



ΕΘΝΙΚΗ
ΑΡΧΗ
ΣΤΟΙΧΗΜΑΤΩΝ

Παρουσίαση Αποτελεσμάτων Ποσοτικής Έρευνας με θέμα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης και Τυχερά Παιχνίδια

ΙΟΥΛΙΟΣ 2026

INSIGHTS MARKET RESEARCH
IMR
UNIVERSITY OF NICOSIA



UNIVERSITY *of* NICOSIA

Ταυτότητα Έρευνας

ΟΡΓΑΝΙΣΜΟΣ ΕΡΕΥΝΩΝ
IMR/UNIVERSITY OF NICOSIA™

ΑΝΑΘΕΤΟΥΣΑ ΑΡΧΗ
ΕΘΝΙΚΗ ΑΡΧΗ ΣΤΟΙΧΗΜΑΤΩΝ

ΠΕΡΙΟΔΟΣ ΔΙΕΞΑΓΩΓΗΣ
ΦΕΒΡΟΥΑΡΙΟΣ - ΜΑΡΤΙΟΣ 2026

ΜΕΓΕΘΟΣ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ
1000 ΑΤΟΜΑ

ΧΑΡΑΚΤΗΡΙΣΤΙΚΑ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ
ΑΝΔΡΕΣ ΚΑΙ ΓΥΝΑΙΚΕΣ 18-35 ΕΤΩΝ

ΚΑΛΥΨΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ
ΠΑΓΚΥΠΡΙΑ, ΑΣΤΙΚΕΣ ΚΑΙ ΑΓΡΟΤΙΚΕΣ ΠΕΡΙΟΧΕΣ

ΕΠΙΛΟΓΗ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ
ΤΥΧΑΙΑ ΣΤΡΩΜΑΤΟΠΟΙΗΜΕΝΗ
ΔΕΙΓΜΑΤΟΛΗΨΙΑ

ΣΥΛΛΟΓΗ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ
ΤΗΛΕΦΩΝΙΚΕΣ ΣΥΝΕΝΤΕΥΞΕΙΣ ΜΕ ΤΗ ΧΡΗΣΗ
ΔΟΜΗΜΕΝΟΥ ΕΡΩΤΗΜΑΤΟΛΟΓΙΟΥ

*Σημείωση: λόγω στρογγυλοποίησης των ποσοστών σε κάποιες περιπτώσεις το άθροισμα μπορεί να έχει απόκλιση από το 100% κατά μία μονάδα (99% ή 101%)

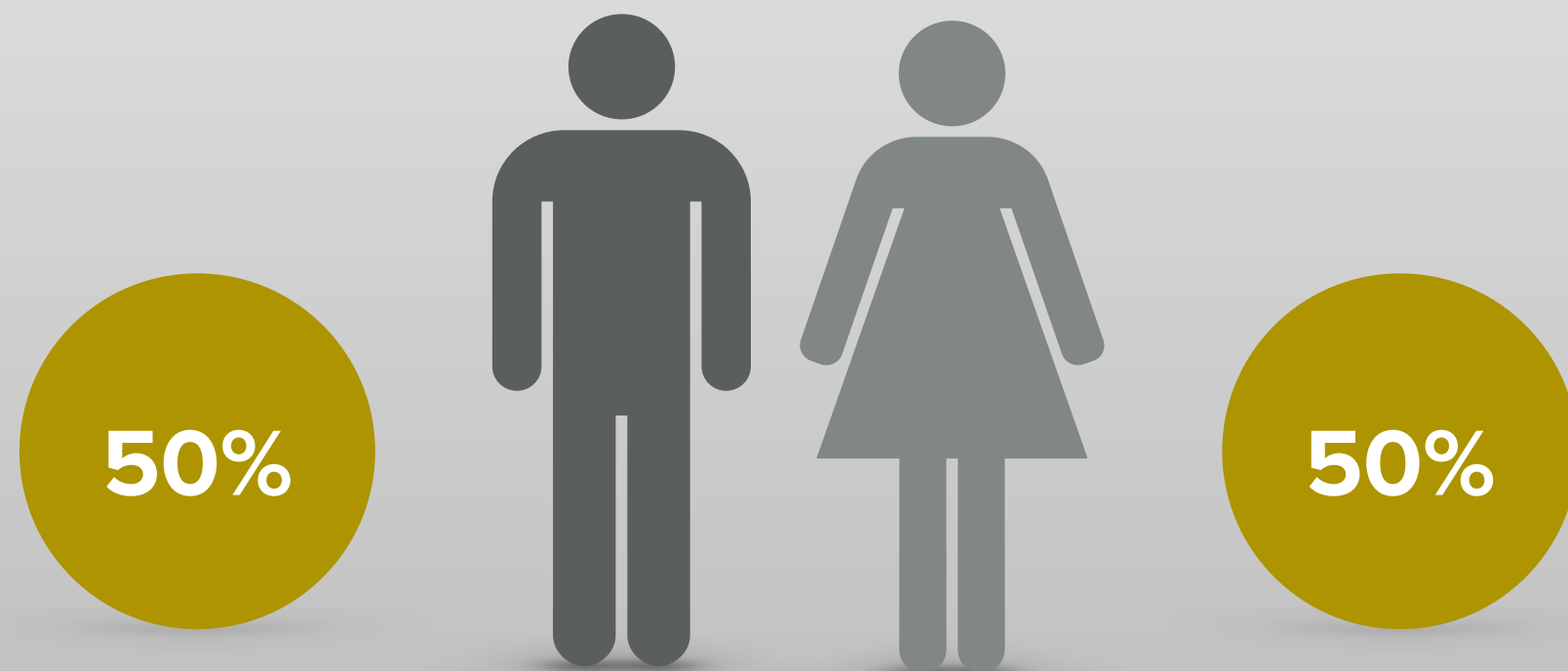
Χαρακτηριστικά Δείγματος

[ΣΥΝΟΛΟ ΔΕΙΓΜΑΤΟΣ]

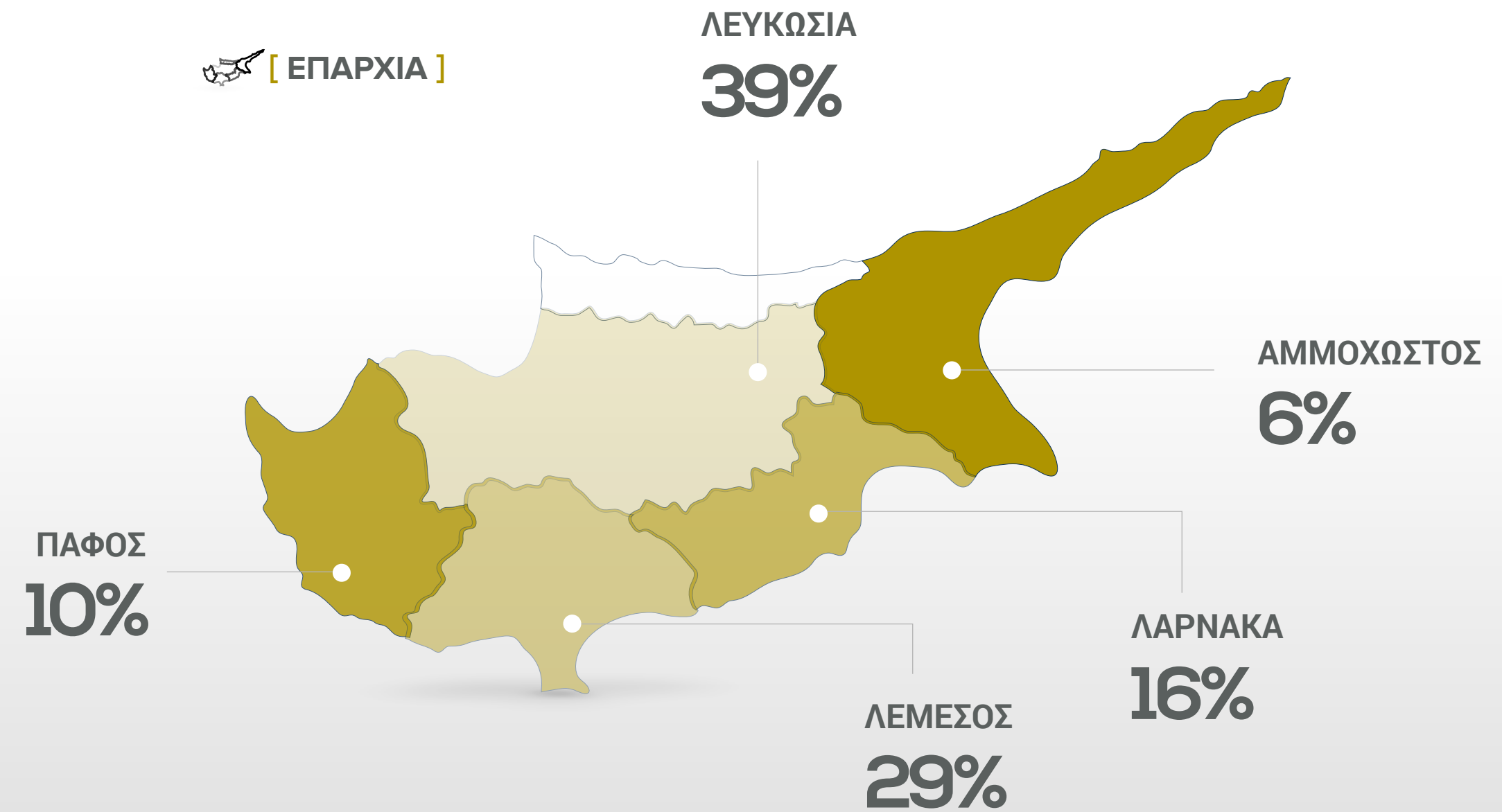
1000 ΑΤΟΜΑ



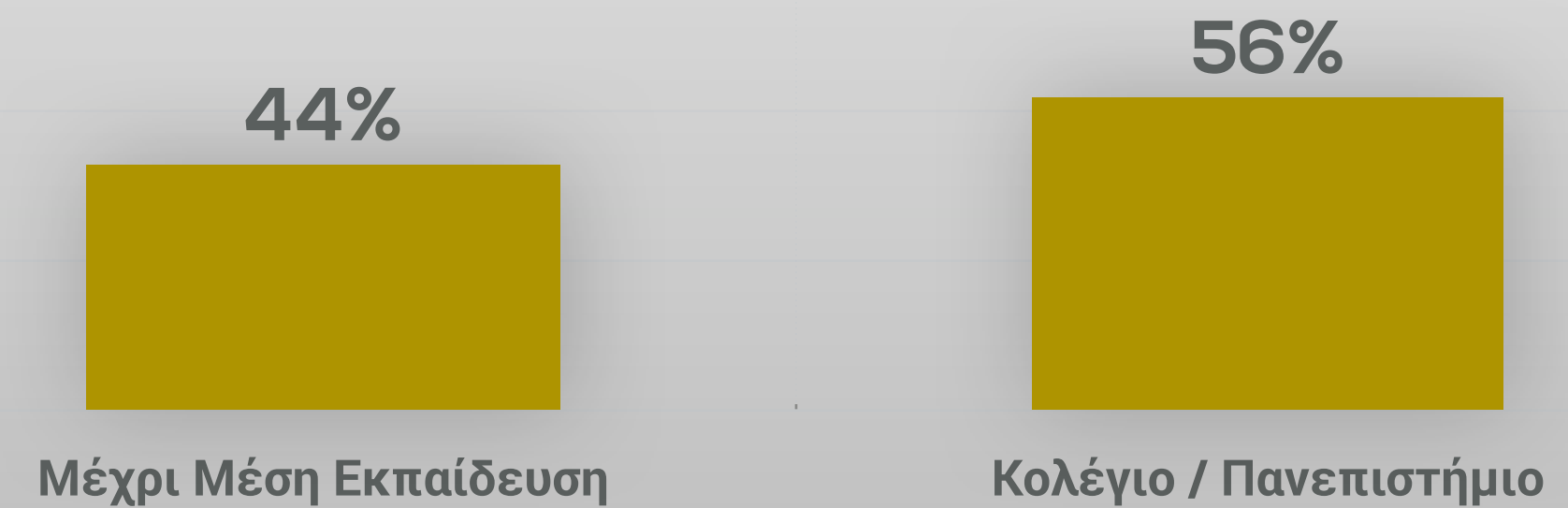
[ΦΥΛΟ]



[ΕΠΑΡΧΙΑ]



[ΜΟΡΦΩΣΗ]



