu Olanların Tasarruf Yapma Gerekçeleri

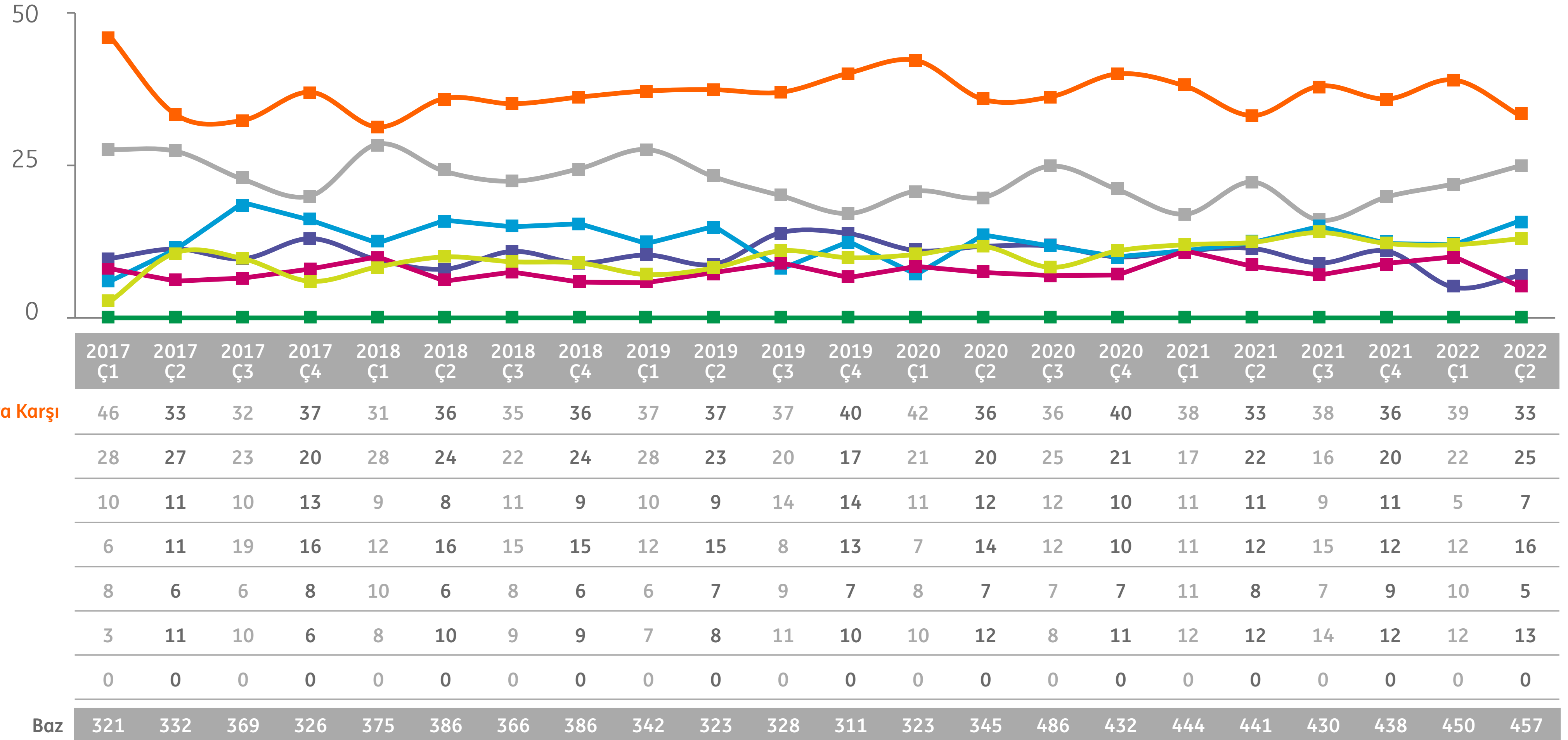
Geçen çeyreğe göre 3 puanlık düşüş olsa da tasarruf yapmanın en önemli gerekçesi geleceğe yatırım yapmak. «Çocuklarım için tasarruf yapma» gerekçesindeki artış trendi devam ediyor.



Görüşmecilerin beyan ettikleri şekilde raporlanmıştır.

Tasarruf Sahipliğinin Nedenlerine Genel Bakış

Tasarruf sebebini “beklenmedik durumlara karşı” gerekçesi 6 puan gerilerken ve «çocuklarım için» gerekçesini belirtenlerin oranı bu dönem 3 puan artıyor. Bu dönem «ev almak» gerekçesi 5 puan azalarak %5 seviyesine geriliyor.

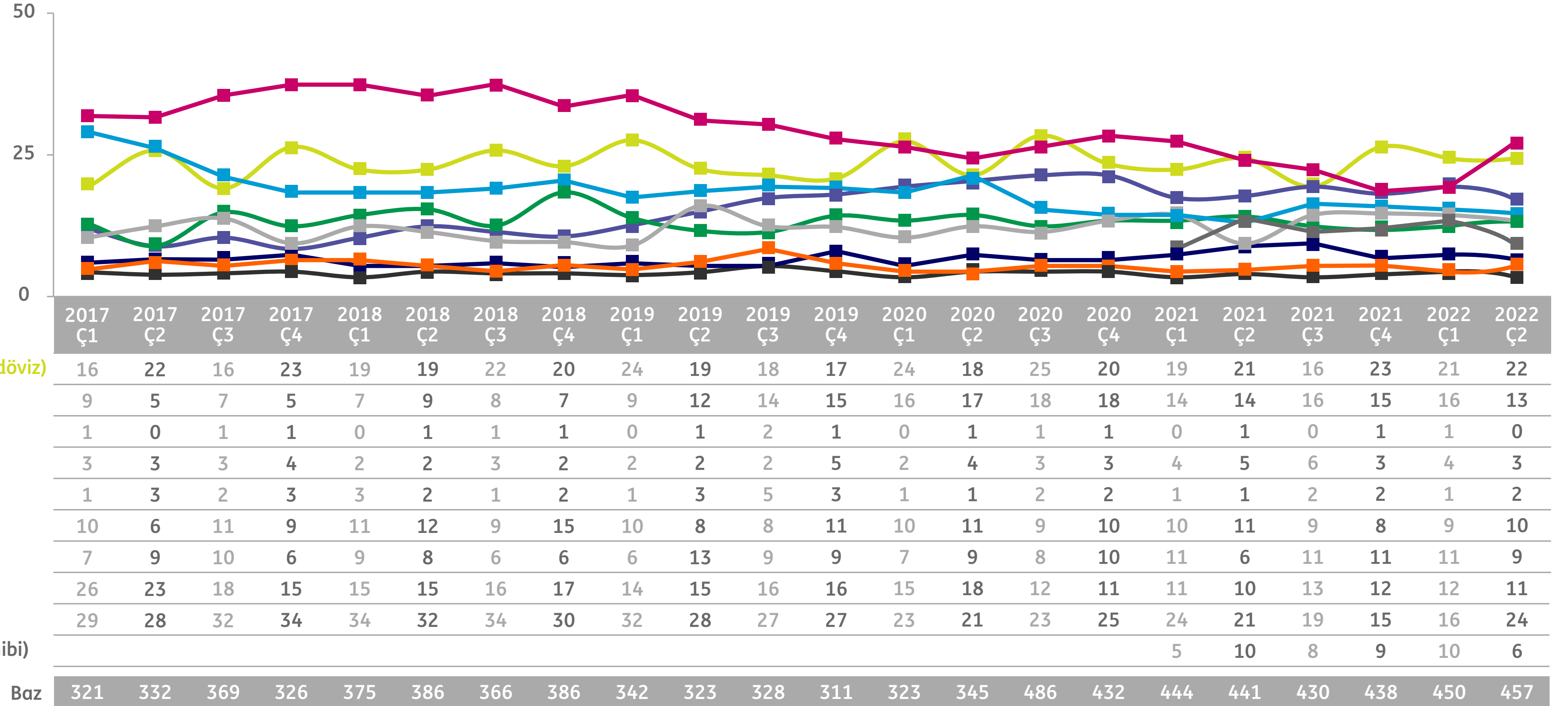


Görüşmecilerin beyan ettiklerine göre sınıflandırılmış şekliyle raporlanmıştır.

TASARRUF ARAÇLARI TERCİHİ

Tasarrufu Olanların Tasarruf Aracı Tercihi

Bu dönem ilk sırayı %24 ile «bireysel emeklilik fonları» alıyor. “Yastık altı altın ve nakit” bu dönemde de en çok tercih edilen diğer bir tasarruf aracı.



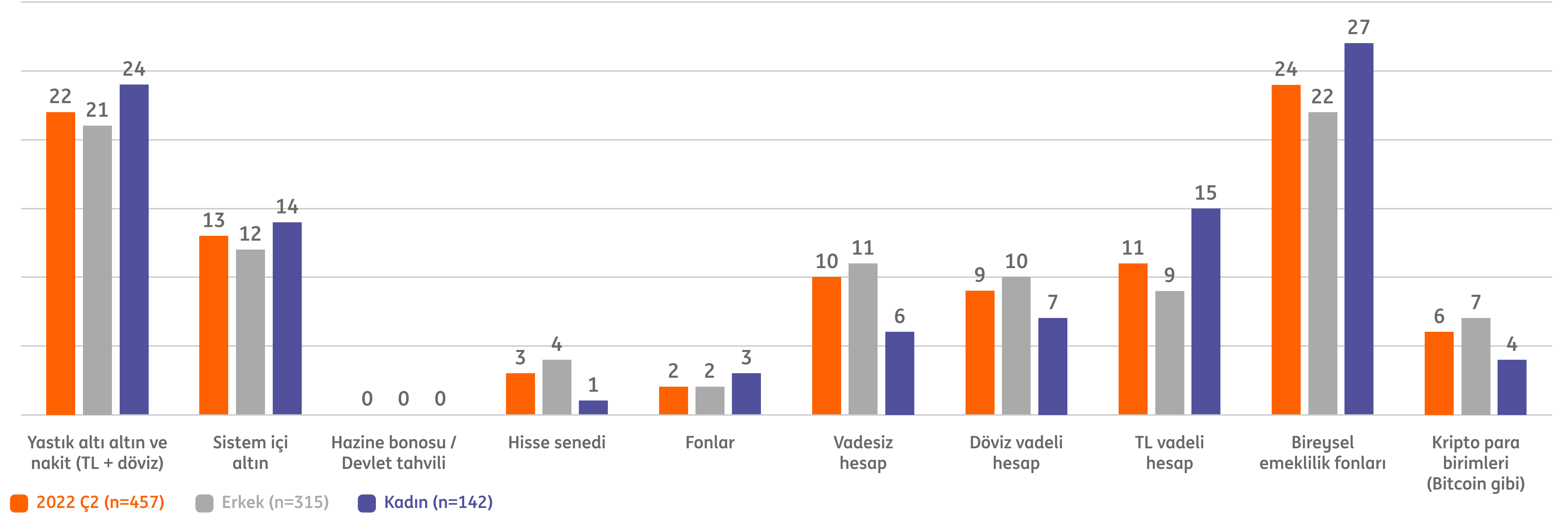
Not: 'Bu soru çoklu cevap' olduğu için bu kalemlerin toplamları %100'ü geçmektedir. Karşılaştırmalı analiz için hepsi toplam %100 olacak şekilde yeniden ağırlıklandırılmıştır.

Tasarrufu Olanların Tasarruf Aracı Tercihi

kadın-erkek kırılımı

“Yastık altı altın ve nakit” kadınlar tarafından daha çok tercih ediliyor.

2022 İkinci Çeyrek



Not: 'Bu soru çoklu cevap' olduğu için bu kalemlerin toplamları %100'ü geçmektedir. Karşılaştırmalı analiz için hepsi toplam %100 olacak şekilde yeniden ağırlıklandırılmıştır.

Tasarrufu Olanların Tasarruf Aracı Tercihi

Bu dönem sistem için altın veya diğer değerli taş / metal hesabı 3 puan geriliyor.

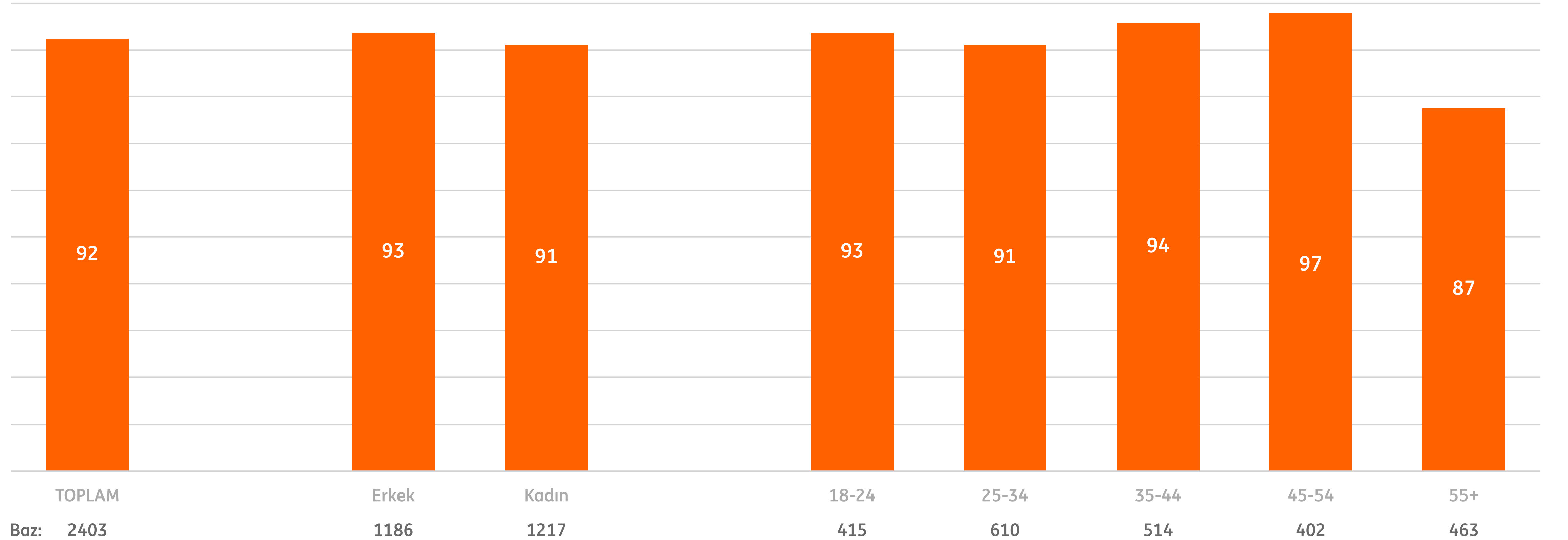
	2017 Ç1	2017 Ç2	2017 Ç3	2017 Ç4	2018 Ç1	2018 Ç2	2018 Ç3	2018 Ç4	2019 Ç1	2019 Ç2	2019 Ç3	2019 Ç4	2020 Ç1	2020 Ç2	2020 Ç3	2020 Ç4	2021 Ç1	2021 Ç2	2021 Ç3	2021 Ç4	2022 Ç1	2022 Ç2
Sistem dışı ve sistem içi altın + sistem dışı nakit (TL veya döviz)	25	27	23	28	26	29	30	27	33	31	31	32	40	35	43	38	33	35	31	38	37	35
Altın veya diğer değerli taş ve metal (sistem dışı)	10	14	5	13	10	11	13	12	12	9	10	8	14	12	13	11	12	13	9	12	14	15
Altın veya diğer değerli taş ve metal hesabı (sistem içi)	9	5	7	5	7	9	8	7	9	12	14	15	16	17	18	18	14	14	16	15	16	13
Yastık altı döviz veya TL (nakit)	6	8	11	10	9	8	10	8	12	10	7	9	10	7	12	9	7	8	6	11	7	7
Baz	348	321	332	369	326	375	386	366	342	323	328	311	323	345	486	432	444	441	430	438	450	457

2022 Q2 ÖZELİNDEKİ EK SORULAR

İnternet Kullanımı (%)

Evde ya da mobil telefonda internet kullanımı oldukça yaygın. Sadece 55 yaş üstünde internet kullanımı %90'ın altında kalıyor.

«Evinizde veya mobil telefonunuzda internet kullanıyor musunuz?»

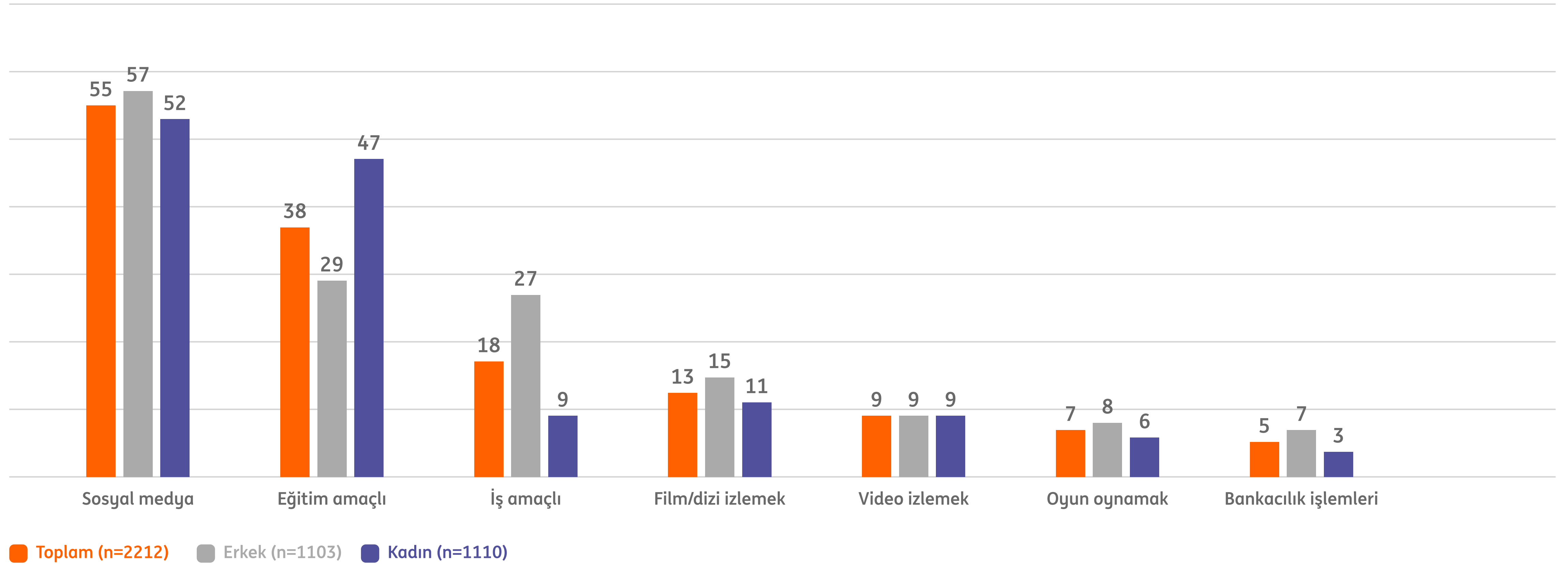


■ Evet

İnternet Kullanım Amacı (%)

Sosyal medya hem kadınların hem de erkeklerin internet kullanmasındaki en önemli sebep. Eğitim amaçlı kullanım kadınlarda, iş amaçlı kullanım ise erkeklerde daha yüksek.

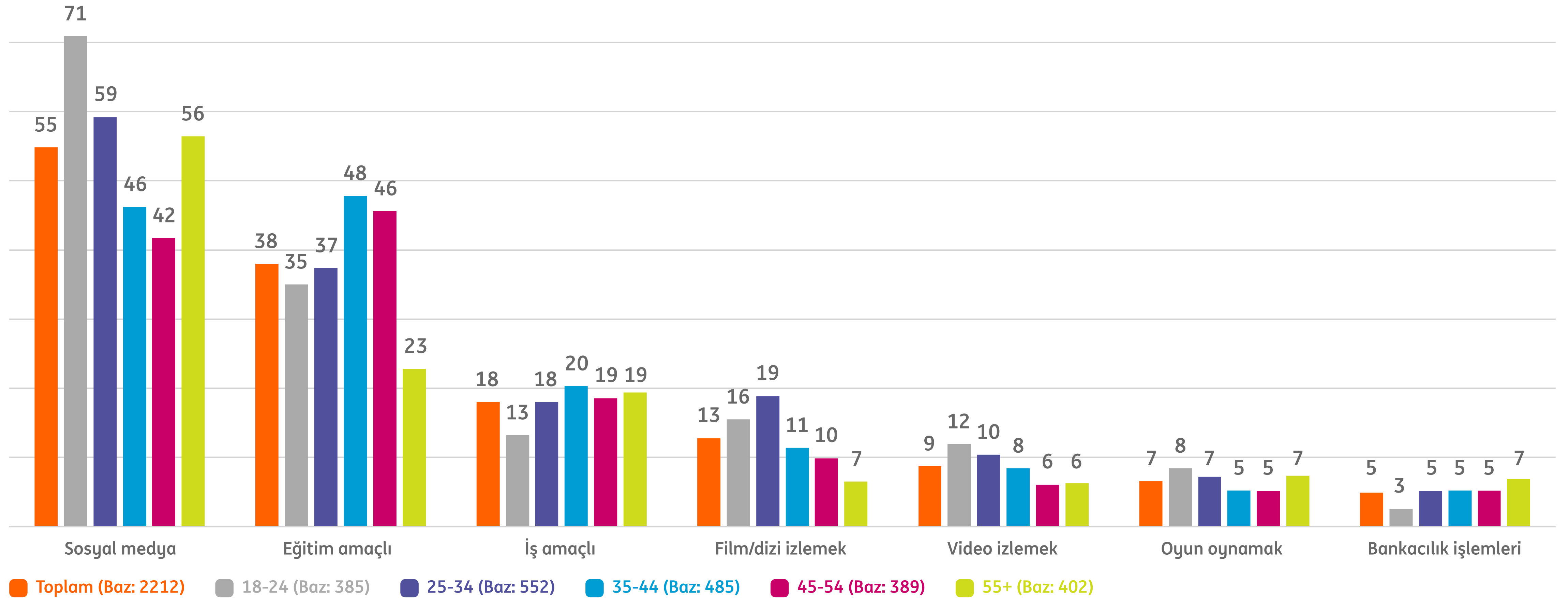
«İnterneti ne amaçla kullanıyorsunuz?»



İnternet Kullanım Amacı (%)- Yaşlara Göre

Sosyal medya kullanımı %71 ile en fazla 18-24 yaş grubunda, eğitim amaçlı kullanım ise 35-44 yaş arasındaki bireylerde daha yüksek.

«İnterneti ne amaçla kullanıyorsunuz?»

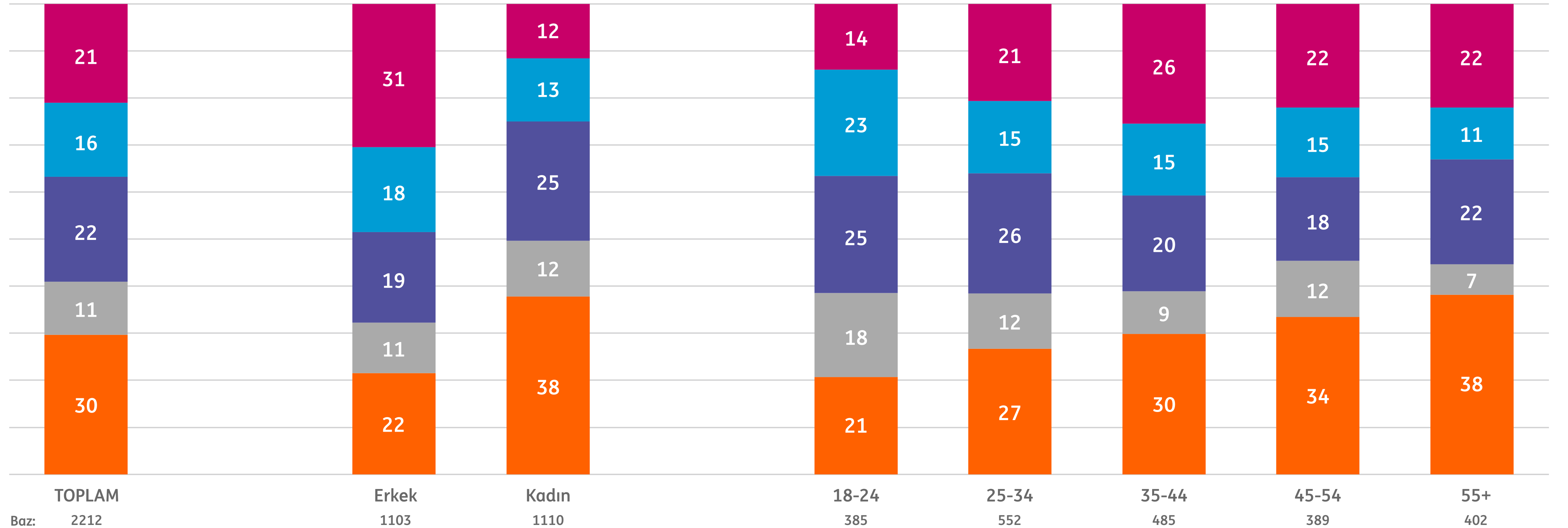


İnternet Bankacılığı Kullanımı

Bireylerin %30'u hiçbir şekilde bankacılık işlemleri için internet bankacılığı ya da mobil bankacılık hizmetlerini kullanmıyor. 45 yaş üstünde internet bankacılığını hiç kullanmayanların oranı artıyor.