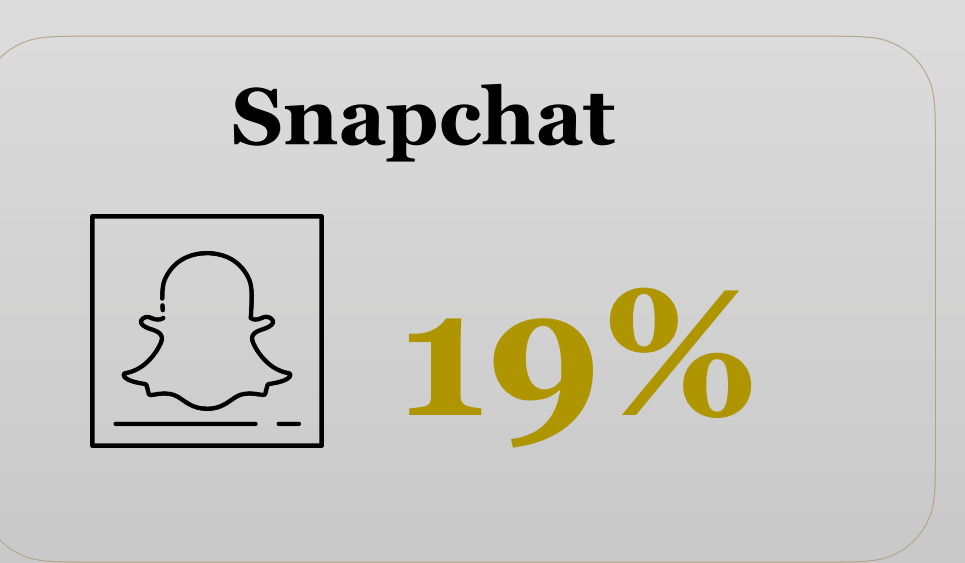
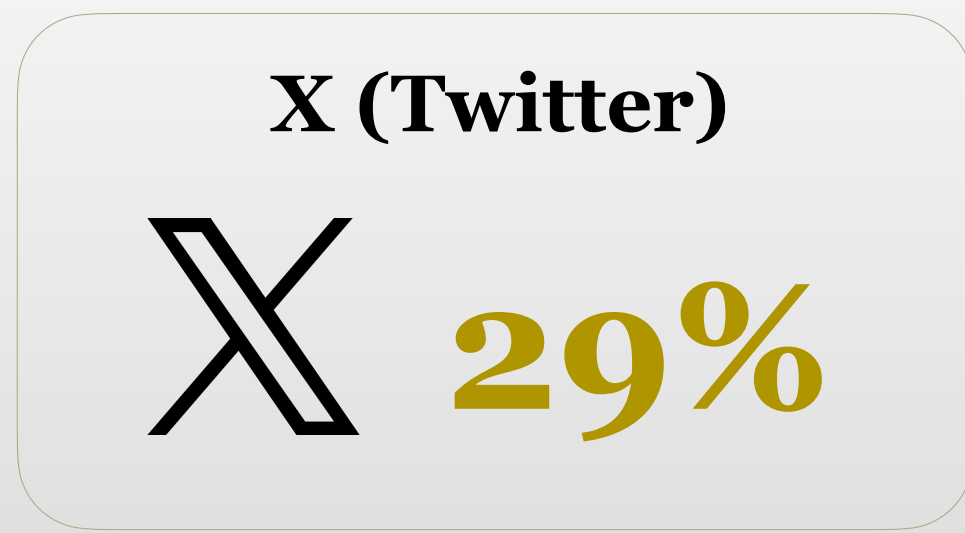
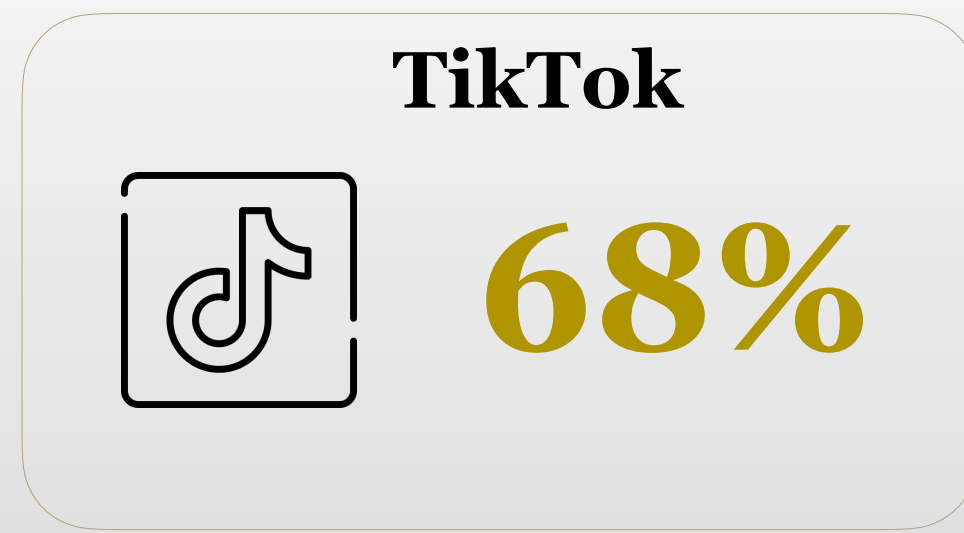
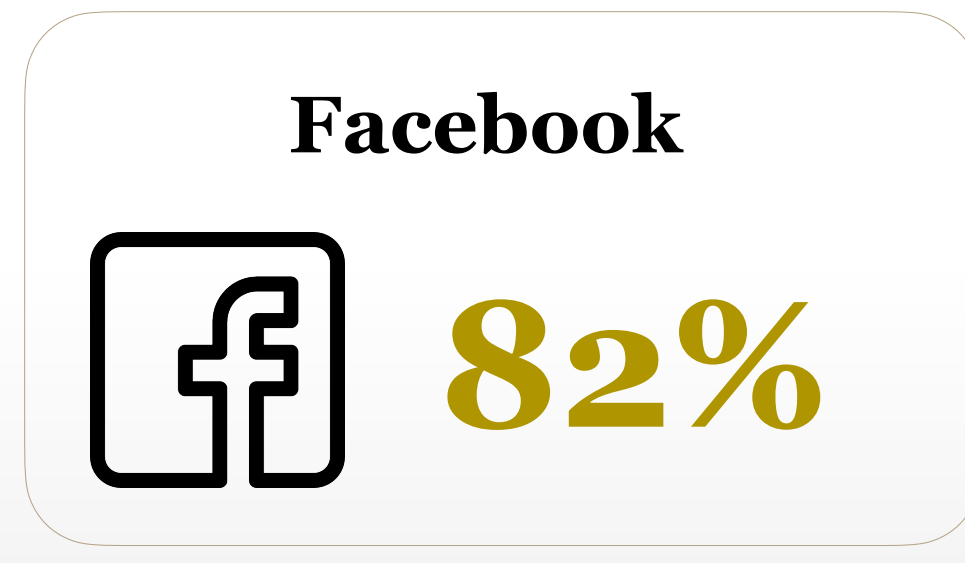
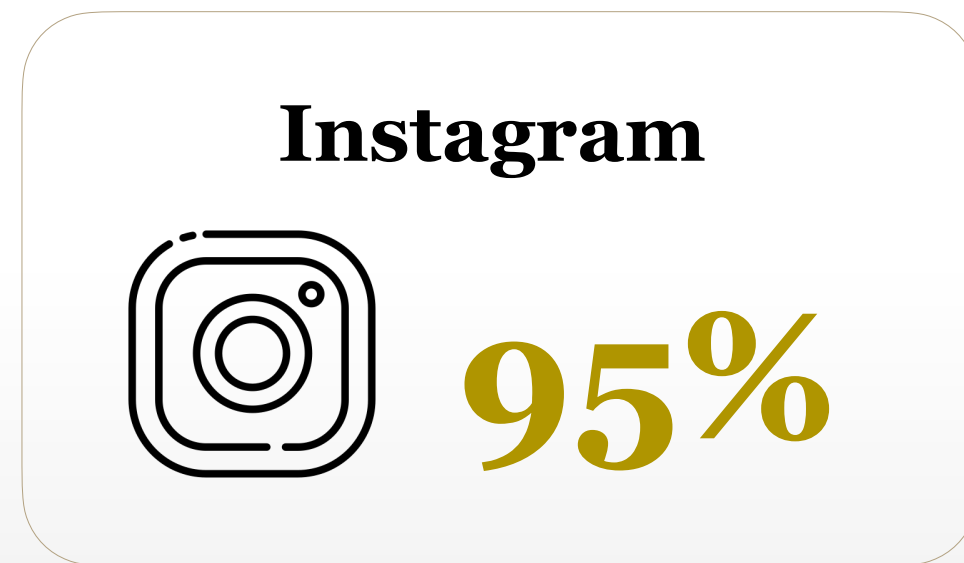


- ▶ Καταγραφή του βαθμού χρήσης των μέσων κοινωνικής δικτύωσης από άτομα ηλικίας 18-35 ετών
- ▶ Διερεύνηση της έκθεσης σε περιεχόμενο σχετικό με τα τυχερά παιχνίδια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης.
- ▶ Αποτύπωση της επιρροής των μέσων κοινωνικής δικτύωσης στη στάση και τη συμπεριφορά απέναντι στα τυχερά παιχνίδια.
- ▶ Καταγραφή της ενασχόλησης με τα τυχερά παιχνίδια.
- ▶ Διερεύνηση των συνηθειών, των κινήτρων και των βασικών μορφών συμμετοχής στα τυχερά παιχνίδια.

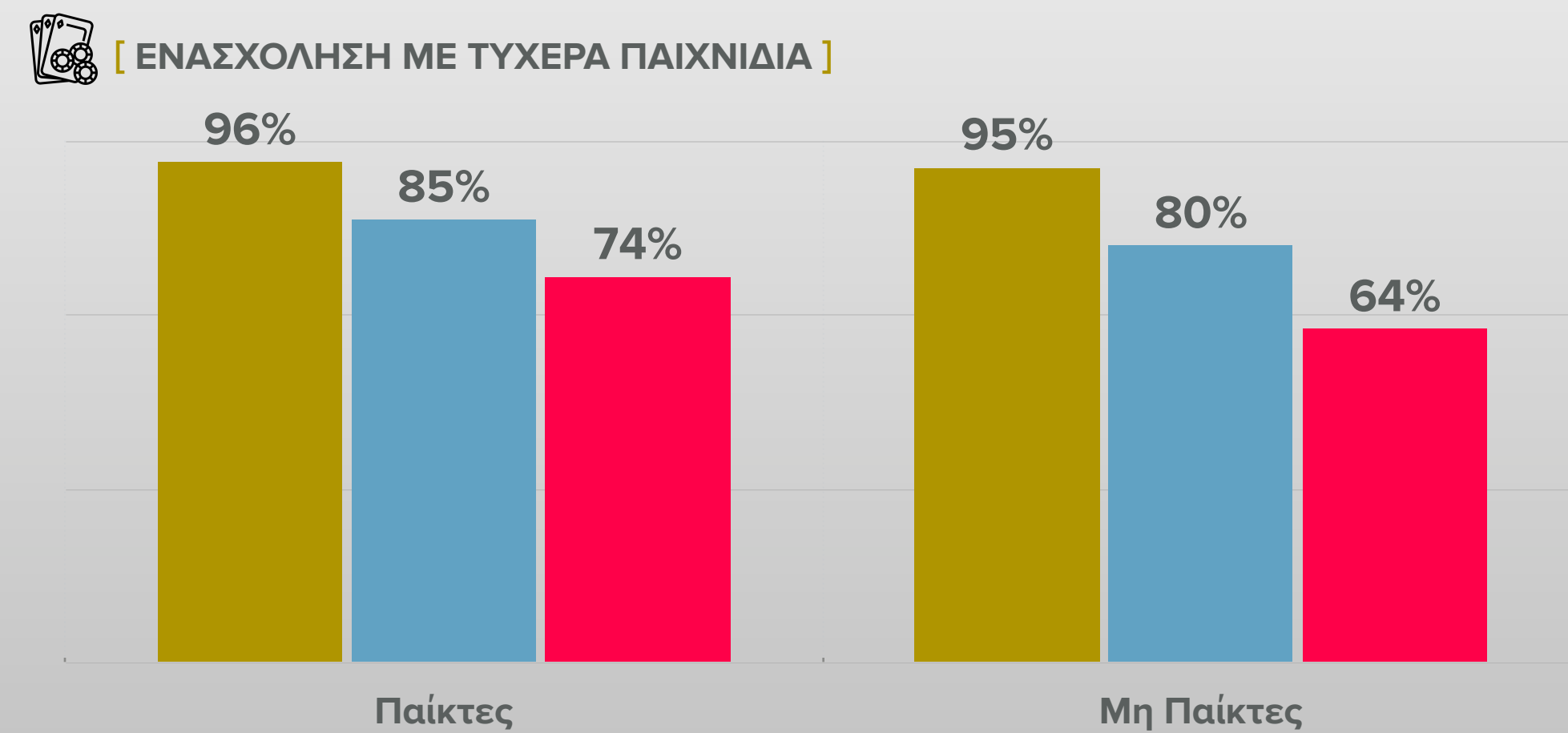
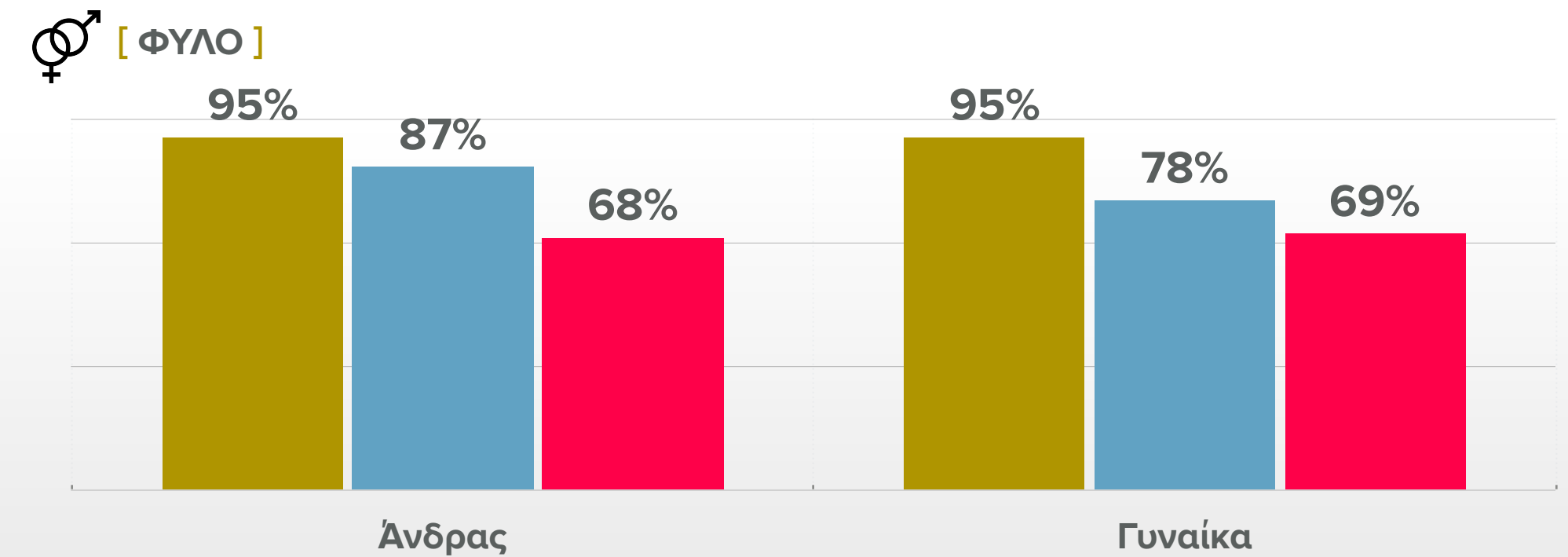
01

ΕΝΟΤΗΤΑ Α: Ενασχόληση με τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης

Σε ποια μέσα κοινωνικής δικτύωσης διατηρείς λογαριασμό;

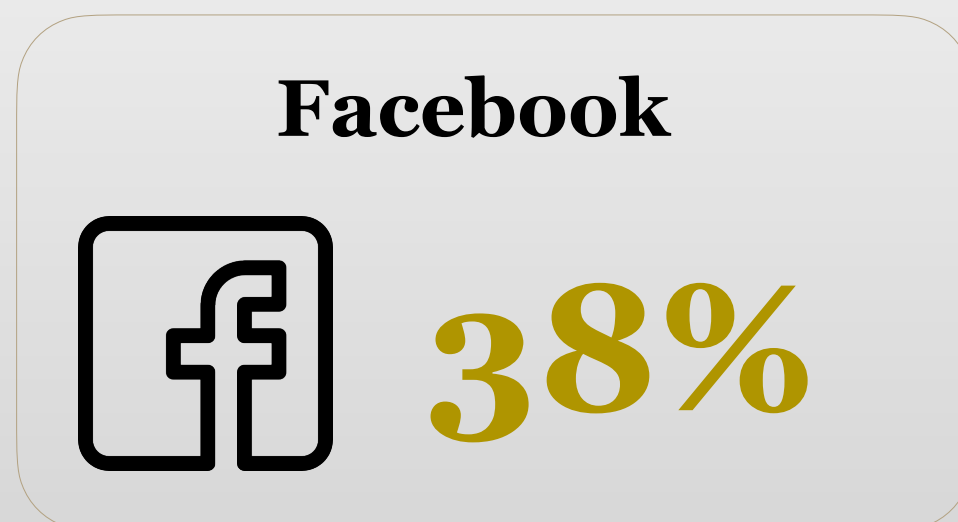
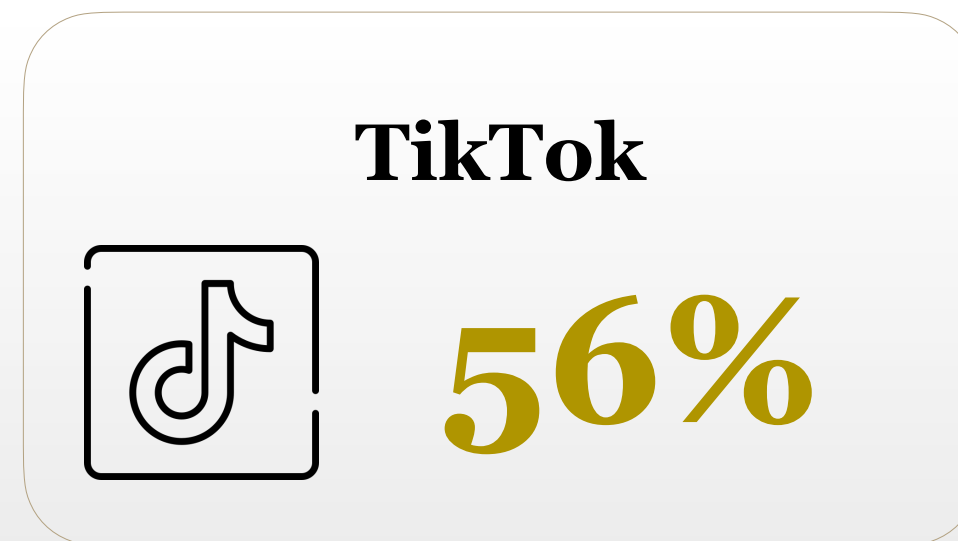
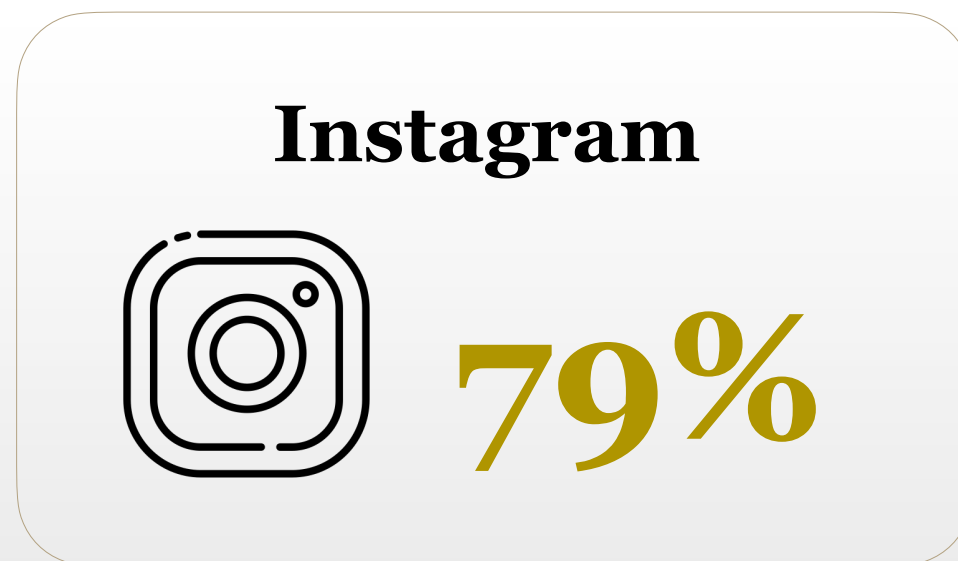


Instagram Facebook TikTok

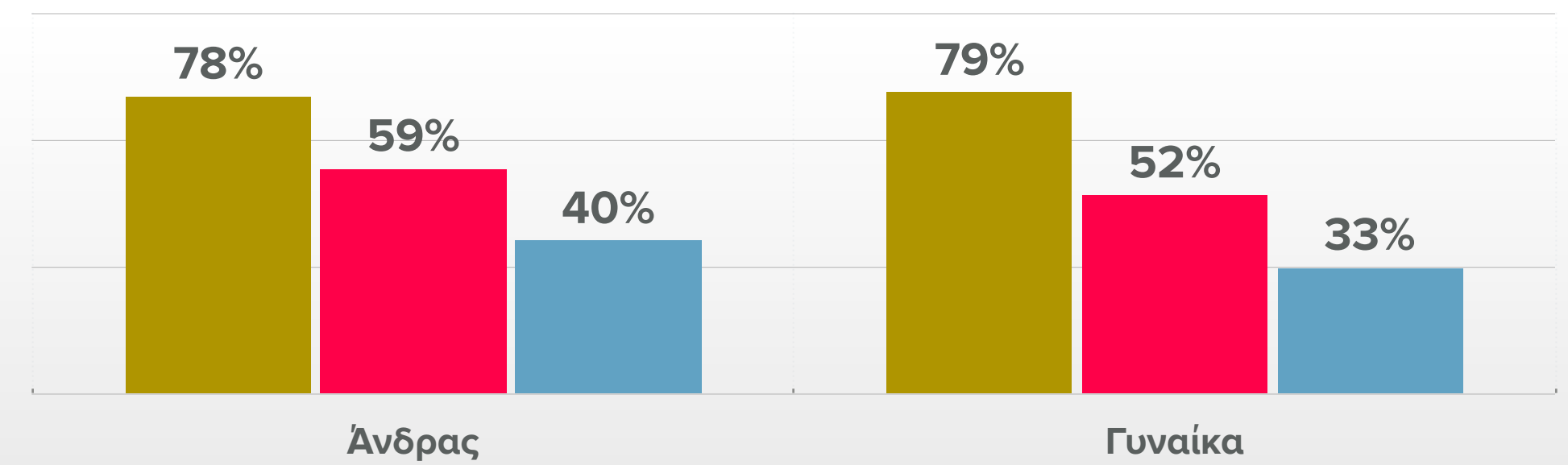


Ποια είναι τα κύρια μέσα κοινωνικής δικτύωσης που χρησιμοποιείς;

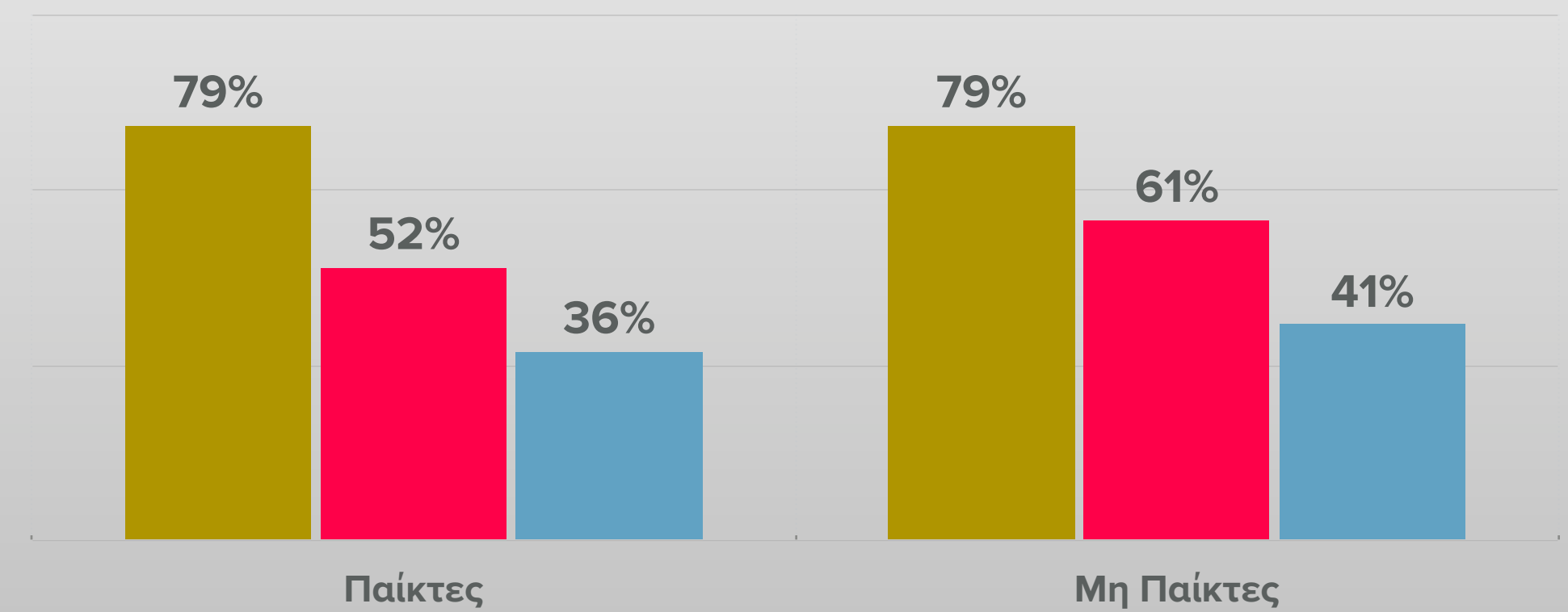
Instagram TikTok Facebook



[ΦΥΛΟ]



[ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗ ΜΕ ΤΥΧΕΡΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ]



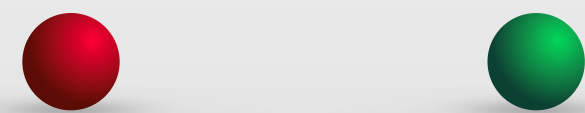
Κατά μέσο όρο, πόσο χρόνο αφιερώνεις ανά ημέρα στο κάθε μέσο κοινωνικής δικτύωσης;

Instagram



[ΦΥΛΟ]

104.8 **137.3**



Άνδρας Γυναίκα

[ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗ ΜΕ ΤΥΧΕΡΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ]

129.5 **108.9**



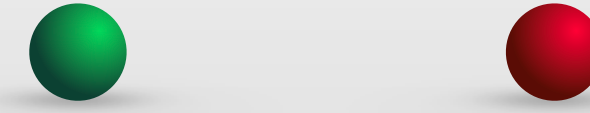
Παίκτες Μη Παίκτες

TikTok



[ΦΥΛΟ]

136.1 **125.8**



Άνδρας Γυναίκα

[ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗ ΜΕ ΤΥΧΕΡΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ]

134.8 **127.5**



Παίκτες Μη Παίκτες

Facebook



[ΦΥΛΟ]

48.2 **35.4**



Άνδρας Γυναίκα

[ΕΝΑΣΧΟΛΗΣΗ ΜΕ ΤΥΧΕΡΑ ΠΑΙΧΝΙΔΙΑ]

47.6 **36.3**

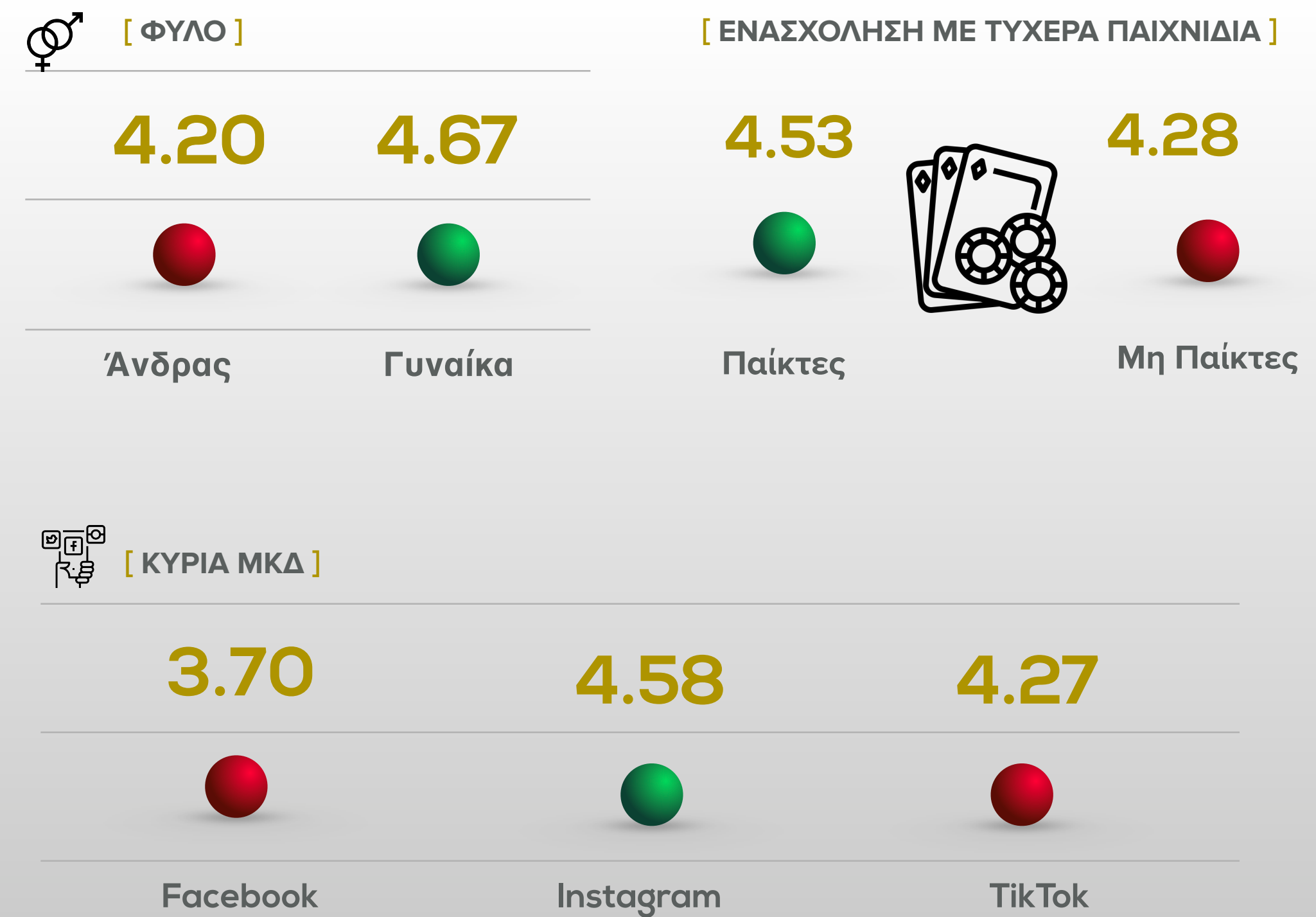
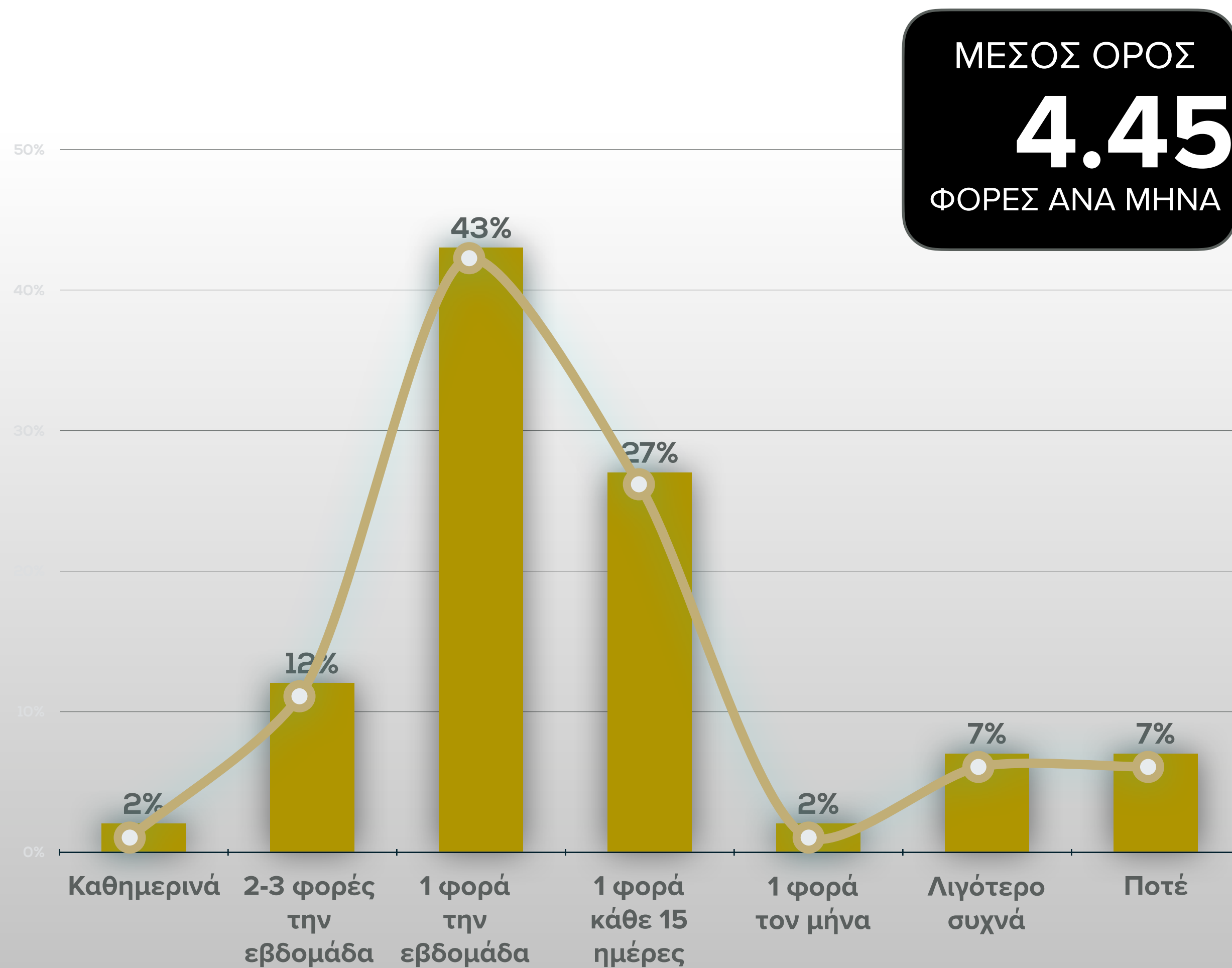