Her zaman ya da çoğunlukla kullananların oranı ise %37. Erkekler nezdinde bu oran %49'a yükseliyor.

«Tasarruf veya yatırımlarınızla ilgili işlemleri internet bankacılığı veya mobil bankacılık üzerinden yapıyor musunuz?»

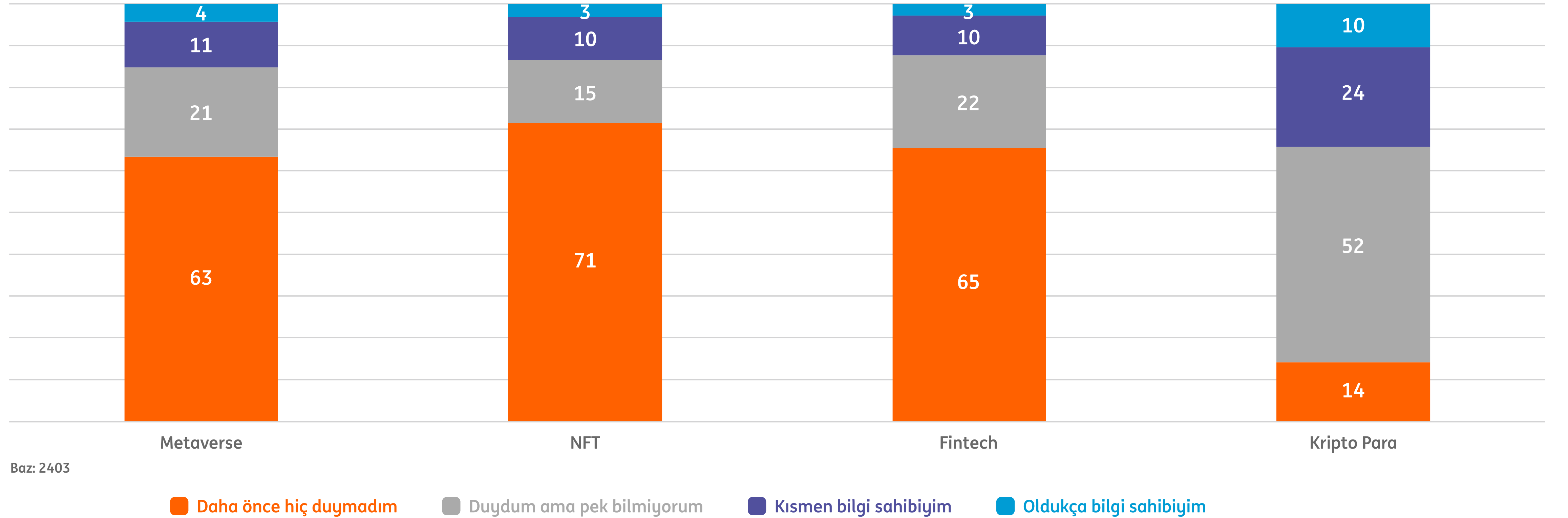


Hiçbir zaman Nadiren Bazen Çoğunlukla Her zaman

Ürün Bilinirliği

Kripto para hariç diğer yeni teknolojik ürünlerin bilinirliği çok yüksek değil. Bu üç ürünü çok iyi bildiğini söyleyenlerin oranı %5'in altında. Kısmen bilgili olanların oranı da %10 civarında. Kripto para toplumun %86'sı tarafından ismen de olsa bilinen bir ürün. Bu ürün hakkında kısmen ya da oldukça bilgili olanları oranı %34.

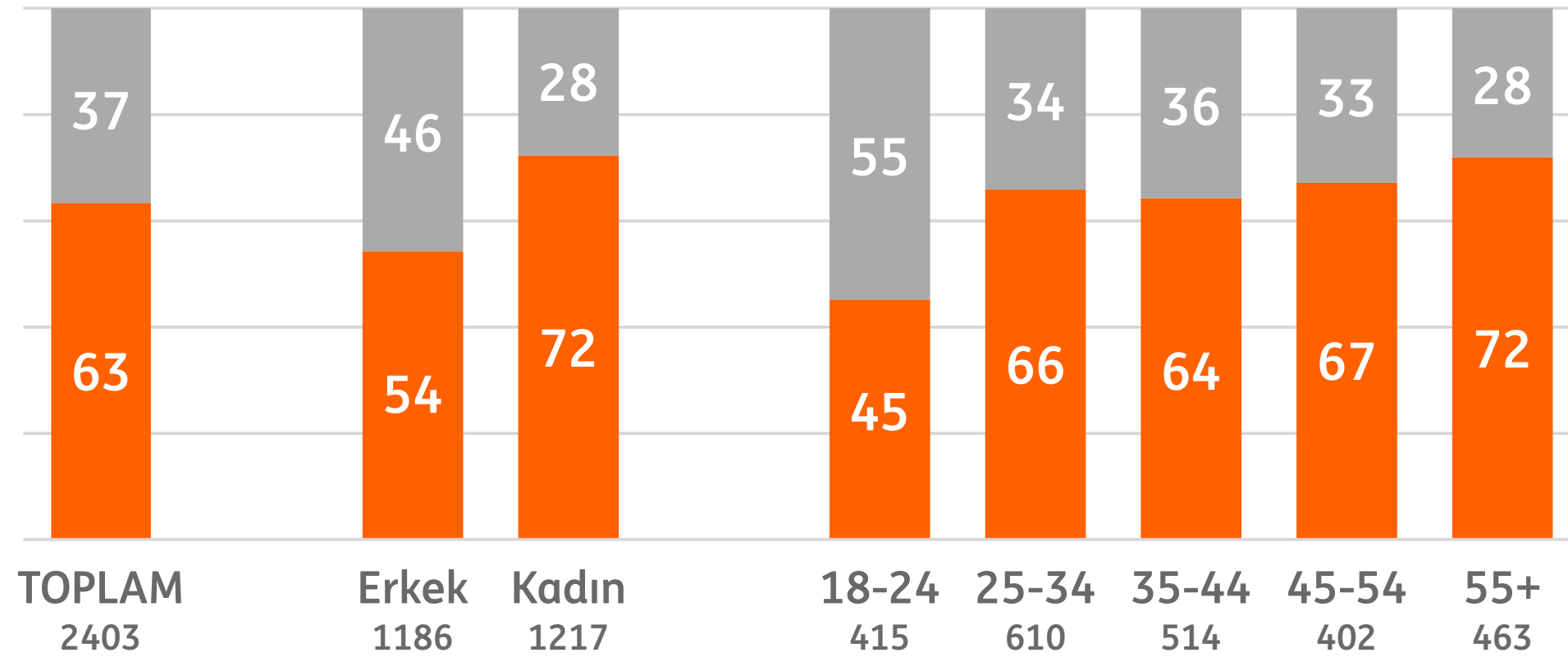
«Tasarruf veya yatırımlarınızla ilgili işlemleri internet bankacılığı veya mobil bankacılık üzerinden yapıyor musunuz?»



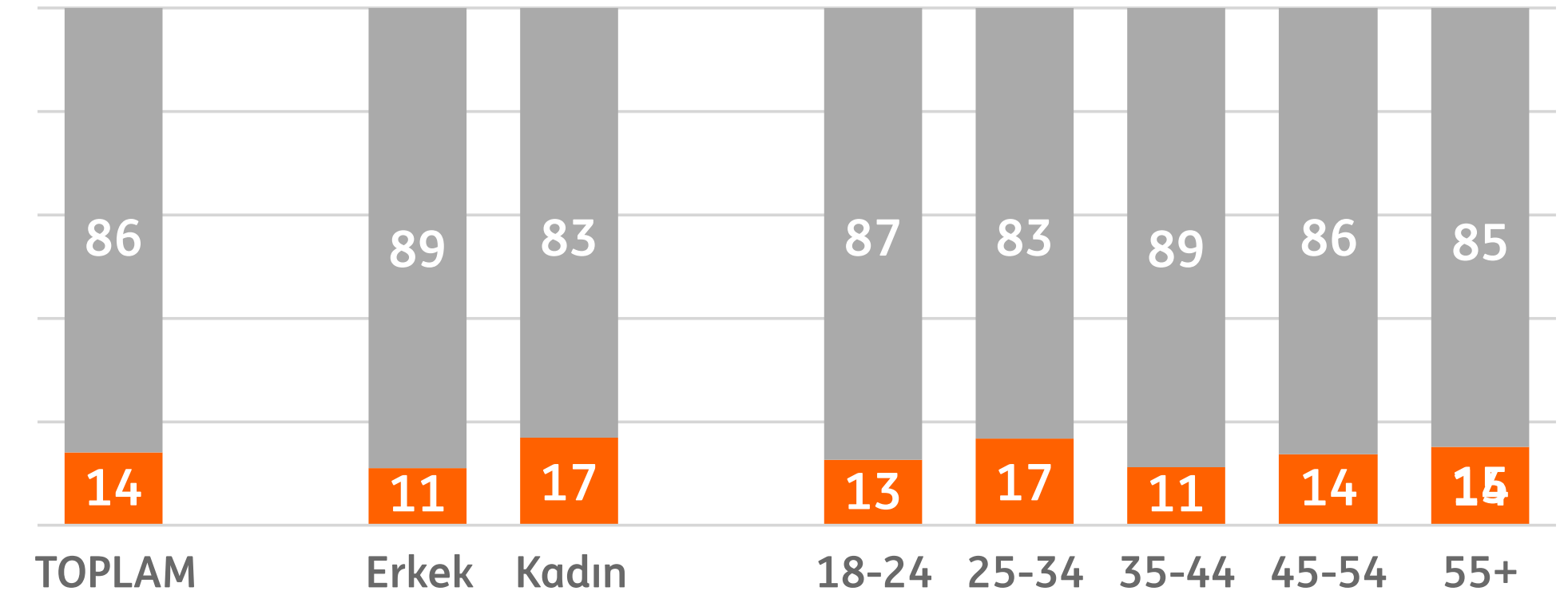
Ürün Bilinirliği - Cinsiyet ve yaş kırılımında

Kripto para hariç diğer 3 ürünün bilinirliği erkekler nezdinde çok daha yüksek. Metaverse ve NFT ürünlerinde yaş ilerledikçe ürünlerin bilinirliği de düşüyor. Fintech bilinirliğinde ise yaşa göre diğer ürünlerdeki gibi çok büyük farklılık yok. Kripto para demografiye göre çok farklılaşmıyor

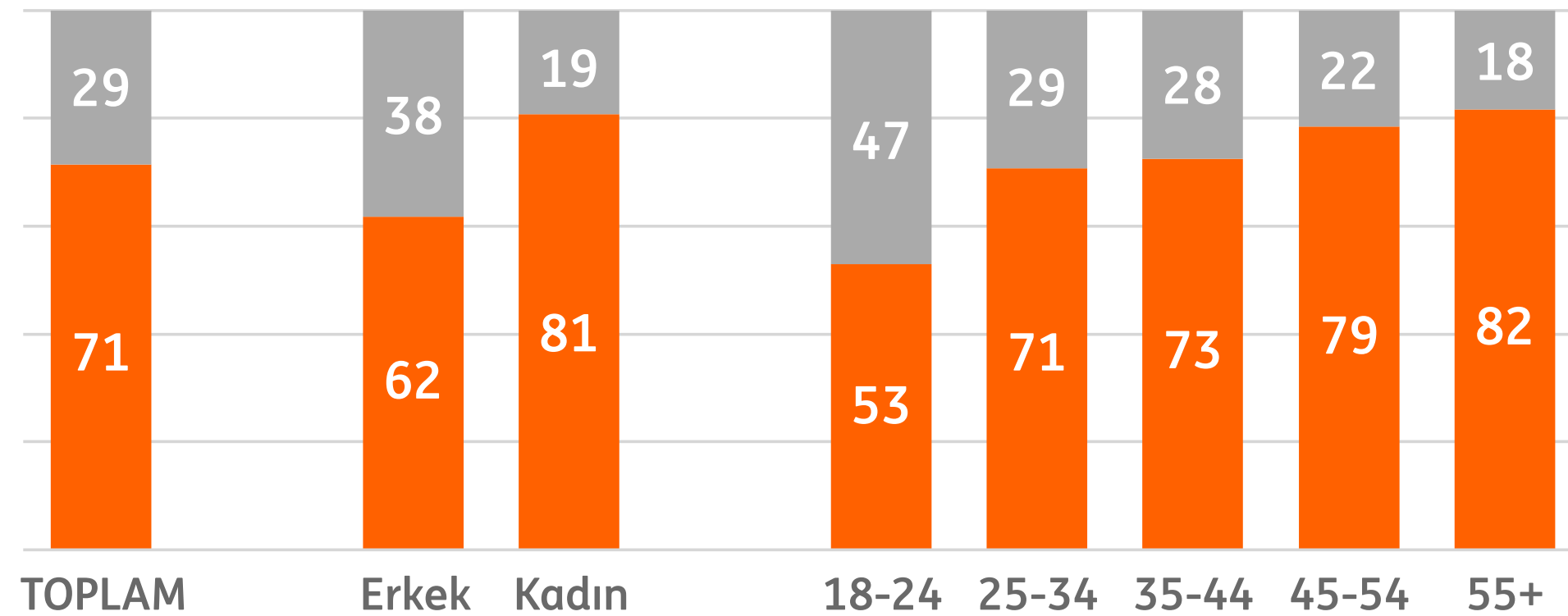
Metaverse



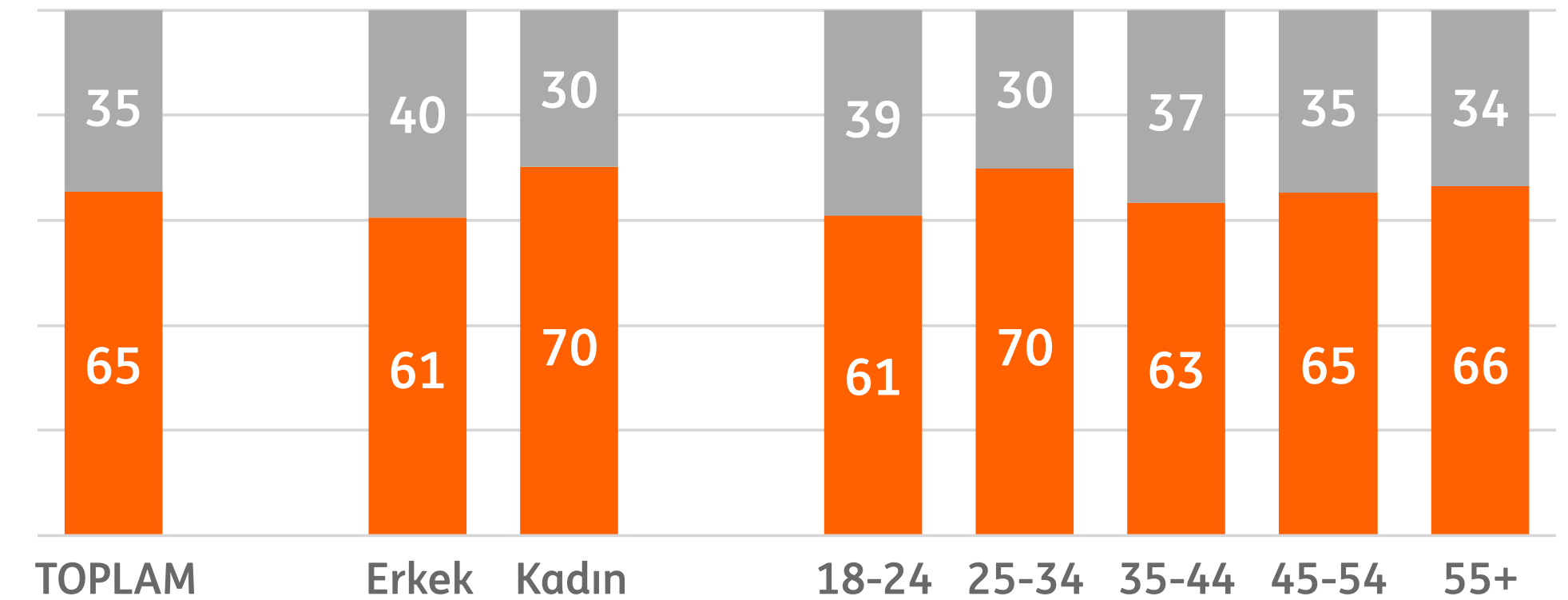
Kripto Para



NFT



Fintech



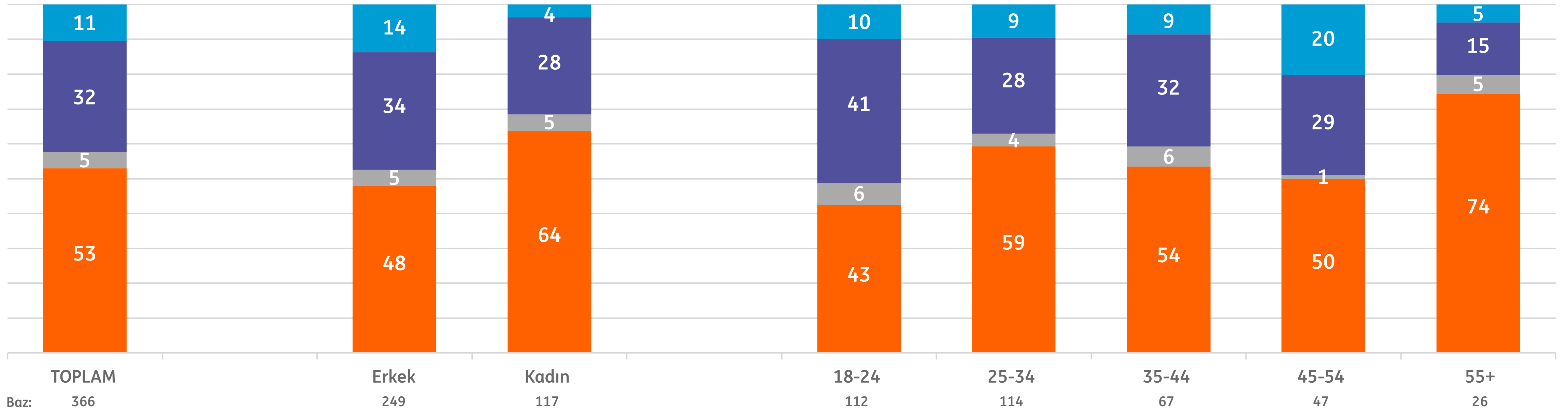
Hiç Duymamış

Duymuş

Metaverse Kullanım Niyeti

Metaverse konusunda bilgili olanların yarısı bu ürünü kullanma niyetinde değil. Kadınlarda ve özellikle 55 yaş üstünde bu oran çok daha yüksek. Bu ürünü bugüne kadar kullanmış olan bireylerin oranı %11, %32'lik bir kesim ise kullanma niyetinde.

«Şimdi okuyacağım ifadelerden hangisi Metaverse ile ilgili tutumunuzu en iyi anlatır?»



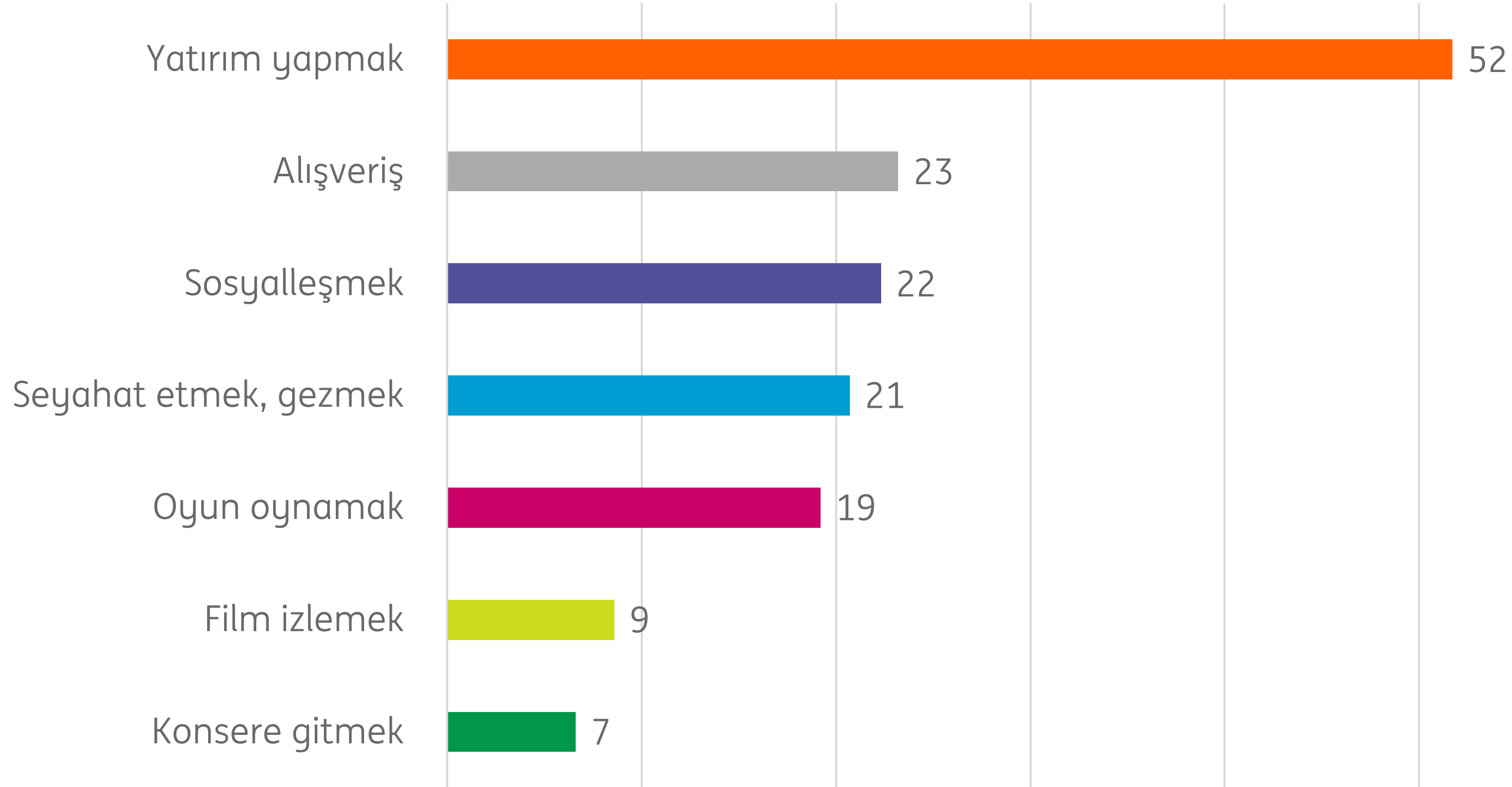
Baz: 366
oldukça + kısmen bilgili olanlar

- Hiç kullanmadım, kullanmak da istemiyorum
- Daha önce kullandım ama kullanmaya devam etmeyeceğim
- Kullanmadım ama kullanmak istiyorum
- Kullandım ve kullanmaya devam edeceğim

Metaverse Kullanım Amacı

Yatırım yapmak metaverse kullanımındaki temel amaç. Alışveriş, sosyalleşme, seyahat ve oyun birbirine yakın oranlarla belirtilen diğer amaçlar.