Παίκτες Μη Παίκτες

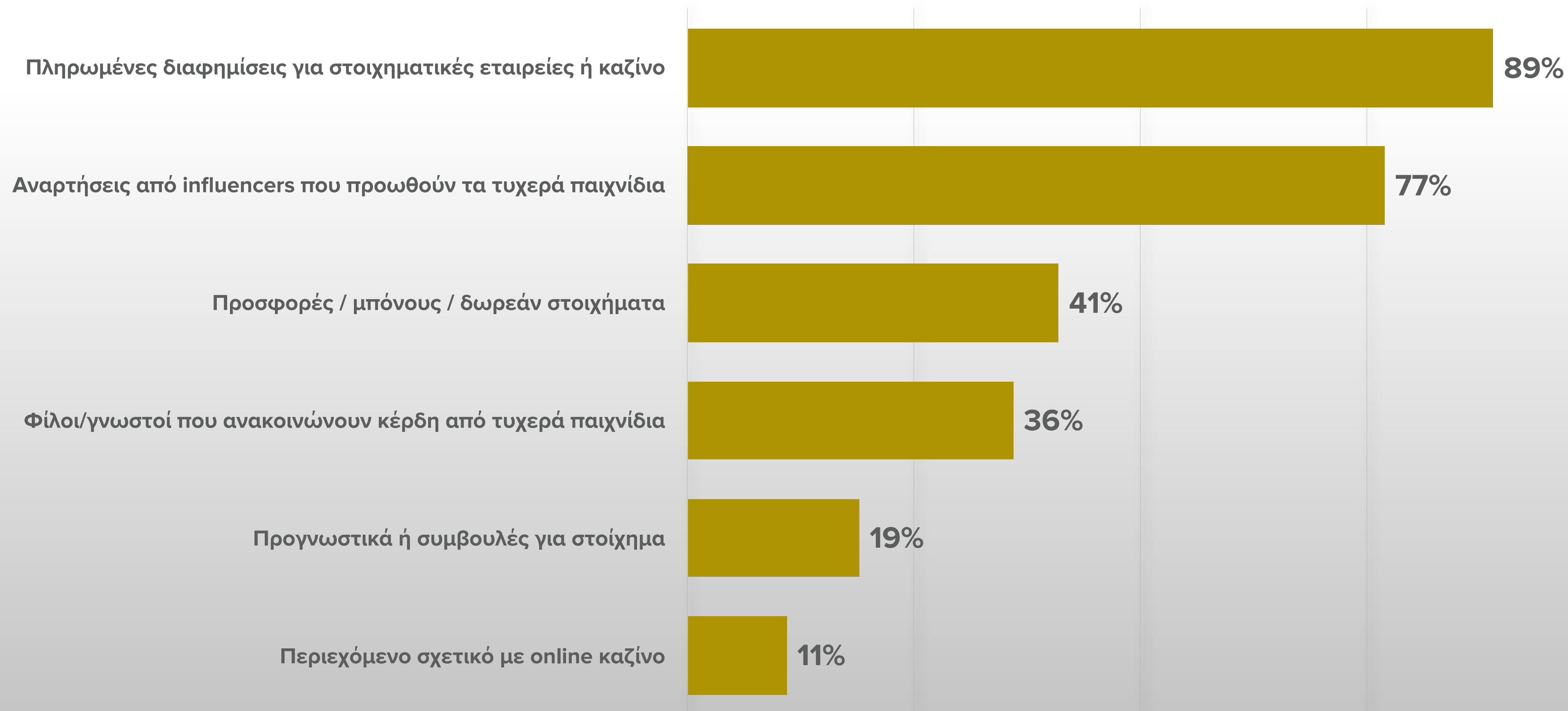
02

ΕΝΟΤΗΤΑ Β: Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης & Τυχερά Παιχνίδια

Κατά τους τελευταίους 12 μήνες, πόσο συχνά έχεις δει περιεχόμενο σχετικό με τα τυχερά παιχνίδια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;



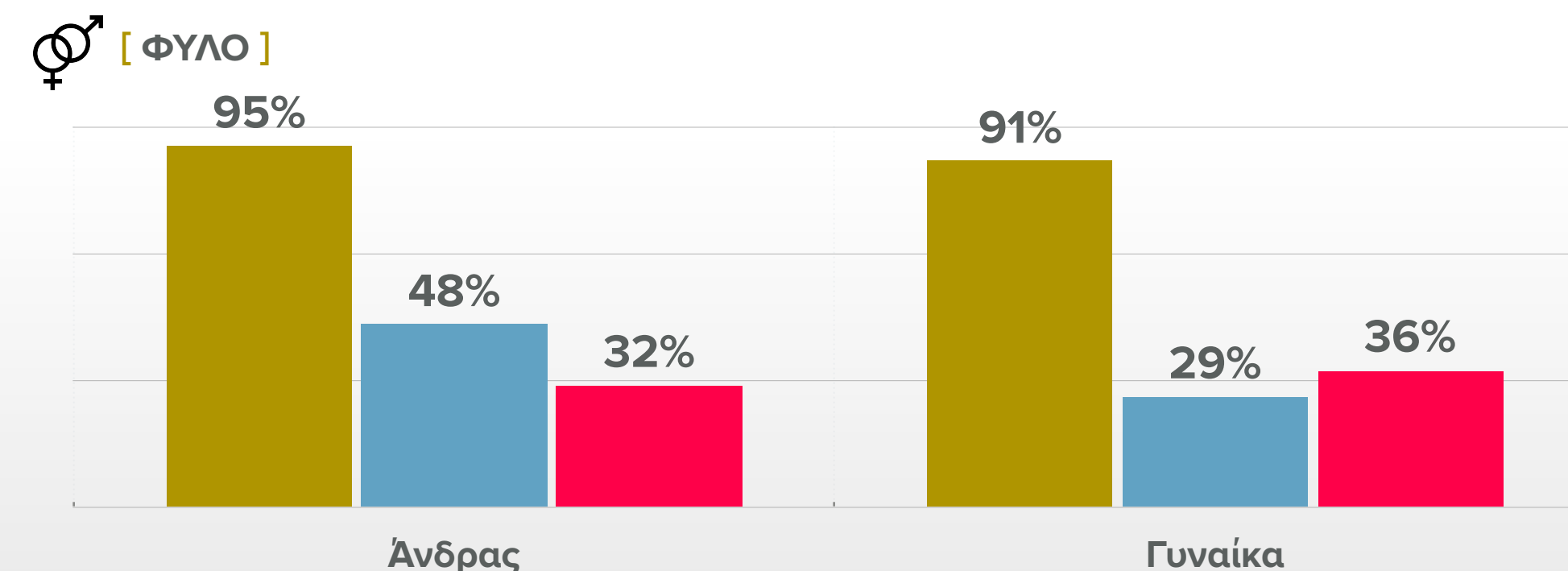
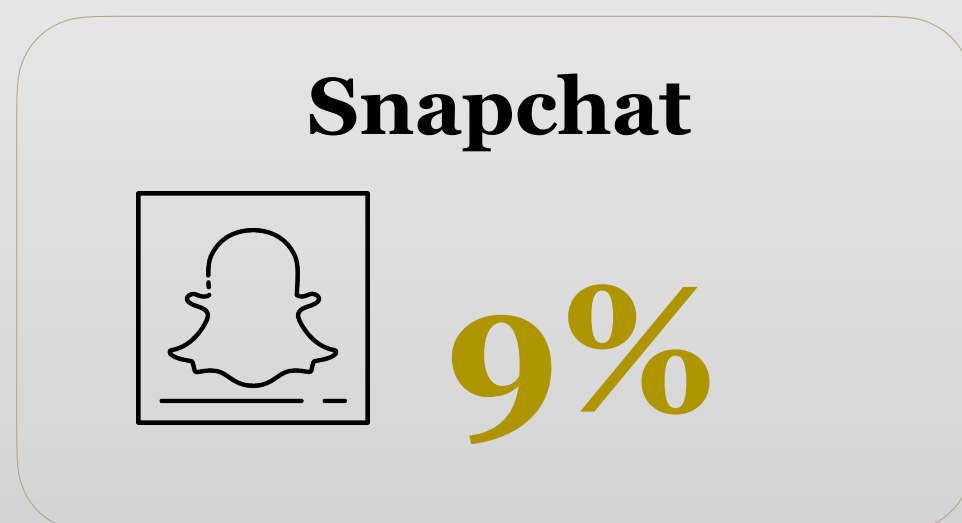
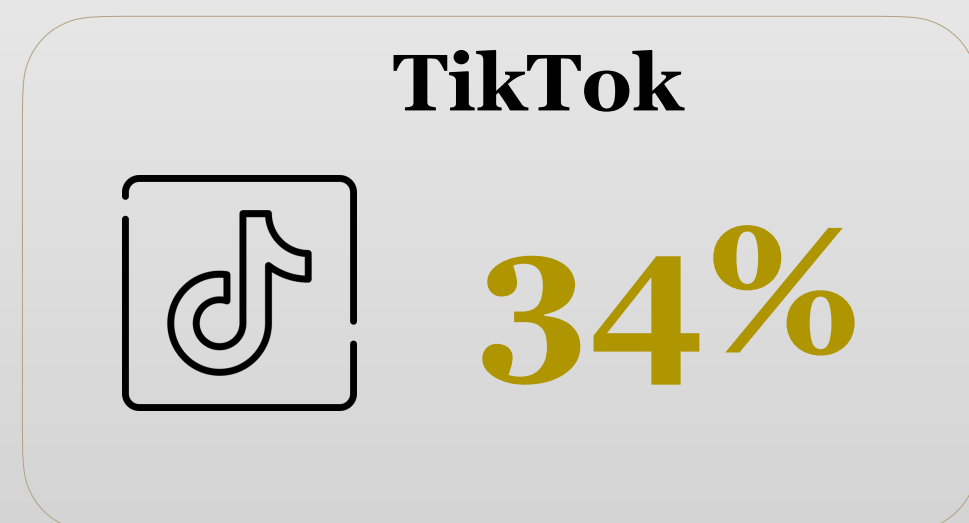
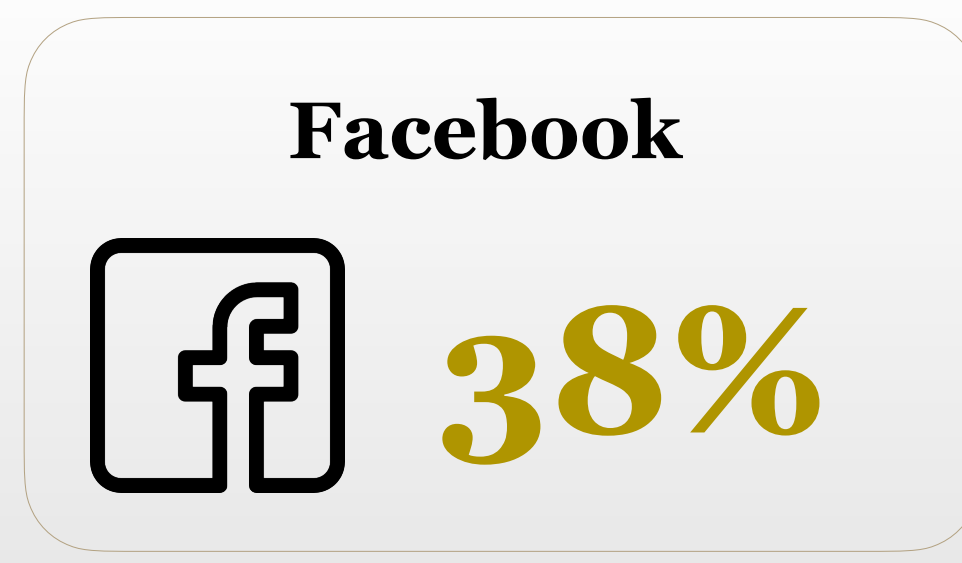
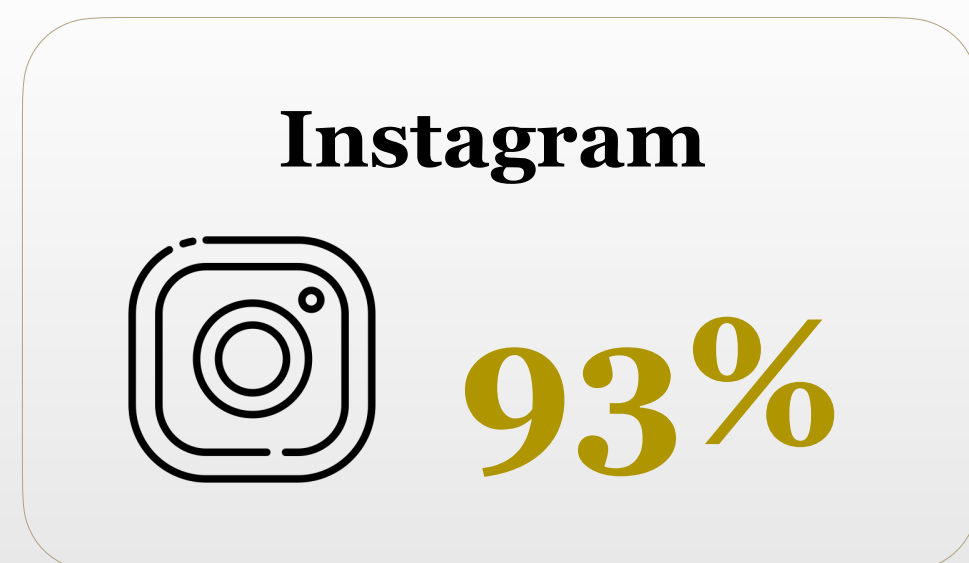
Τι είδους περιεχόμενο σχετικό με τα τυχερά παιχνίδια έχεις δει στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;



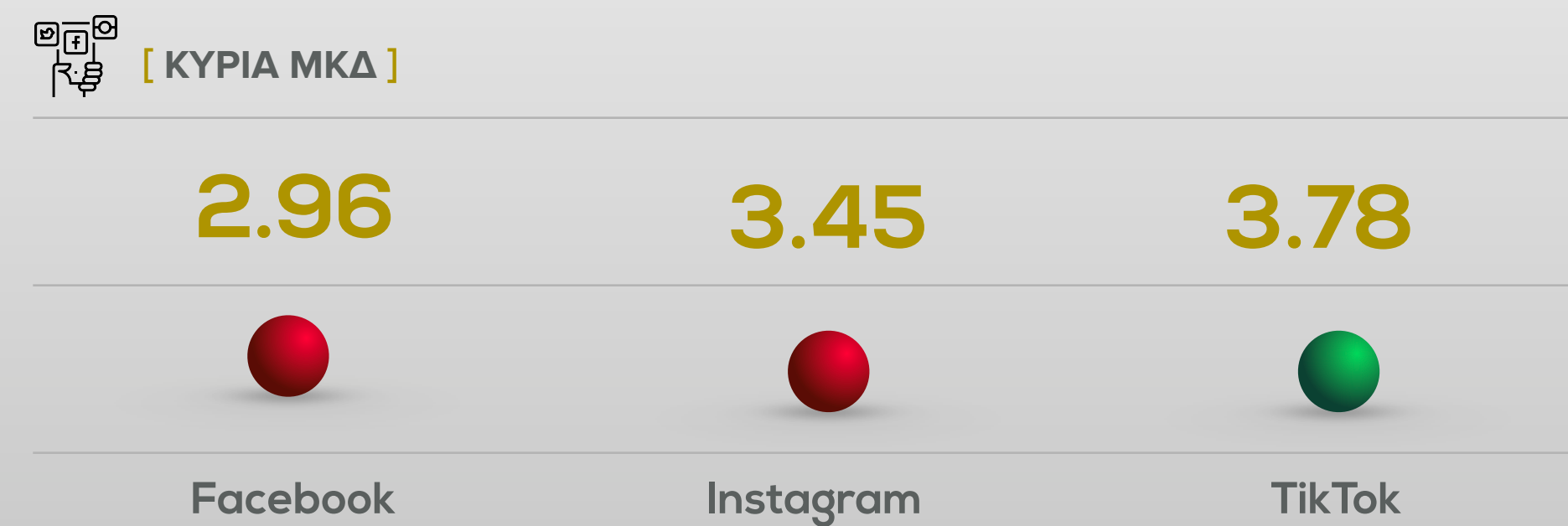
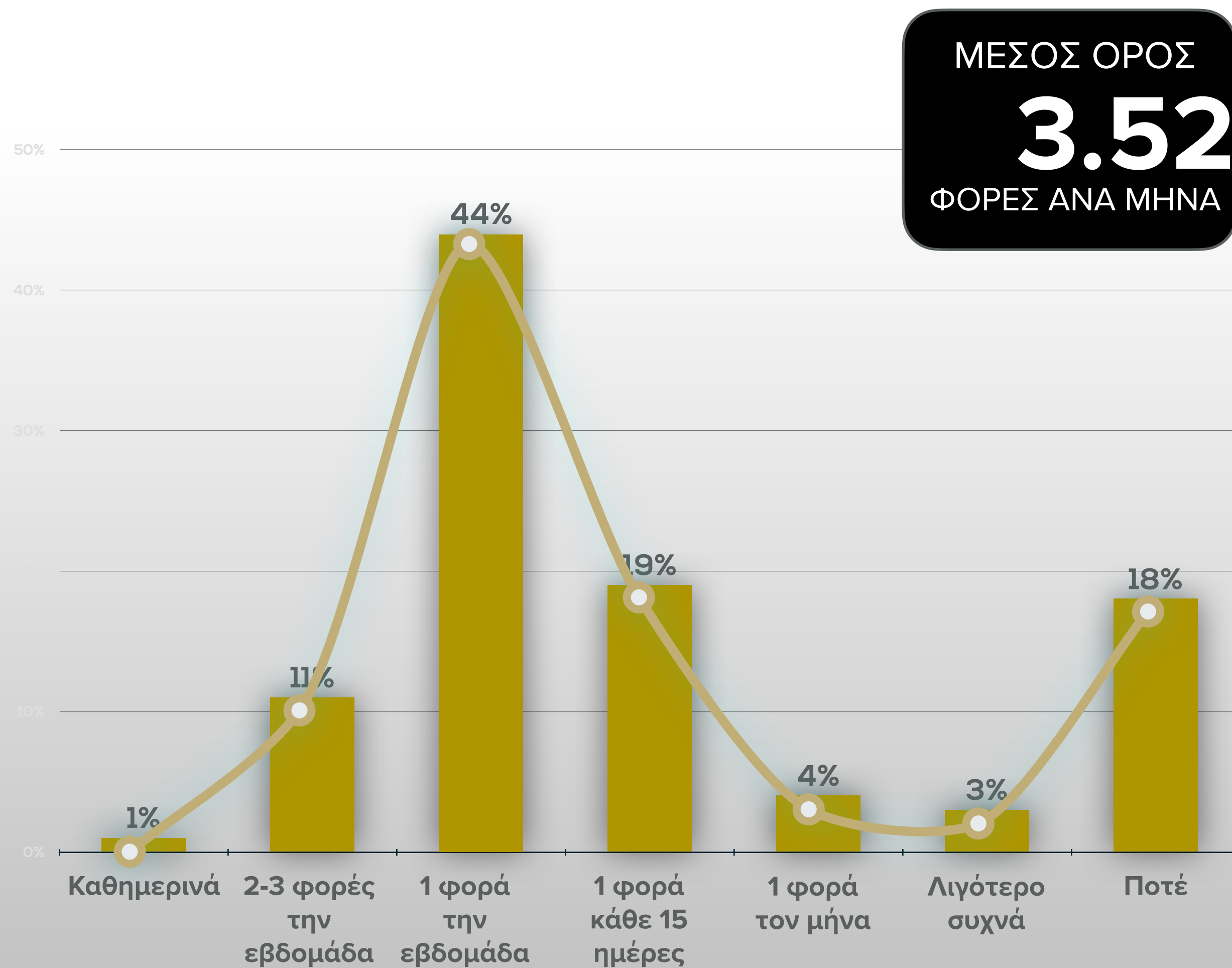
*Σημείωση: Άλλες επιλογές συγκέντρωσαν χαμηλότερα ποσοστά

Σε ποια μέσα έχεις παρακολουθήσει περιεχόμενο σχετικό με τα τυχερά παιχνίδια;

Instagram Facebook TikTok

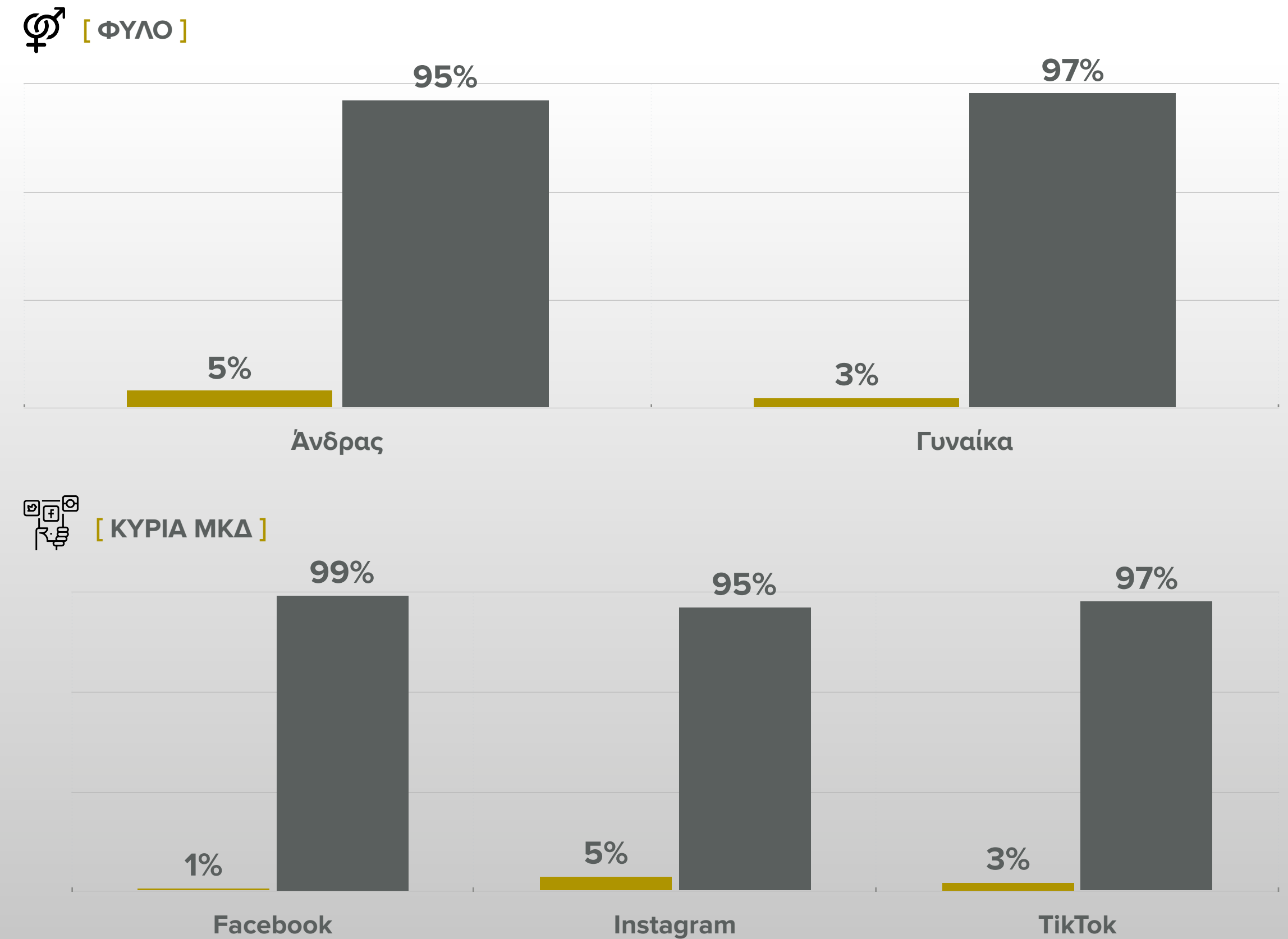
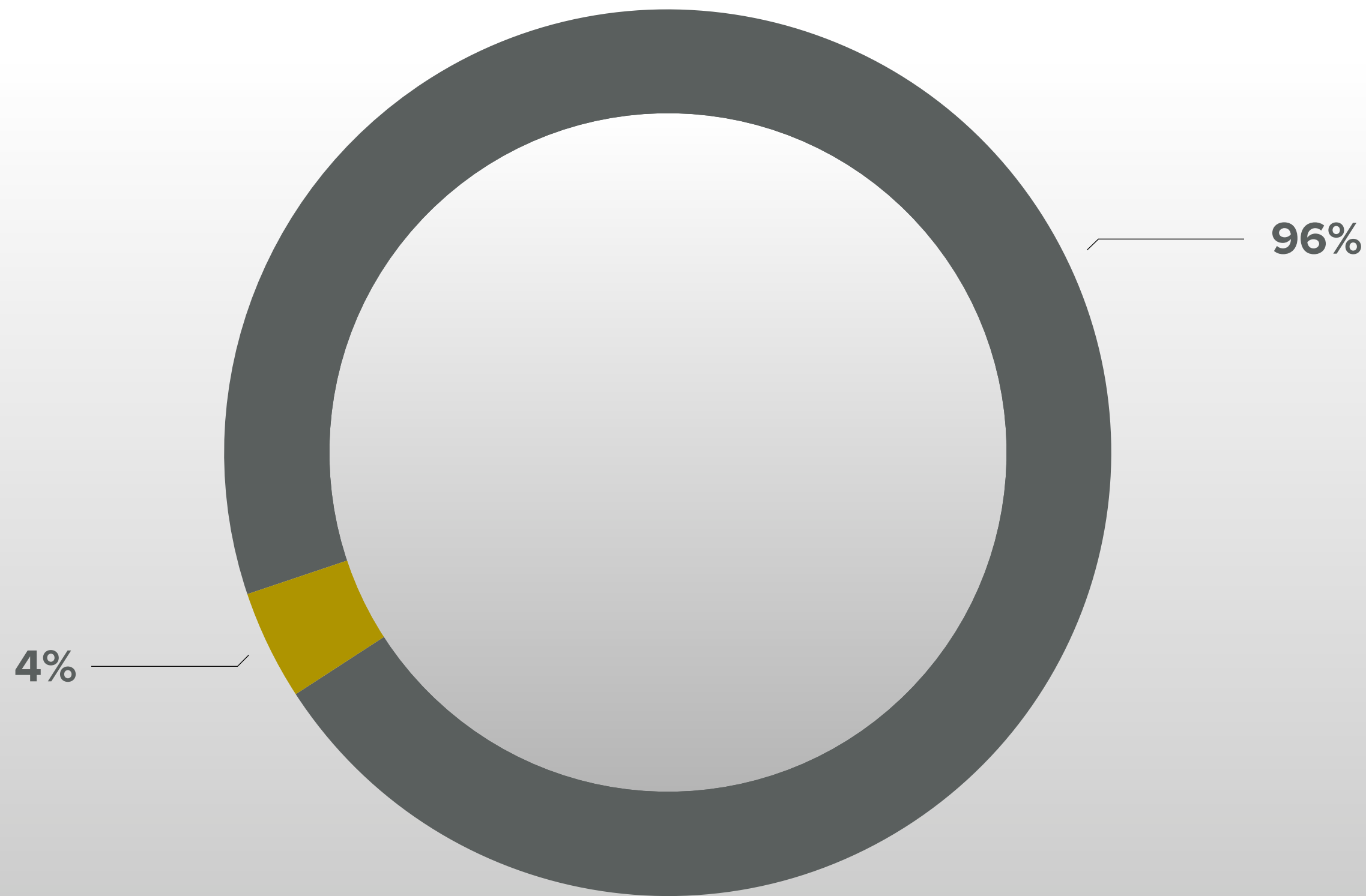


Τους τελευταίους 12 μήνες, πόσο συχνά έχεις επισκεφθεί σε περιεχόμενο σχετικό με τα τυχερά παιχνίδια στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;