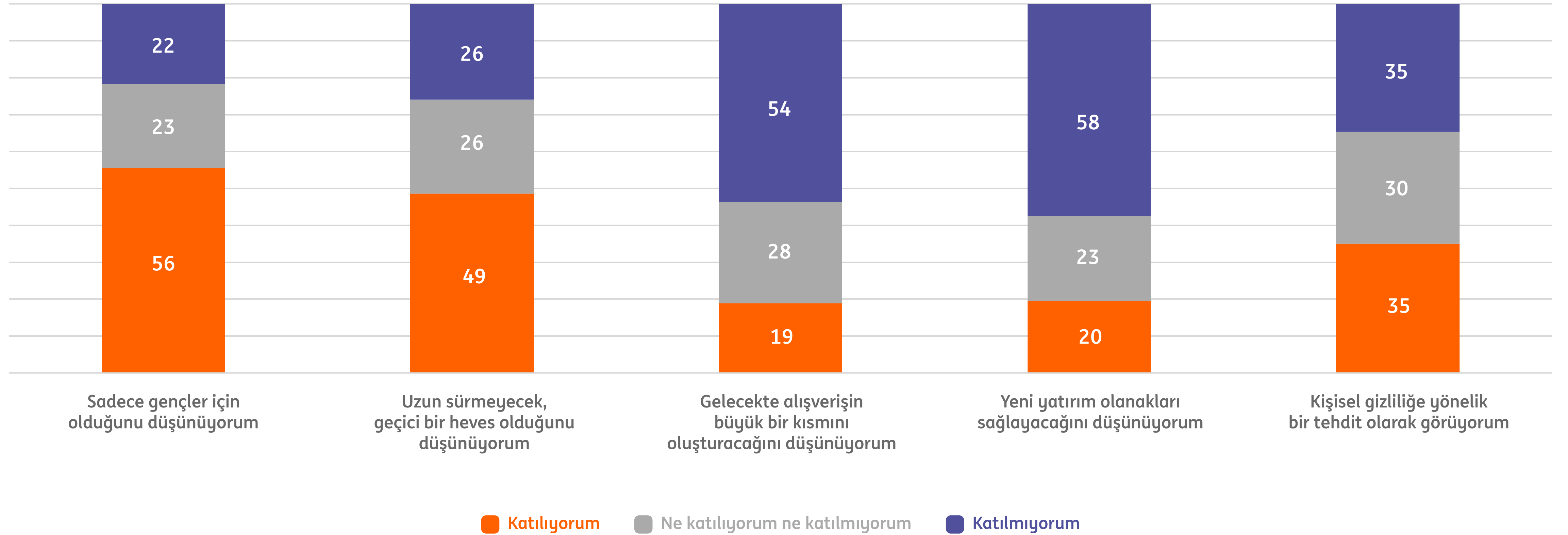
«Metaverse hangi amaç veya amaçlar için kullanıyorsunuz?»



n= 155 –
Kullanan veya kullanma niyetinde olan

Metaverse ile İlgili Görüşler

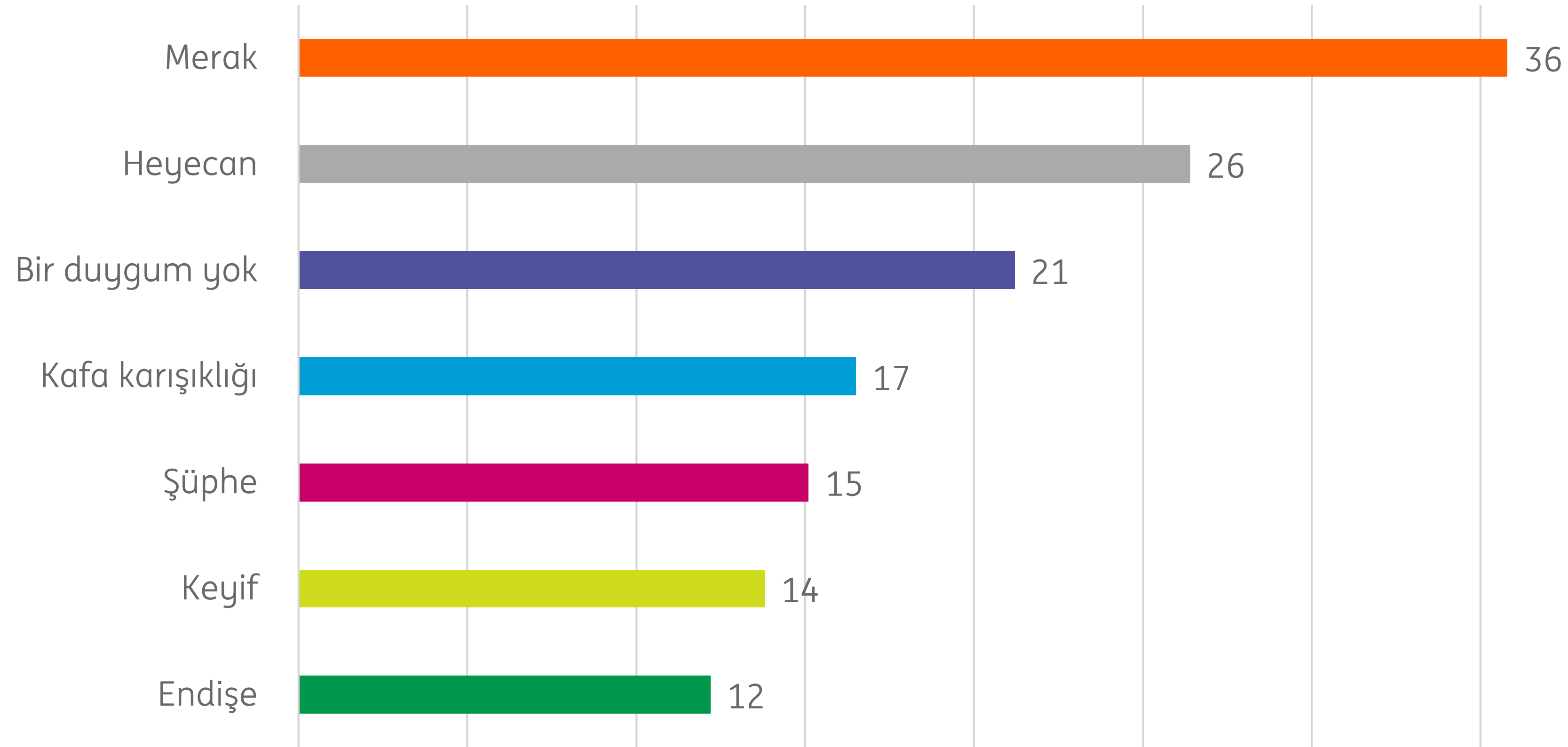
Metaverse konusunda bilgili olanların bu ürün hakkındaki görüşleri çok olumlu değil. Gençler için bir ürün olarak konumlanıyor ve geçici bir heves olduğu düşünülüyor. Diğer taraftan gelecekte yatırımların bu şekilde yapılacağını düşünenlerin de oranı sadece %20.



Metaverse ile İlgili Görüşler

Merak ve sonrasında heyecan Metaverse'ü tanımlamak için kullanılan ifadeler.

«Metaverse için şimdi okuyacağım duygulardan hangileri sizin için geçerlidir?»