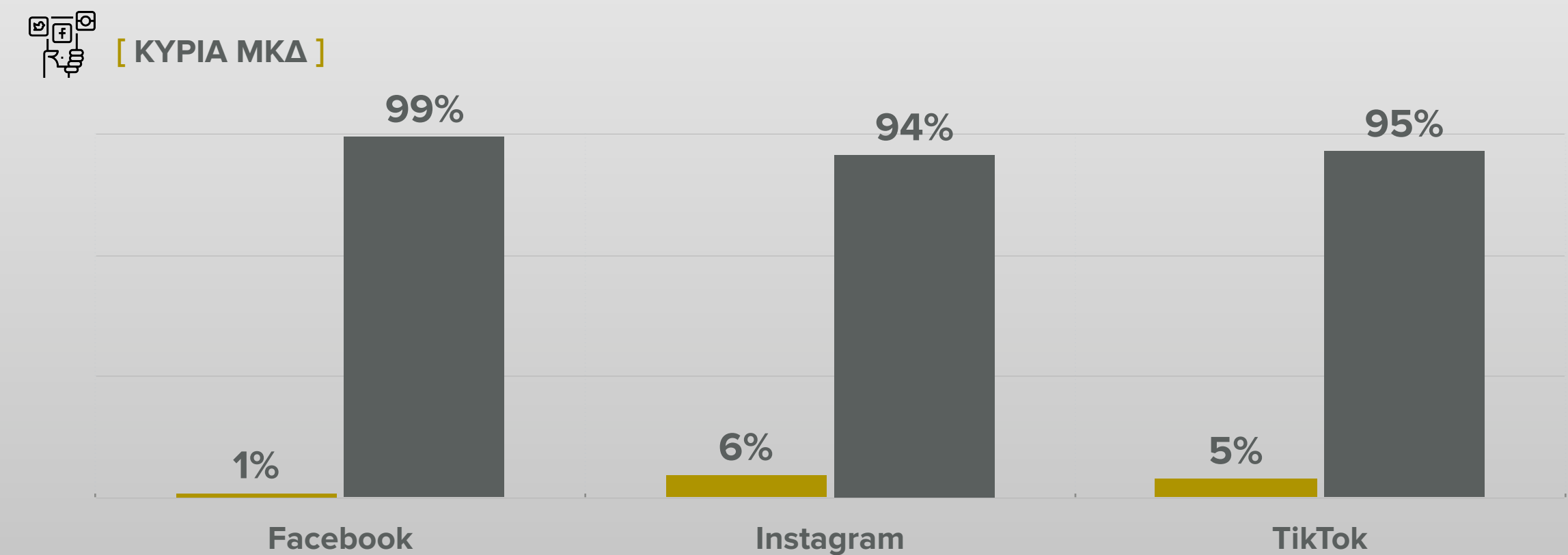
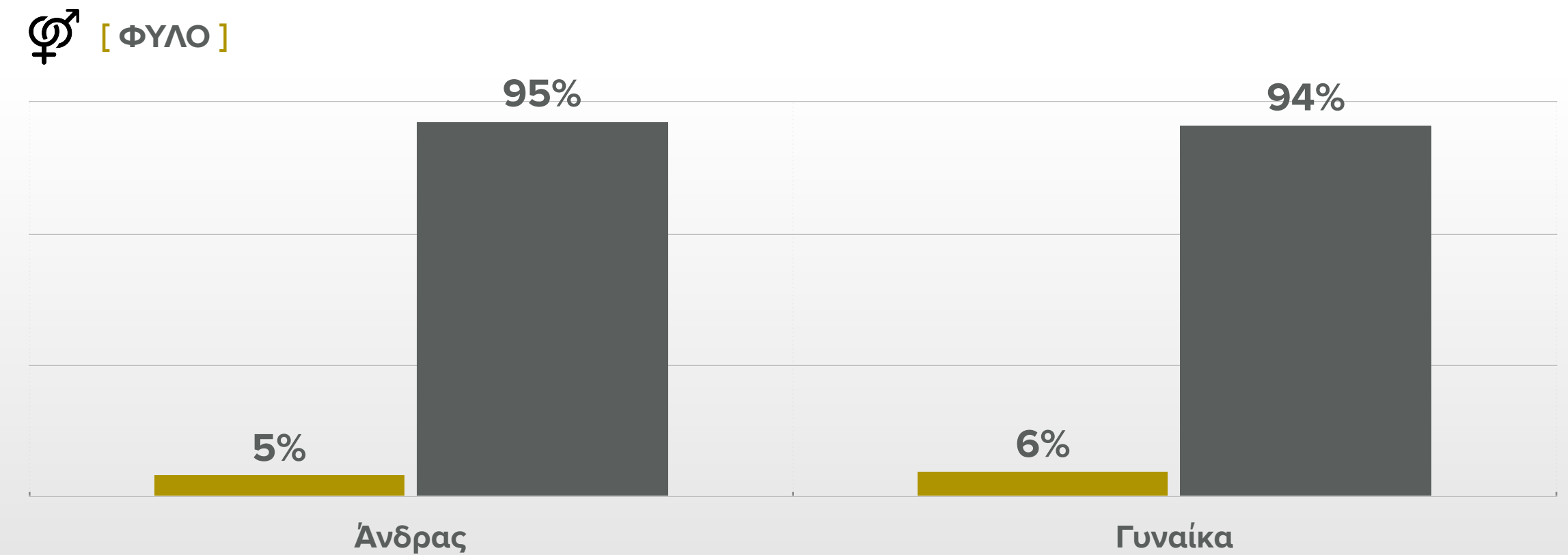
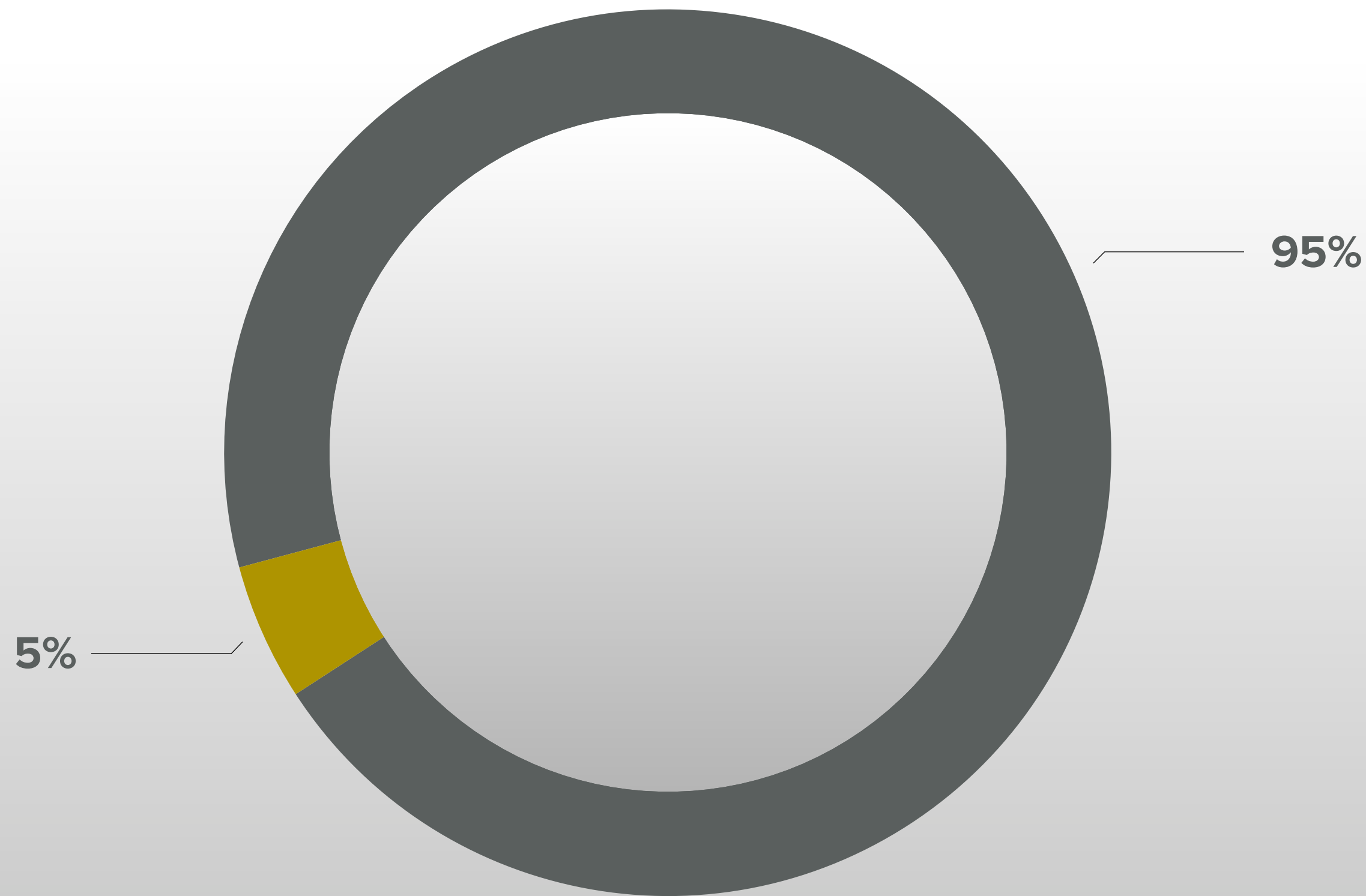
Ακολουθείς σελίδες/λογαριασμούς τυχερών παιχνιδιών, στοιχηματικών εταιρειών, tipsters ή καζίνο στα social media ή όχι;

■ Ναι ■ Όχι



Έχεις εγγραφεί σε ιστοσελίδα ή εφαρμογή τυχερών παιχνιδιών αφού παρακολούθησες κάτι σχετικό στα μέσα κοινωνικής δικτύωσης;

■ Ναι ■ Όχι



03

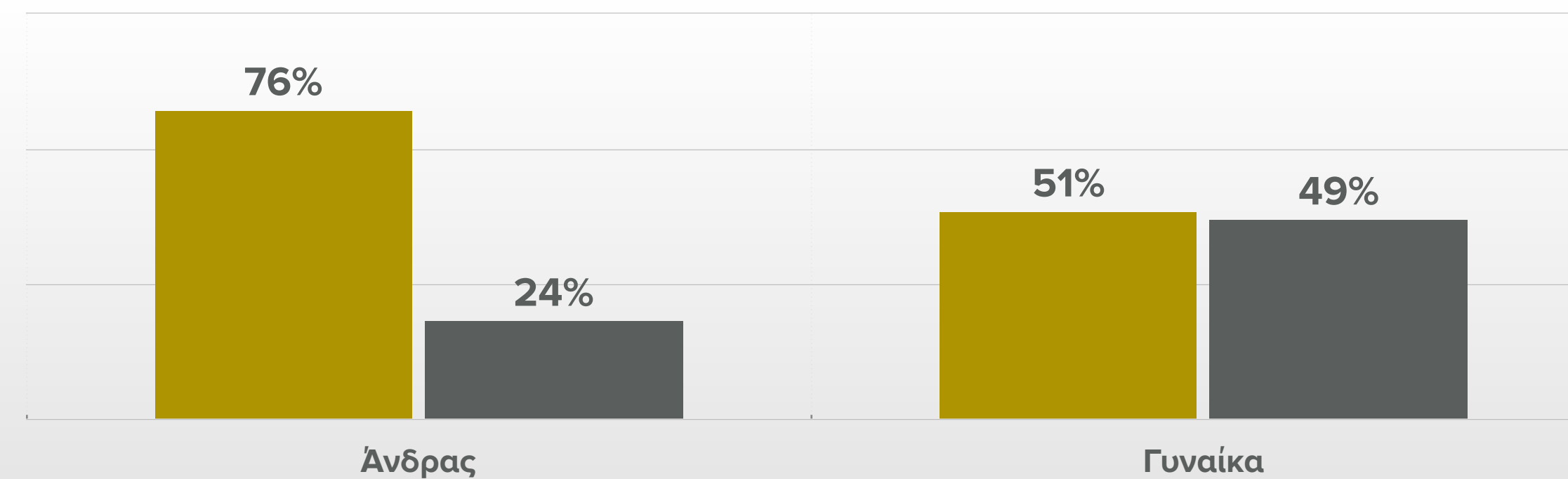
ΕΝΟΤΗΤΑ Γ: Ενασχόληση με τα Τυχερά Παιχνίδια

Κατά τους τελευταίους 12 μήνες έχεις παίξει/συμμετάσχει σε τυχερά παιχνίδια;

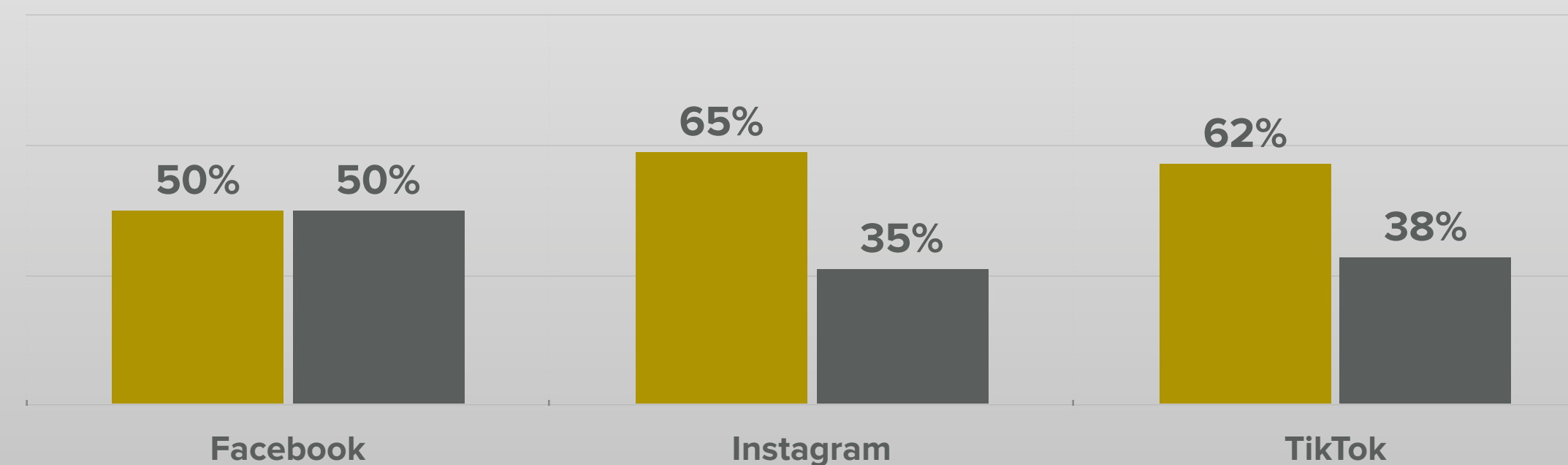
■ Ναι ■ Όχι



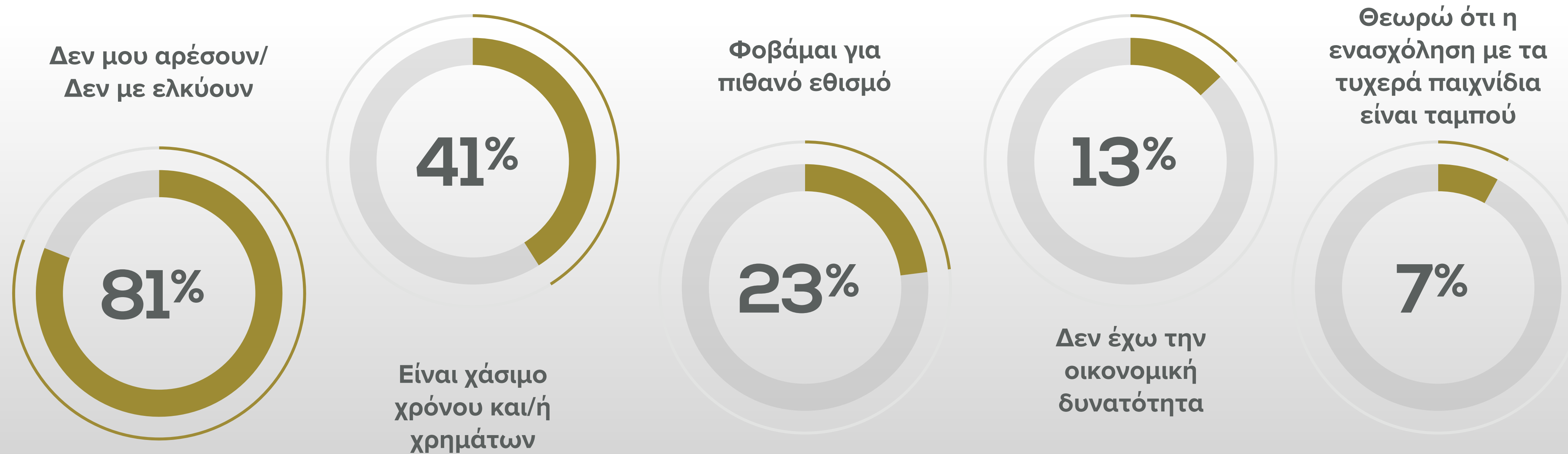
♂ [ΦΥΛΟ]



📱 [ΚΥΡΙΑ ΜΚΔ]



Για ποιο/ποιους λόγο/ους δεν παίζεις τυχερά παιχνίδια;



Για ποιους λόγους παίζεις τυχερά παιχνίδια;

Για να κερδίσω
χρήματα



78%

Για διασκέδαση



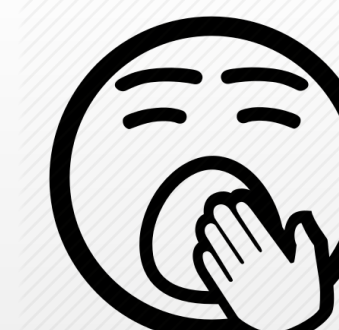
65%

Για να ξεφύγω, να
ξεχαστώ



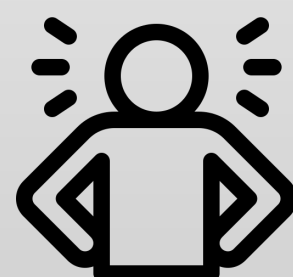
19%

Από βαρεμάρα/
ανία



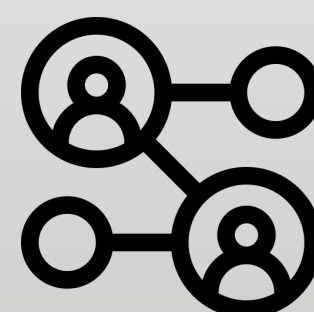
17%

Γιατί με κάνει να
νιώθω καλά με τον
εαυτό μου



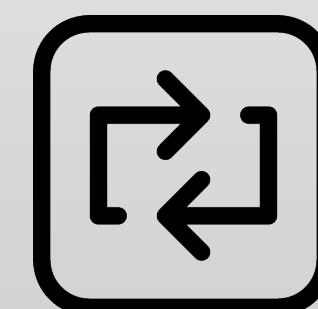
10%

Για να είμαι με άλλους
ανθρώπους/κοινωνική
συναναστροφή



7%

Είναι συνήθεια/
παράδοση



6%

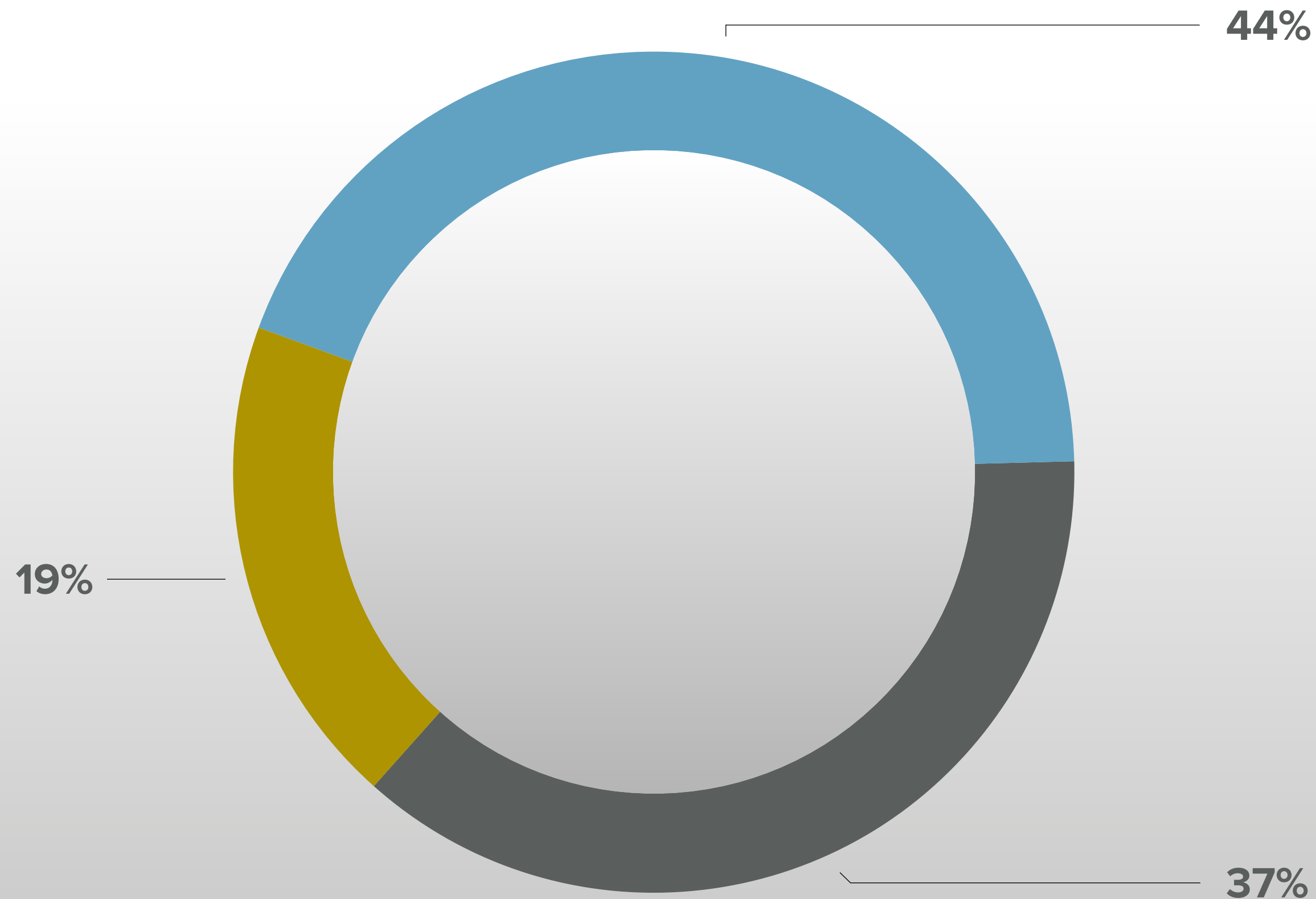
Για να αποδεικνύω
τις ικανότητές μου



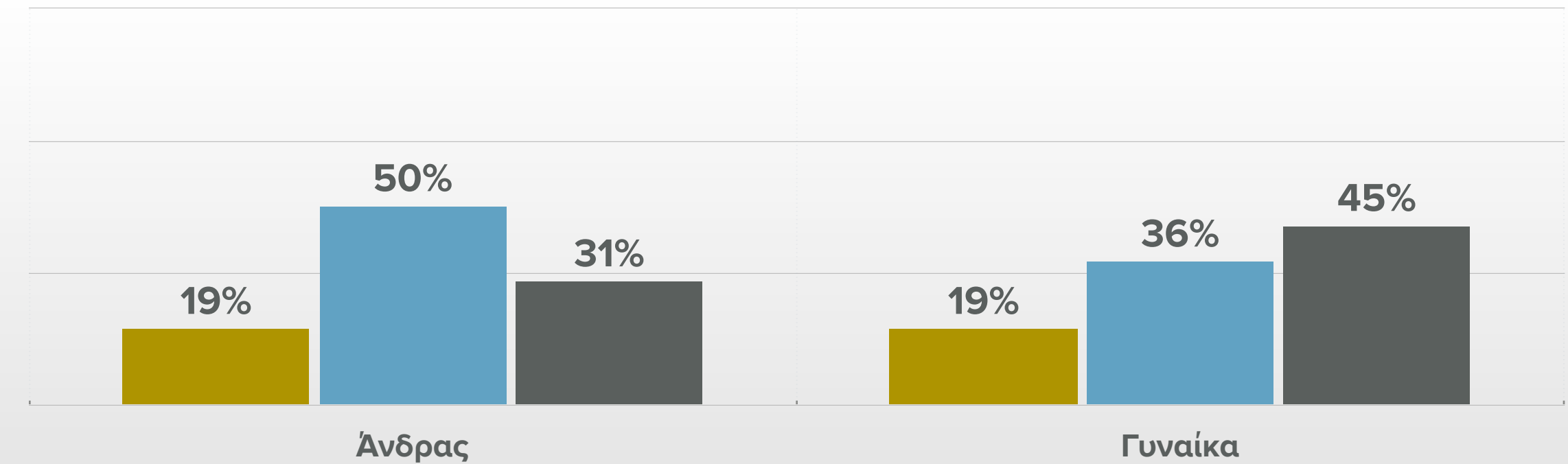
2%

Έχεις ποτέ παίξει τυχερά παιχνίδια/στοιχημάτισε λόγω social media;

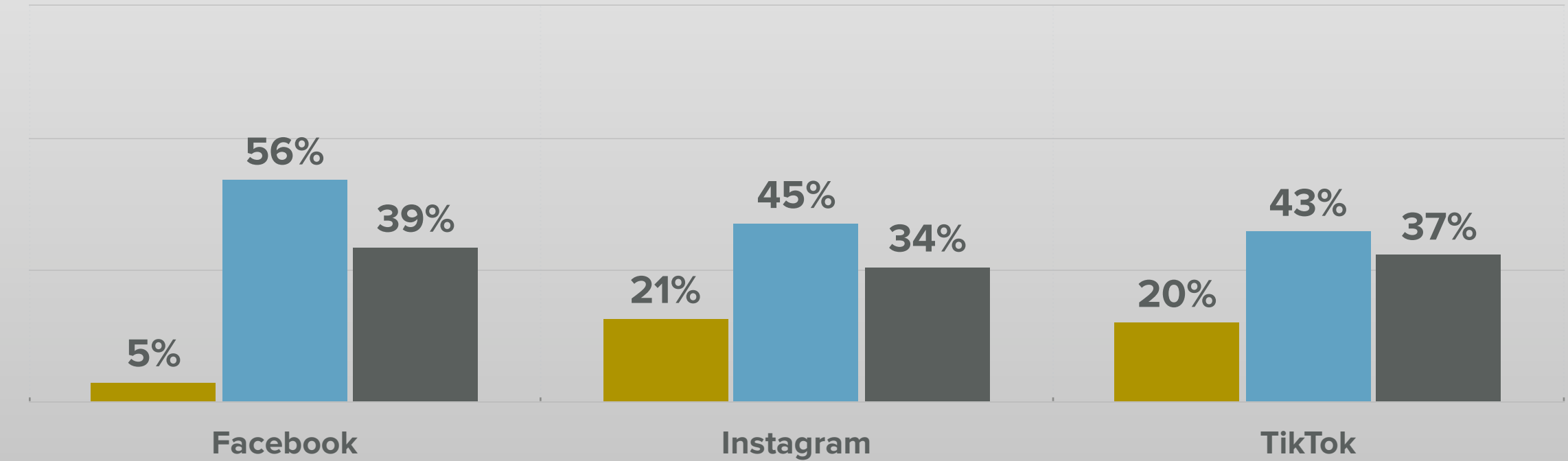
■ Ναι, μερικές φορές ■ Ναι, σπάνια ■ Όχι ποτέ



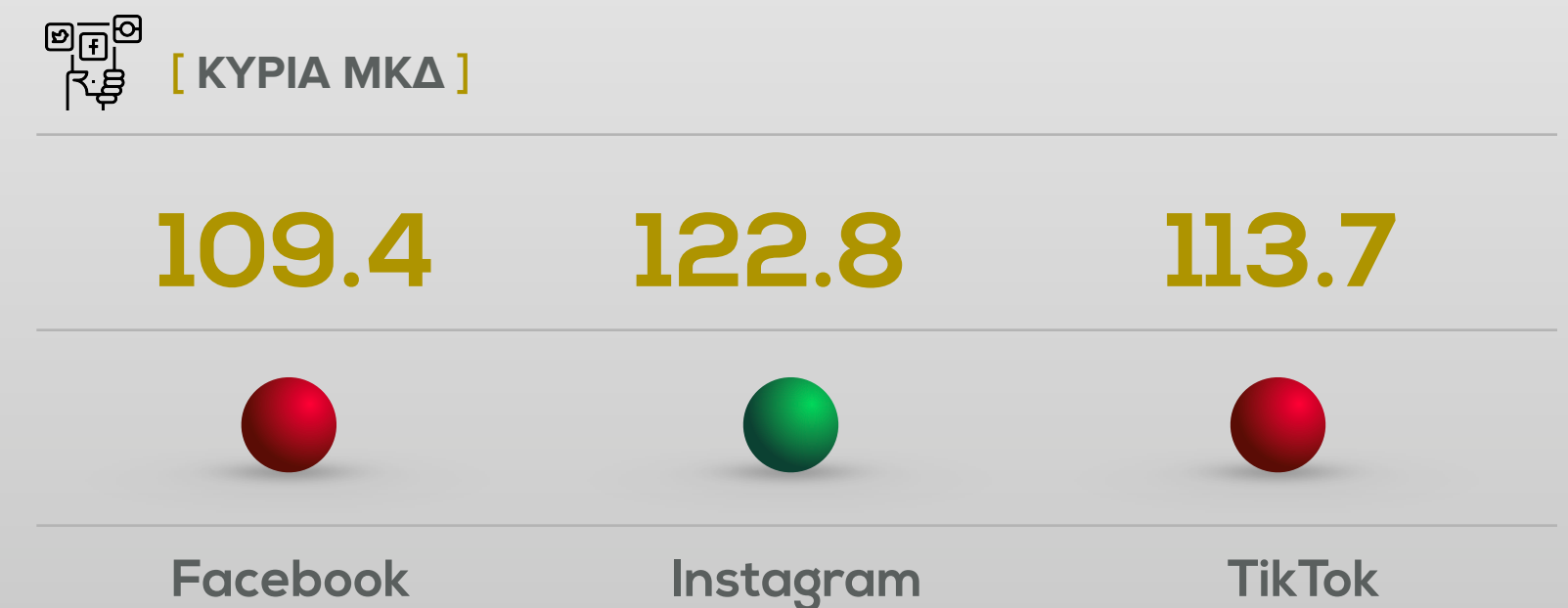
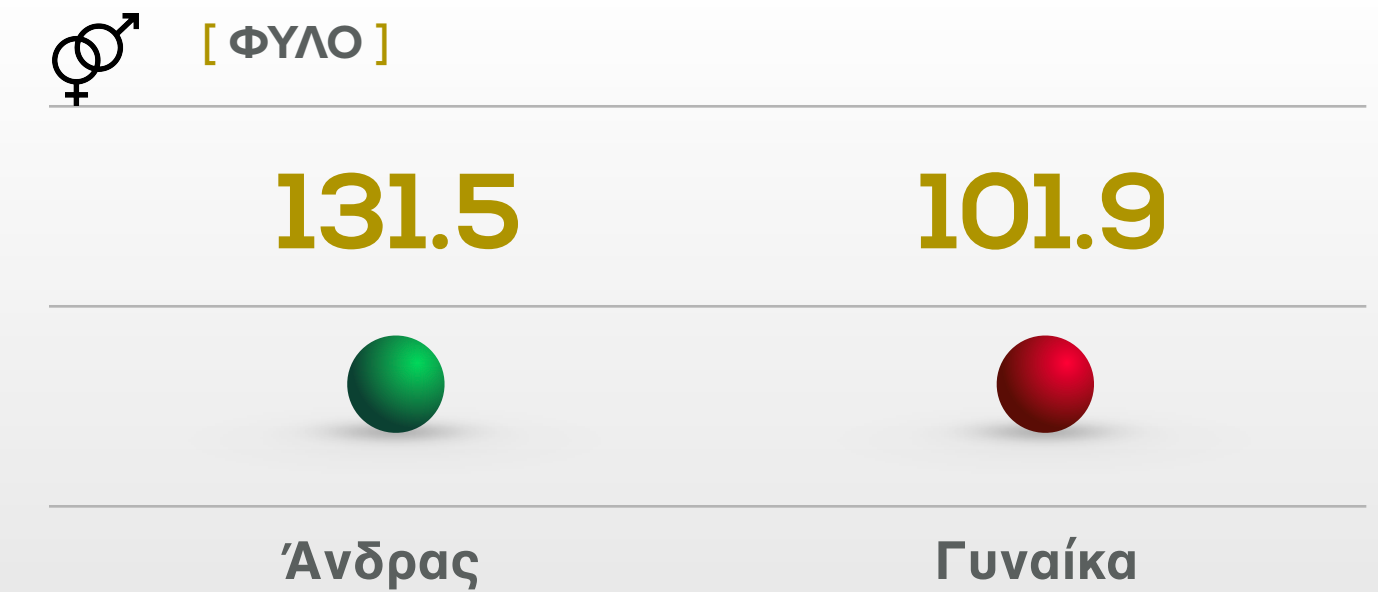
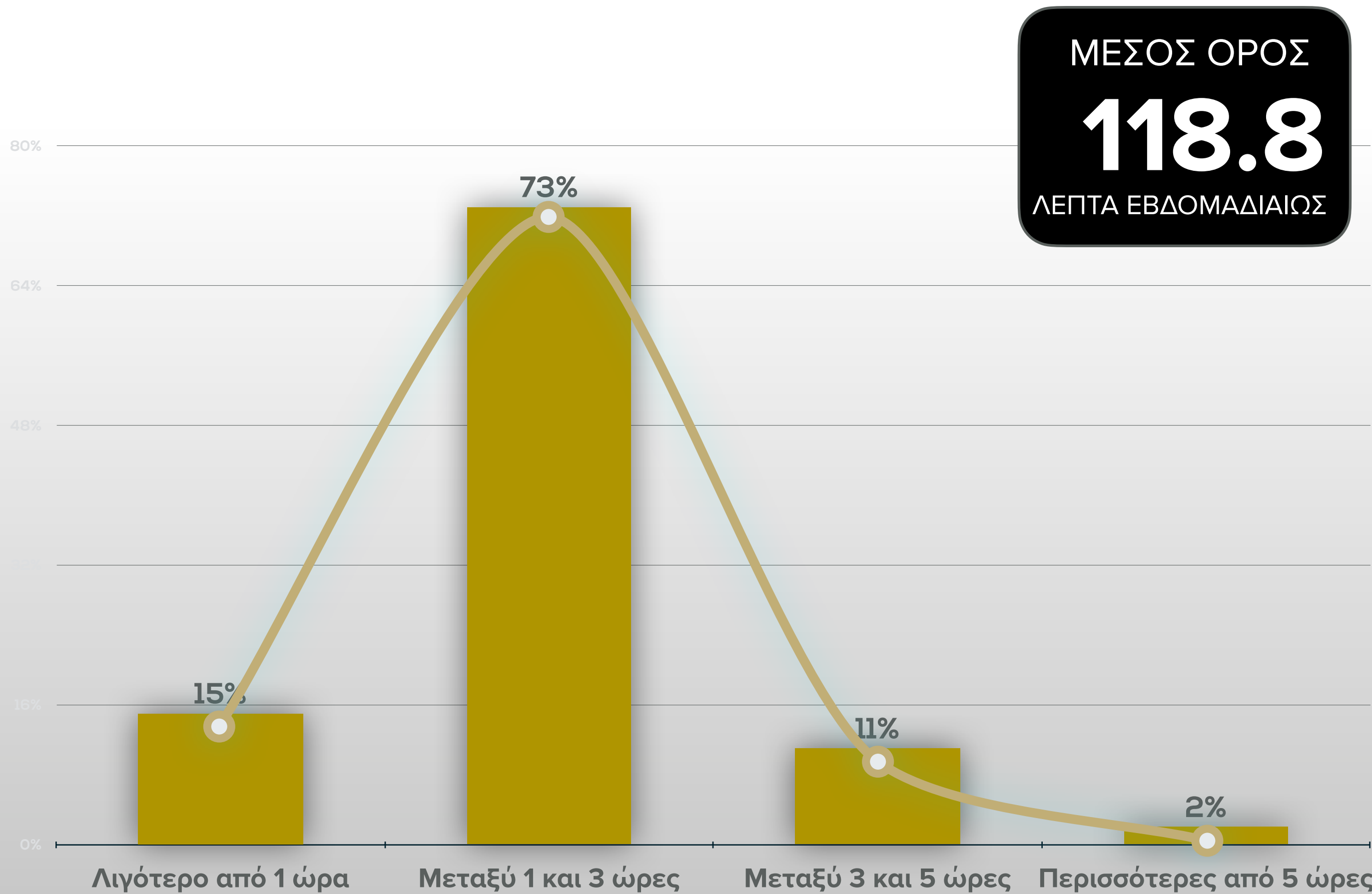
♂ [ΦΥΛΟ]