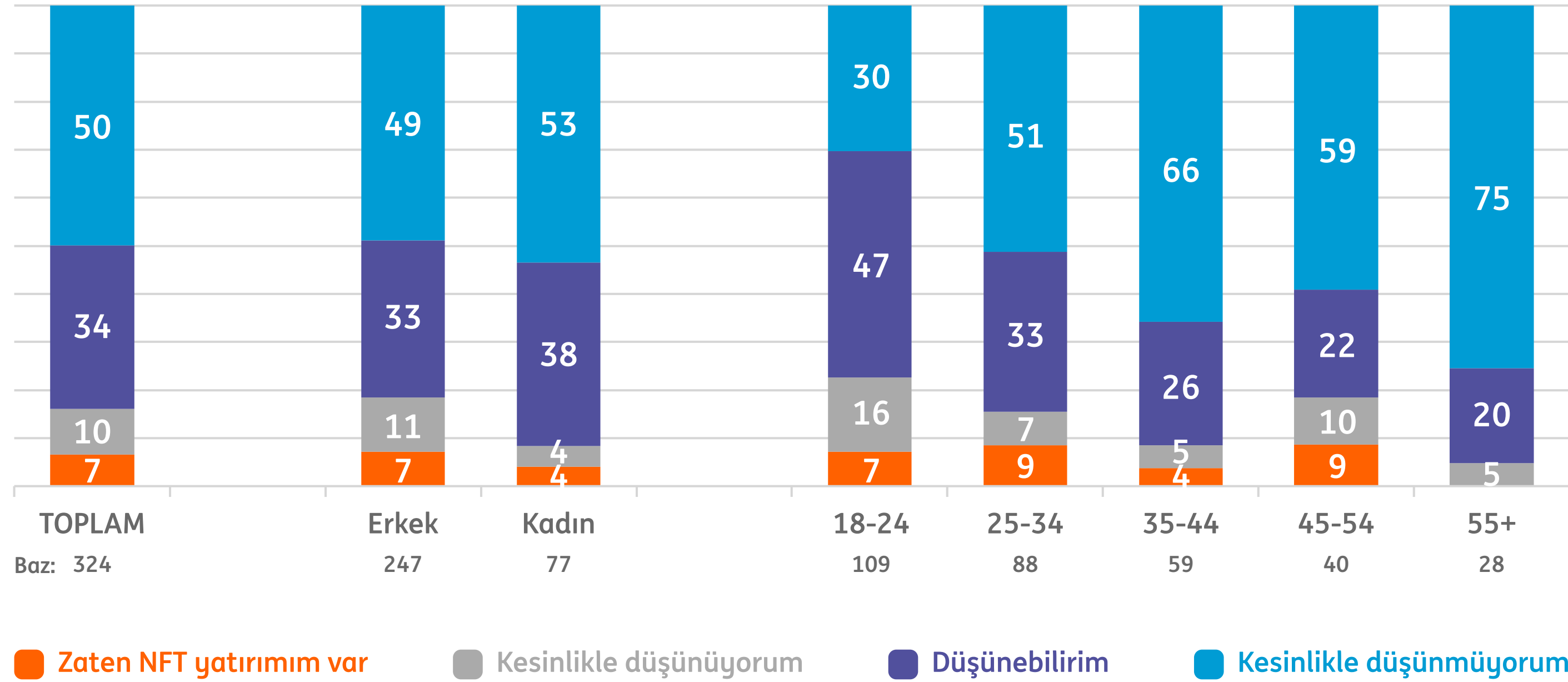


n= 366-
oldukça + kısmen bilgili olanlar

NFT

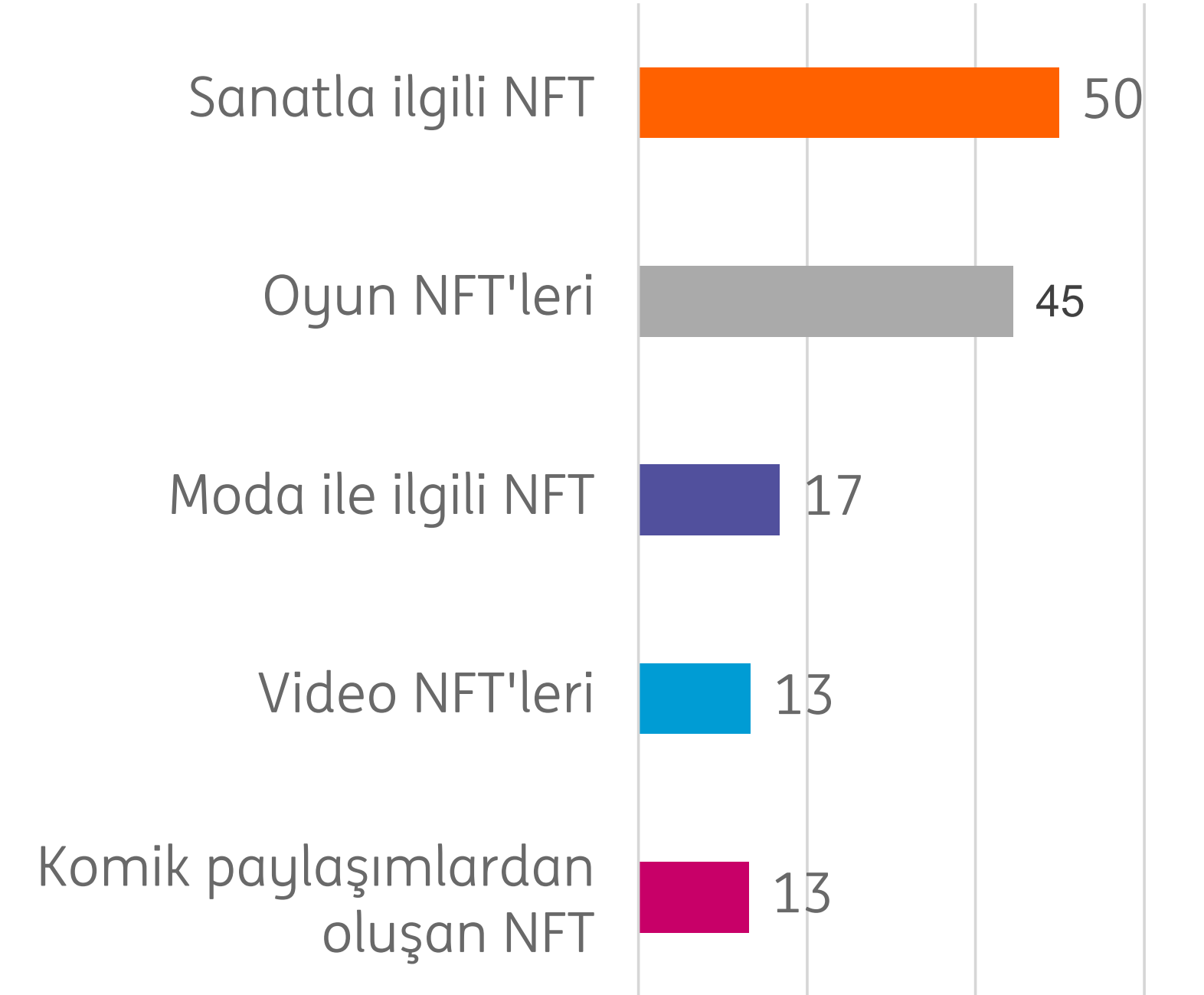
NFT konusunda bilgisi olan bireylerin %7'si bugüne kadar NFT yatırımı yapmış durumda. %10'luk bir kitle de kesinlikle NFT yatırımı yapma niyetinde. Diğer taraftan bu konuda ilgili olan kitlenin yarısı bu şekilde yatırım yapmaya karşı. Sanat ve oyun NFT ile yapılması düşünülen alanlar olarak öne çıkıyor

«NFT olarak sunulan dijital varlıklara yatırım yapma konusunda ne düşünüyorsunuz?»



n= 324 oldukça + kısmen bilgili olanlar

«Hangi alanda NFT yatırım yaptınız veya yapmayı düşünüyorsunuz?»
(n=162 yatırımı olan ya da yapmayı düşünen)



YÖNETİCİ ÖZETİ VE SONUÇLAR

2022 / 2. Çeyrek Sonuçları [1/4]

%19

2022'nin 2. çeyreğinde tasarruf yapanların oranı çok değişmiyor. Bir önceki dönem %18,7 olan tasarruf oranı bu dönem %19. Erkeklerde tasarruf yapanların oranı %23,8'den %26,5'a yükselirken kadınlarda tasarruf yapma oranı düşüyor.

25-44'te
yükseliş,
18-24'te
düşüş

2022 2. çeyreğinde geçen çeyrekte tasarruf sahipliğinde düşüş gözlemlenen 25-24 yaş grubunda tasarruf sahipliği 5 puan artıyor. 18-24 yaş grubunda ise tasarruf sahipliği düşüyor.

%31,5

Yakın gelecekte **tasarruf yapmayı planlayanların** oranı **bu dönemde de düşmeye devam ediyor**. 2022'in 1. çeyreğinde %35'e gerileyen tasarruf yapma niyeti bu çeyrekte özellikle kadınlardan dolayı %31,5'a kadar gerilemiş durumda. Bu kitle içinde «gelecek 3 ay içerisinde» tasarruf yapacağını belirtenlerin oranı ise %16'dan %20'ye çıkıyor.

%24
vs
%16

Çocuksuz bireylerin tasarruf sahipliği oranında bu dönem düşüyor ve %26'dan %24'e geriliyor. Çocuklu bireylerde ise bu dönem **2 puanlık artış** var.

2022 / 2. Çeyrek Sonuçları [1/4]

%67

Geçen 2 çeyrekte tasarruf sahibi olanlar içerisinde düzenli tasarruf yapanların oranındaki düşüş duruyor ve bu dönem tekrar artmaya başlıyor (%67 vs %60) . Son 3 ay içinde de tasarruf yapabilmiş bireylerin oranı geçen dönemde de olduğu gibi %31. Tasarruf yapma niyeti de bir önceki dönemle benzer seviyede (%44 vs %43)

%54

Tasarruf yapma gerekçeleri arasında «geleceğe yatırım» unsuru yine ilk sırada belirtiliyor. Bu dönem bu gerekçenin belirtilmesi 2 puan geriliyor (%57 vs %50). «Çocuklarım için» gerekçesi bu çeyrekte de artmaya devam ediyor (%27 vs %25).

%45

Bu dönemde de «kimseye muhtaç olmamak için» unsuru yine ilk sırada belirtilen sebep ancak geçen döneme göre bu sebebin belirtilme oranı 10 puan azalıyor (%45 vs %55). İkinci sıradaki “emekliliğimde/yaşlılığımda zor durumda kalmamak” unsurunda ise bu çeyrekte ciddi bir artış görülüyor (%36 vs %25). 3. sırada belirtilen ev alma sebebi de %20’den %12’ye geriliyor.

%30

Bu çeyrek beklenmedik olayların alt gerekçelerinde «ani sağlık sorunları» bu dönemde de geçen dönem ile aynı oranda belirtilen ve ilk sırada yer alan gerekçe (%30-%30).

2022 / 2. Çeyrek Sonuçları [1/4]

%56b
vs
%42

2022 1. çeyreğinde 2. sırada belirtilen «**Çocukların geleceğine yatırım**» bu çeyrek %56 oranı ile tekrar ilk sırada belirtilen sebep. «**Çocukların eğitim masrafları**» ise geçen çeyreğe göre 3 puan düşerek %50 ile 2. sırada belirtiliyor.

%22

2022 2. çeyrekte de tasarrufu olanların tasarruf araçları tercihleri arasında «Yastık altı altın ve nakit» yine en çok tercih edilen tasarruf araçlarından biri. Bu dönem bireysel emeklilik fonlarının tercihinde ciddi bir artış var. (%24 vs %16)

%32
vs
%27

Bu çeyrekte de tasarrufu olmayan genel kitlenin ilk tercihi olan «**yastık altı altın ve nakit**» geçen döneme göre 5 puan daha yüksek bir oranda belirtiliyor. ikinci sırayı ise «**sistem içi altın**» (%23) alıyor.

ARAŞTIRMA MODELİ VE AMACI

Amaç ve Yöntem

Tasarruf Eğilimleri Araştırması'nın amacı Türkiye'de kentsel yerleşim yerlerinde 18 yaş ve üzerindeki bireylerin tasarruf eğilimlerini izlemektir.

Bu araştırma çerçevesinde;

- NUTS2 bölgelerinde seçilen 26 ilde her ay tesadüfi olarak seçilen 800 kişi ile görüşülüyor. 3 aylık (çeyrek) bazda görüşme sayısı 2400 olarak gerçekleşiyor ve raporlanıyor.
- Bilgisayar destekli telefon görüşmesi yöntemi (CATI) kullanılıyor.
- Yaş, cinsiyet, çalışma durumu ve meslek kontrol kotası olarak uygulanıyor.

Tanım

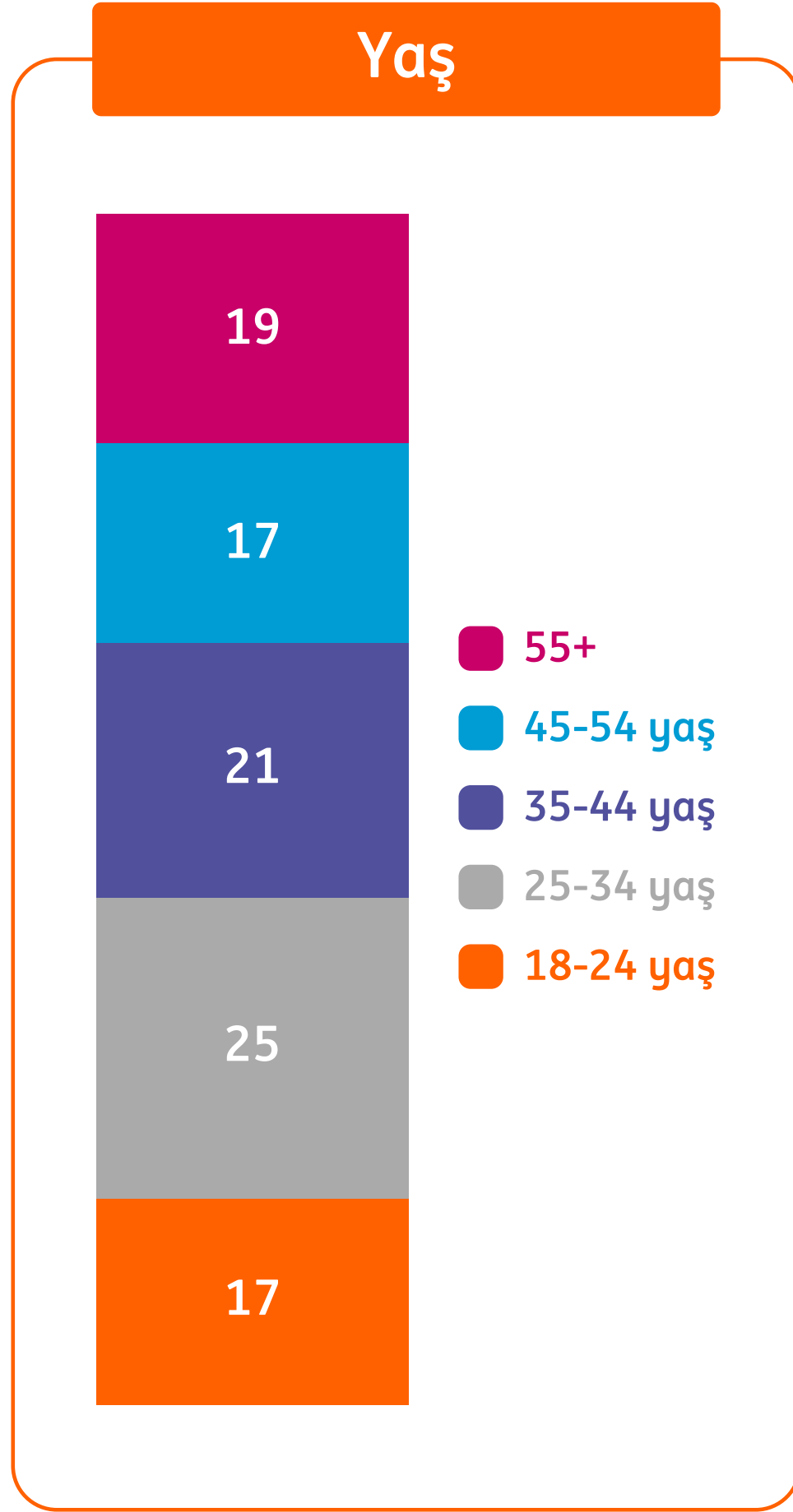
Tasarruf, sözlük anlamı itibariyle “sarf edilmeyen” anlamına gelmektedir.

Bu araştırma kapsamındaki TASARRUF ise şu kalemleri içermektedir:

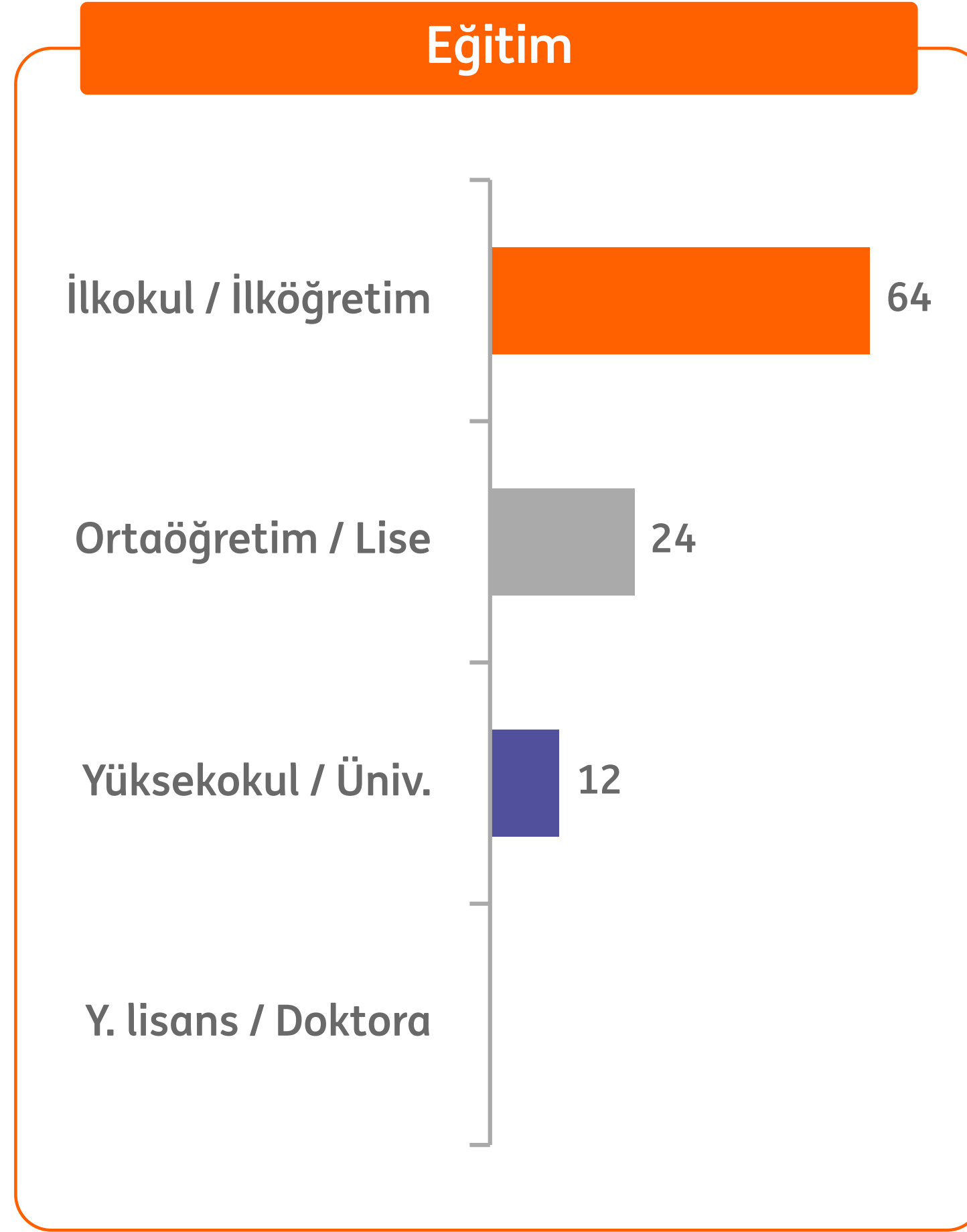
- Bankalarda duran TL veya döviz cinsinden vadeli hesaplar
- Bankalarda ve/veya aracı kurumlarda duran hisse senedi, hazine bonosu, devlet tahvili gibi menkul değerlerin parasal tutarı
- Bankalarda duran yatırım hesapları ve katılım fonları
- Bireysel emeklilik fonları
- Bankalarda vadesiz hesapta / likit fonda TL veya döviz cinsinden duran miktarın o ay içinde harcanmayan/harcanmayacak bölümü
- Cüzdan, kasa, yastık altında duran paranın (döviz, altın dahil) o ay içinde harcanmayan/harcanmayacak bölümü

Araştırmaya katılanlara, bu tanıma uygun olarak tasarrufları olup olmadığı soruluyor.