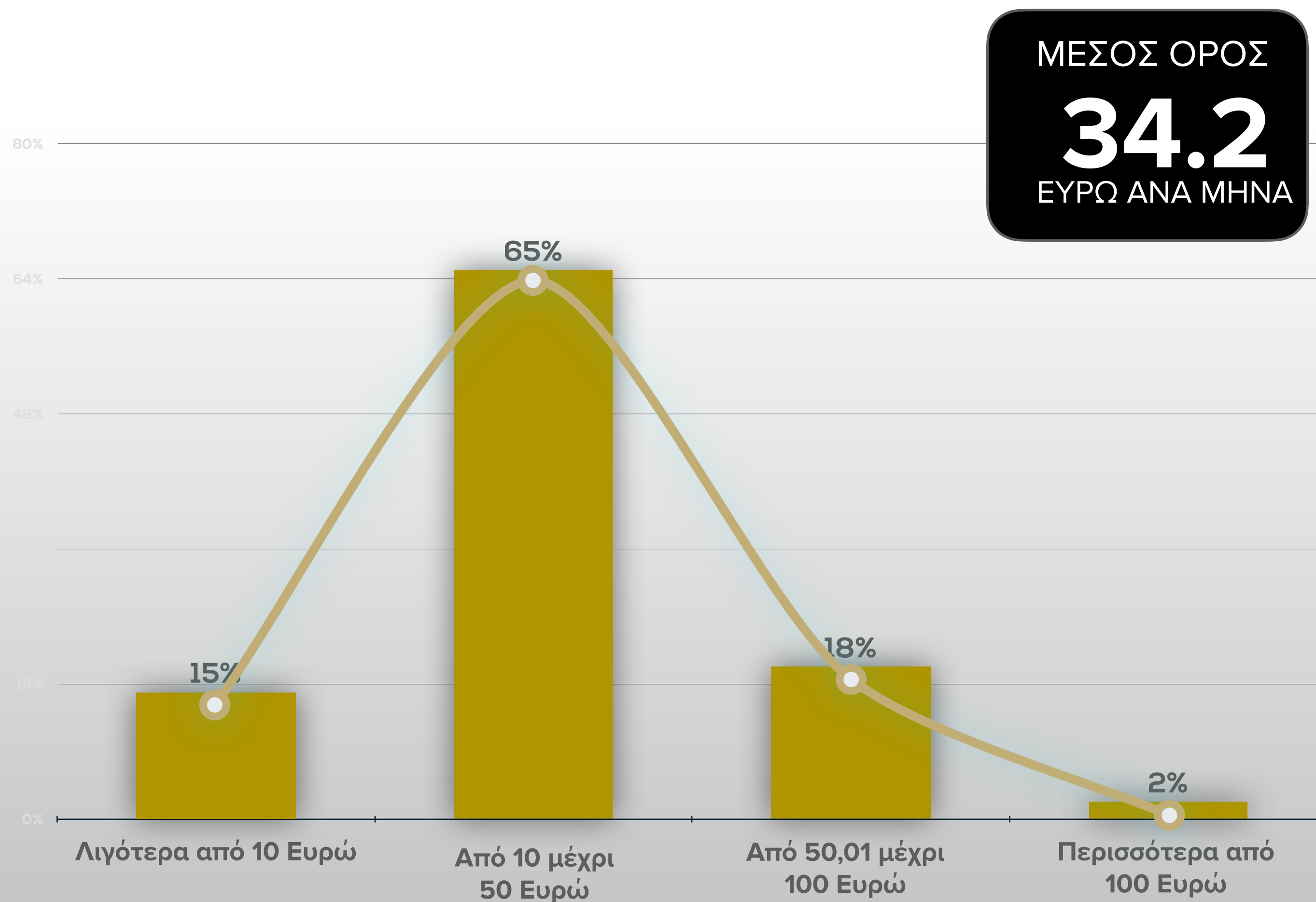
📱 [ΚΥΡΙΑ ΜΚΔ]



Κατά τους τελευταίους 12 μήνες, πόσες περίπου ώρες υπολογίζετε ότι ξοδεύεις εβδομαδιαίως παίζοντας τυχερά παιχνίδια;

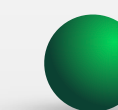


Κατά τους τελευταίους 12 μήνες, πόσα περίπου χρήματα ξοδεύεις μηνιαίως σε τυχερά παιχνίδια γενικά;



[ΦΥΛΟ]

38.9



Άνδρας

28.0

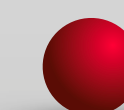


Γυναίκα



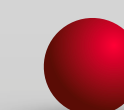
[ΚΥΡΙΑ ΜΚΔ]

30.1



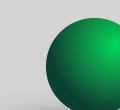
Facebook

33.9



Instagram

36.2



TikTok

04

Σημαντικότερα Ευρήματα

Τα 10 Σημαντικότερα Ευρήματα

1



Η χρήση των social media είναι σχεδόν καθολική, με το Instagram να κυριαρχεί. Το 95% διατηρεί λογαριασμό στο Instagram, 82% στο Facebook και 68% στο TikTok, ενώ ως κύριο μέσο χρησιμοποιείται κυρίως το Instagram (79%), ακολουθούμενο από το TikTok (56%) και το Facebook (38%).

3



Η έκθεση σε περιεχόμενο σχετικό με τυχερά παιχνίδια στα social media είναι πολύ εκτεταμένη. Μόλις 7% δηλώνει ότι δεν έχει δει τέτοιο περιεχόμενο τον τελευταίο χρόνο, ενώ η μέση συχνότητα έκθεσης ανέρχεται σε 4,45 φορές τον μήνα.

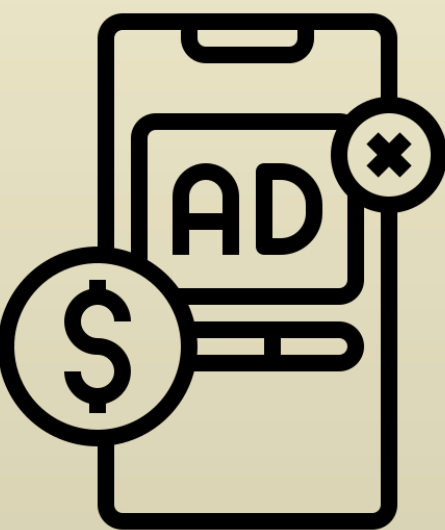


Το TikTok και το Instagram απορροφούν τον περισσότερο χρόνο χρήσης καθημερινά. Ο μέσος ημερήσιος χρόνος φτάνει τα 131,3 λεπτά στο TikTok και τα 119,4 λεπτά στο Instagram, έναντι 41,7 λεπτών στο Facebook. Οι παίκτες τυχερών παιχνιδιών αφιερώνουν περισσότερο χρόνο και στα τρία μέσα σε σχέση με τους μη παίκτες.

2

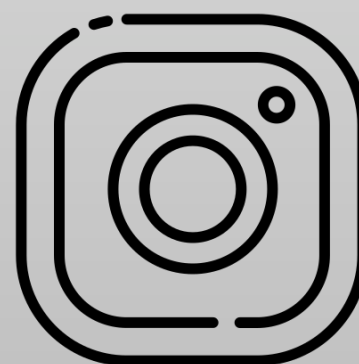
Τα 10 Σημαντικότερα Ευρήματα

4



Το κυρίαρχο είδος περιεχομένου είναι οι πληρωμένες διαφημίσεις και οι προωθήσεις από influencers. Μεταξύ όσων έχουν δει σχετικό περιεχόμενο, το 89% έχει δει πληρωμένες διαφημίσεις για στοιχηματικές ή καζίνο και το 77% αναρτήσεις από influencers που προωθούν τα τυχερά παιχνίδια.

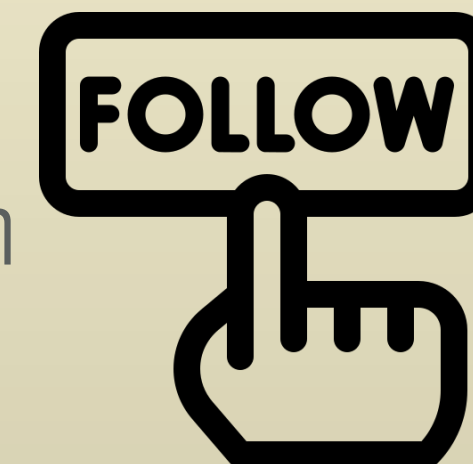
5



Το Instagram είναι το βασικό κανάλι έκθεσης σε περιεχόμενο που σχετίζεται με τυχερά παιχνίδια. Το 93% όσων έχουν δει τέτοιο περιεχόμενο το έχει παρακολουθήσει στο Instagram, έναντι 38% στο Facebook και 34% στο TikTok.

Παρά τη μεγάλη έκθεση, η άμεση μετατροπή σε follow ή εγγραφή είναι χαμηλή. Το 96% δηλώνει ότι δεν ακολουθεί σελίδες/ λογαριασμούς τυχερών παιχνιδιών, στοιχηματικών, tipsters ή καζίνο, ενώ το 95% δεν έχει εγγραφεί σε ιστοσελίδα ή εφαρμογή τυχερών παιχνιδιών αφού είδε κάτι σχετικό στα social media.

6



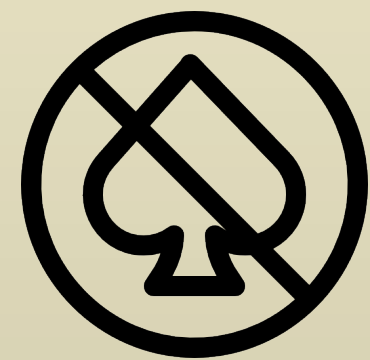
63%

7

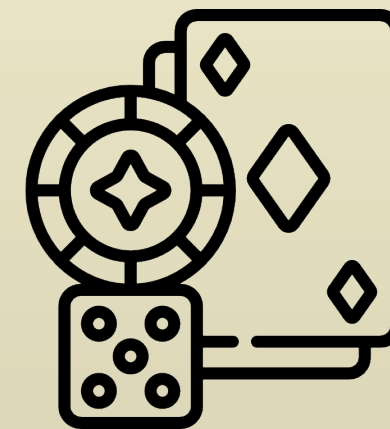
των ατόμων 18-35 δηλώνει ότι έχει παίξει/ συμμετάσχει σε τυχερά παιχνίδια τους τελευταίους 12 μήνες. Η συμμετοχή είναι σημαντικά υψηλότερη στους άνδρες (76%) από ό,τι στις γυναίκες (51%).

Τα 10 Σημαντικότερα Ευρήματα

8



Όσοι δεν παίζουν απέχουν κυρίως λόγω αδιαφορίας, αλλά και φόβου εθισμού, με το 81% όσων δεν παίζουν να λέει ότι δεν μου αρέσουν/δεν με ελκύουν, το 41% τα θεωρεί χάσιμο χρόνου ή/και χρημάτων, ενώ αξιοσημείωτο είναι ότι το 23% αναφέρει φόβο για πιθανό εθισμό.



Η ενασχόληση με τα τυχερά παιχνίδια είναι συστηματική και όχι περιστασιακή. Οι παίκτες δηλώνουν ότι αφιερώνουν κατά μέσο όρο 118,8 λεπτά την εβδομάδα στα τυχερά παιχνίδια και ξοδεύουν 34,2 ευρώ τον μήνα, κάτι που δείχνει ότι η συμμετοχή δεν είναι απλώς ευκαιριακή αλλά έχει σταθερή παρουσία στην καθημερινότητά τους.

10

9



Τα βασικά κίνητρα συμμετοχής είναι το κέρδος και η διασκέδαση, αλλά υπάρχει και στοιχείο φυγής. Το 78% παίζει για να κερδίσει χρήματα και το 65% για διασκέδαση. Παράλληλα, 19% παίζει για να ξεφύγει/να ξεχαστεί και 17% από βαρεμάρα ή ανία, δείχνοντας ότι για ένα μέρος του κοινού το παιχνίδι συνδέεται και με συναισθηματική αποφόρτιση.

IMR/University of Nicosia™ is a leading intelligence and strategy firm that has been shaping decision-making across Cyprus and beyond since 2002. With a proven track record in market research, social insight, and consultancy, we are trusted by governments, financial institutions, multinational corporations, and public agencies to deliver clarity in moments of complexity and opportunity. Our expertise spans diverse sectors—from banking and energy to technology, tourism, and policy—offering each client bespoke strategies grounded in evidence, foresight, and measurable impact.

What sets us apart is not just the depth of our data or the accuracy of our analysis, but our ability to act as strategic partners—translating insight into action and ambition into results. With a firm grasp of evolving markets and policy environments, we empower our clients to unlock potential, lead with purpose, and build resilient, future-ready organizations in a dynamic global landscape.

Your strategic partner forward™



DEPARTMENT OF COMMUNICATION

T: +357 22 265150
Φ: +357 22 256530

E: pastou.m@unic.ac.cy
Mrs. Marina Pastou
Research Manager

For more information about IMR/University of Nicosia™ please visit our website:

www.imr.com.cy

Insights Market Research (IMR) Ltd:

Member of



Certified with



Certificate No. QS.17.037



Sound Industrial Relations
CONTEMPORARY ENTERPRISES **SIR**
2014