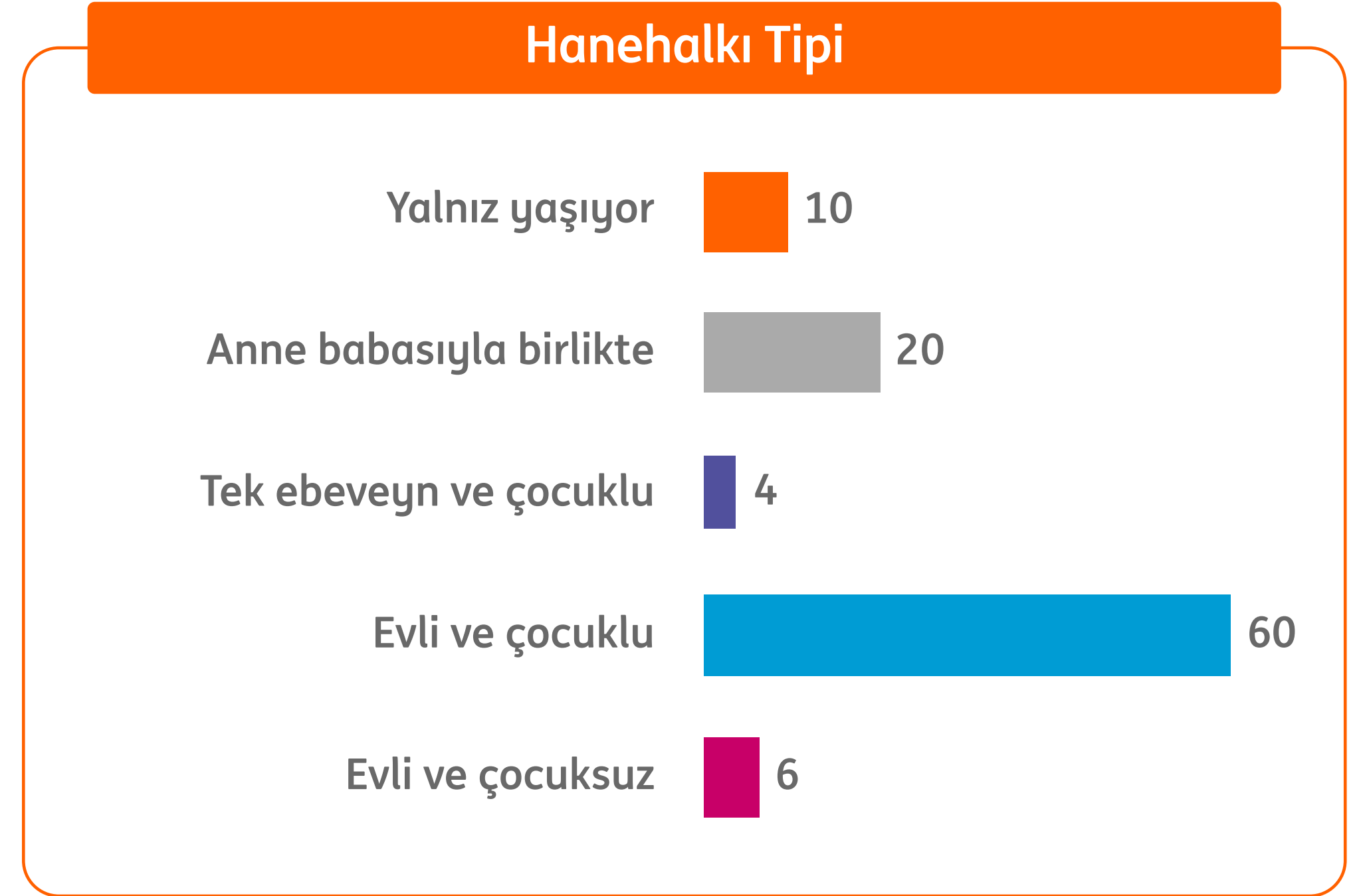
Demografik Bilgiler – 2022 / 2. Çeyrek



Baz: 2403



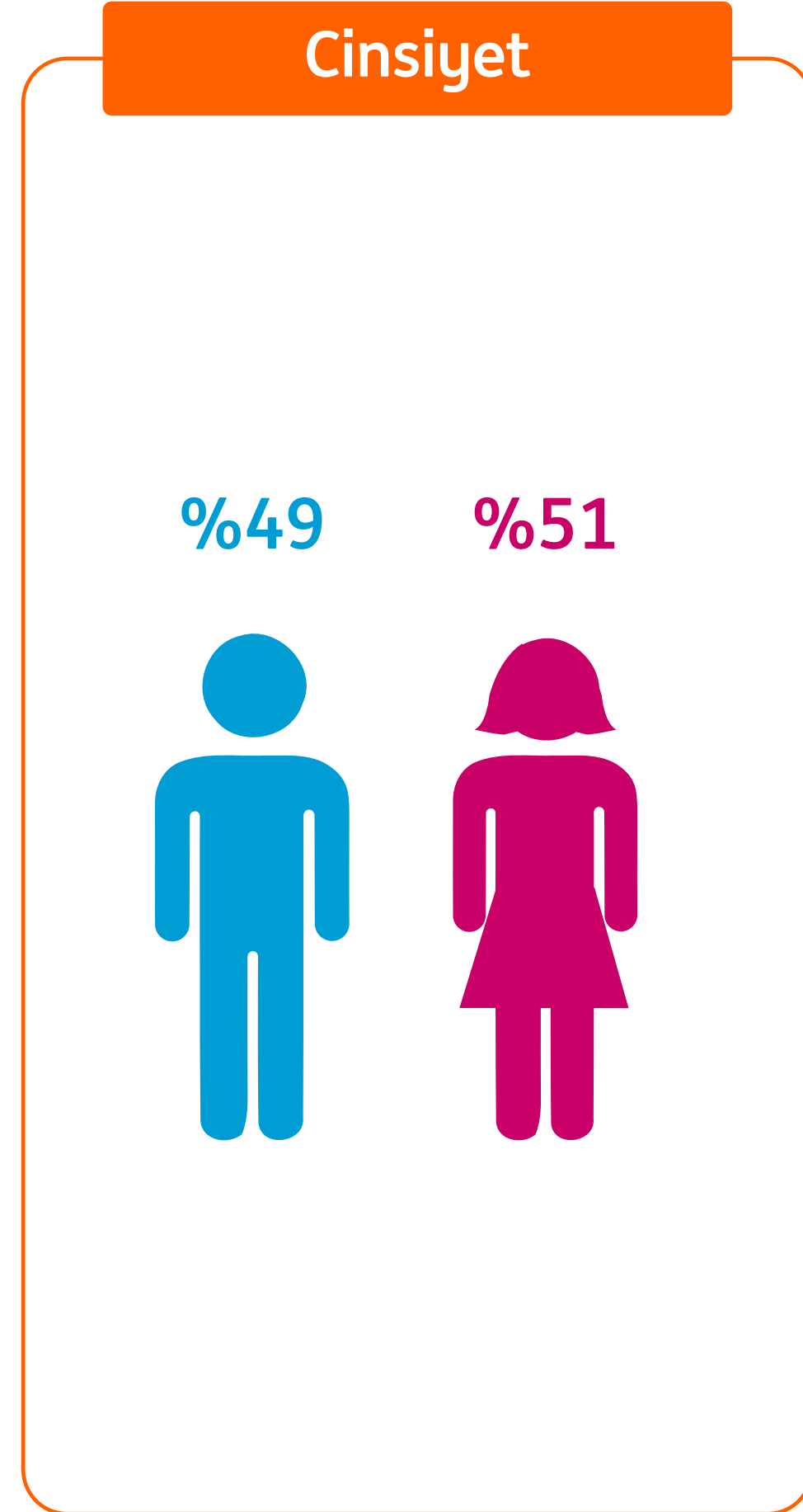
Baz: 2403



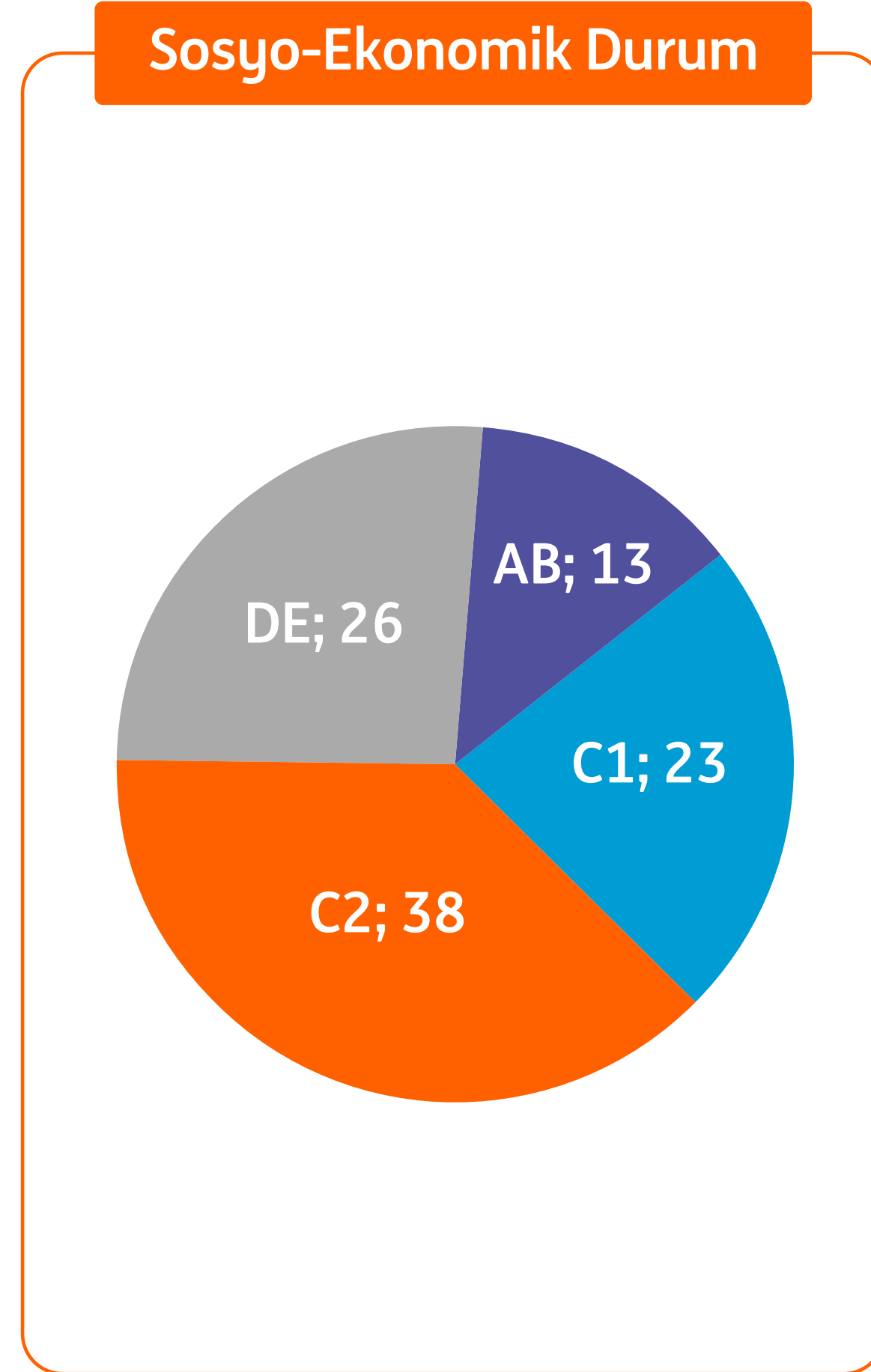
Baz: 2403

Çocuklu oranı: %63,7
Ortalama çocuk sayısı: 2,5

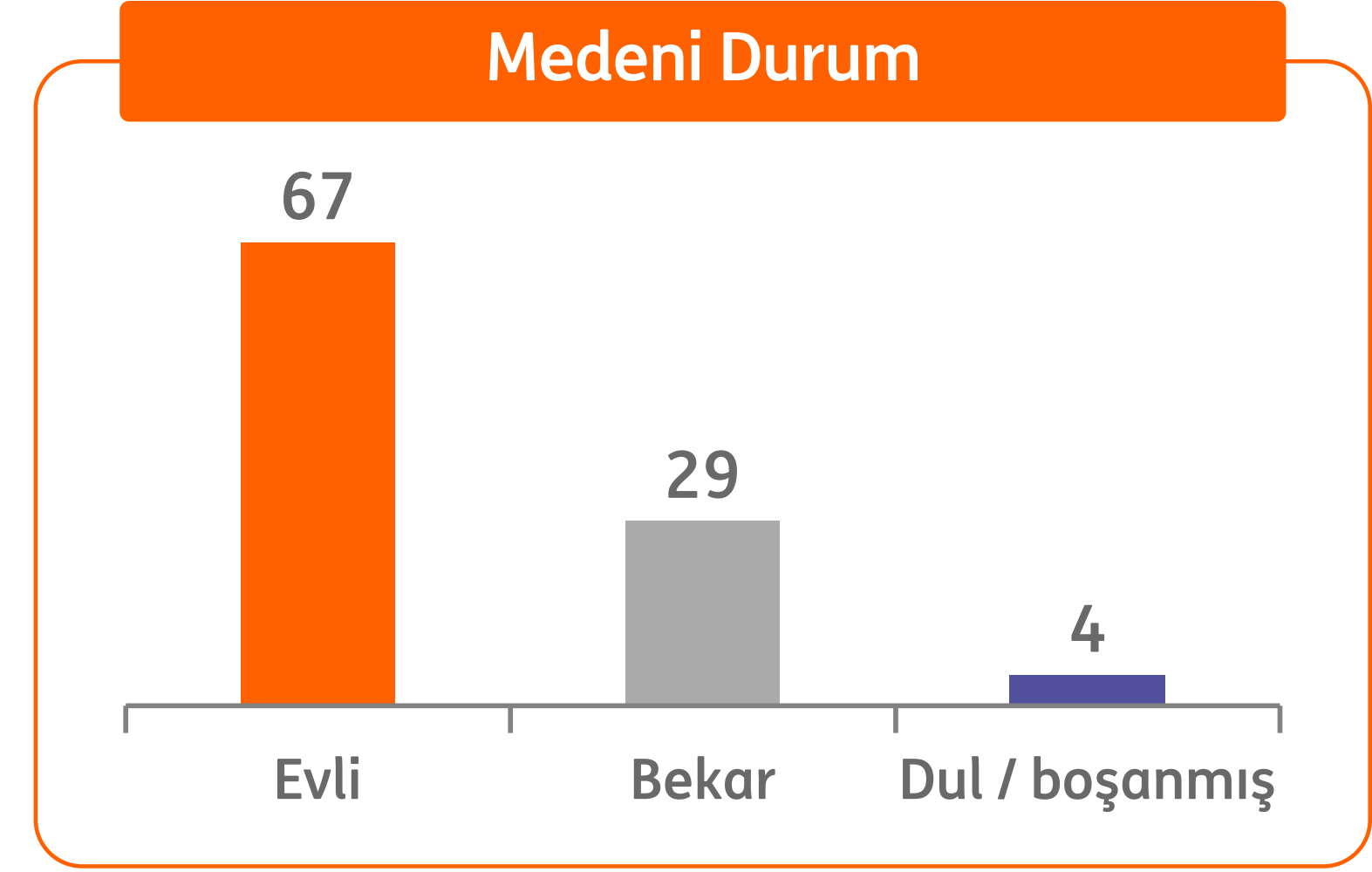
Demografik Bilgiler – 2022 / 2. Çeyrek



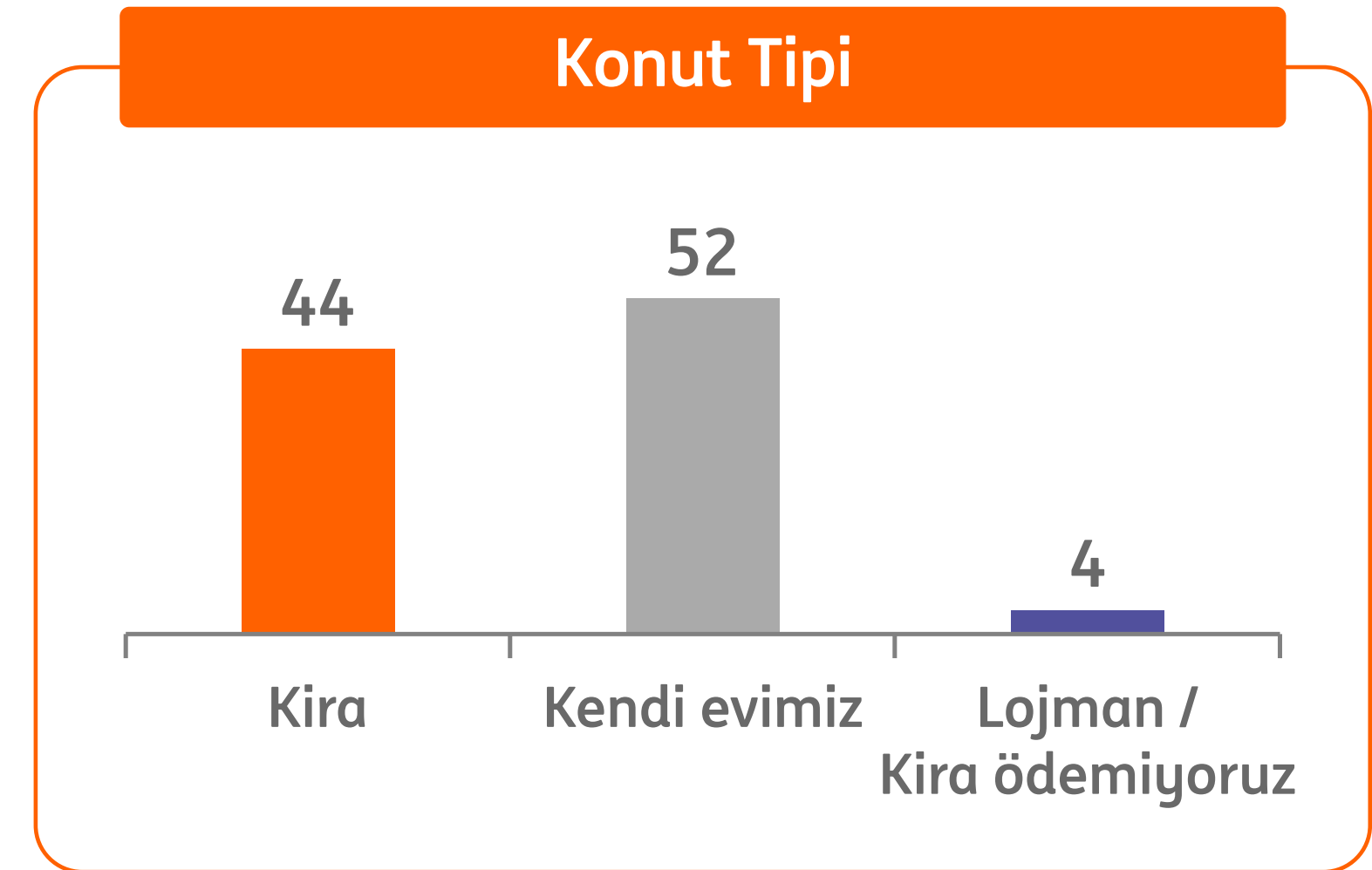
Baz: 2403



Baz: 2403



Baz: 2403



Baz: 2403