



www.turkishstudies.net/economy

Turkish Studies - Economics, Finance, Politics

eISSN: 2667-5625

Research Article / Araştırma Makalesi



The Effect of Workaholism on Caffeine Addiction and Impulse Buying: A Field Research in Türkiye*

İşkolikliğin Kafein Bağımlılığı ve Dürtüsel Satın Alma Üzerindeki Etkisi: Türkiye’de Bir Alan Araştırması

İbrahim Bozacı** - Alper Gürer*** - Yunus Bahadır Güler****

Abstract: The competitive nature of modern lifestyles can force individuals to overwork. In this context, workaholism is a noteworthy variable, particularly in terms of its organizational, social, psychological, and health-related consequences. However, findings regarding its effects on specific consumption behaviors are limited. At this point, it can be expected that some consumer behaviors, such as the consumption of energy and attention enhancing products and impulse buying, may emerge in a manner consistent with the nature and effects of workaholism. This research aims to reveal the possible effects of workaholism on caffeine addiction and impulse buying. As a descriptive field study, a survey was administered to individuals from different professions in Türkiye using convenience sampling method, the primary data obtained were analyzed and interpreted. The study was approved for ethical compliance by relevant research ethics committee. Initially, the study determined that the overworking dimension of workaholism positively influences caffeine addiction, which in turn positively affects impulse buying. Furthermore, while it was found that neither dimension of workaholism directly impacts impulse buying, the overworking dimension does have a positive indirect effect on impulse buying through the mediation of caffeine addiction. Consequently, it is evaluated that workaholism carries significant implications within the context of

* This study was approved for ethical compliance by the Research Ethics Committee for Social and Human Sciences at Kırıkkale University on September 20, 2025, during its 9th session.

Çalışma, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırma Etik Kurulu tarafından 20.09.2025 tarihinde 9 numaralı oturumda etik uygunluk açısından onaylanmıştır.

** Prof. Dr., Kırıkkale University, Keskin Vocational High School, Department of Marketing and Advertising
Prof. Dr. Kırıkkale Üniversitesi, Keskin Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-9584-6126>

ibrahimbozaci@kku.edu.tr

*** Corresponding Author: Prof. Dr., Kırıkkale University, Keskin Vocational High School, Department of Management and Organization

Sorumlu Yazar: Prof. Dr., Kırıkkale Üniversitesi, Keskin Meslek Yüksekokulu, Yönetim ve Organizasyon Bölümü

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-6745-7895>

alpergurer@kku.edu.tr

**** Prof. Dr., Kırıkkale University, Keskin Vocational High School, Department of Marketing and Advertising

Prof. Dr. Kırıkkale Üniversitesi, Keskin Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü

ORCID <https://orcid.org/0000-0002-8350-2721>

ybguler@kku.edu.tr

Cite as/ Atıf: Bozacı, İ., Gürer, A. & Güler, Y. B. (2026). The effect of workaholism on caffeine addiction and impulse buying: A field research in Türkiye / İşkolikliğin kafein bağımlılığı ve dürtüsel satın alma üzerindeki etkisi: Türkiye’de bir alan araştırması. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 21(3), 4387-4428. Ankara Bilim University Publications. <https://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.90224>

Received/Geliş: 17 March/Mart 2026

Accepted/Kabul: 15 September/Eylül 2026

Published/Yayın: 25 September/Eylül 2026

Checked by plagiarism software



consumption. The research is expected to highlight and contribute to filling a critical gap in both consumer behavior and management/organization literature. At last, the research is considered valuable because it provides insights into how variables from management and organizational literature can be used to better understand specific consumer behaviors.

Keywords: Workaholism, Caffeine Consumption, Caffeine Addiction, Impulse Buying, Consumer.

Öz: Modern yaşam tarzlarının rekabetçi doğası, bireyleri aşırı çalışmaya zorlayabilmektedir. Bu bağlamda, işkoliklik, özellikle örgütsel, sosyal, psikolojik ve sağlıkla ilgili sonuçları açısından dikkat çeken bir değişkendir. Ancak bunun belirli tüketim davranışları üzerindeki etkilerine ilişkin bulgular kısıtlıdır. Bu noktada, enerji ve dikkat artırıcı ürünlerin tüketimi ve dürtüsel satın alma gibi bazı tüketici davranışlarının, işkolikliğin doğası ve etkileriyle uyumlu bir şekilde ortaya çıkması beklenebilir. Bu çalışmada işkolikliğin kafein bağımlılığı ve dürtüsel satın alma üzerindeki olası etkilerinin ortaya konulması amaçlanmaktadır. Betimsel saha araştırması niteliğinde olan çalışma kapsamında, kolayda örnekleme yöntemiyle Türkiye’de farklı mesleklerden bireylere araştırma değişkenlerine yönelik anket uygulanmış ve elde edilen birincil veriler analiz edilip yorumlanmıştır. Çalışma, Kırıkkale Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Etik Kurulu tarafından 20.09.2025 tarihinde 9 numaralı oturumda etik uygunluk açısından onaylanmıştır. Araştırmada öncelikle, işkolikliğin aşırı çalışma boyutunun kafein bağımlılığını ve kafein bağımlılığının dürtüsel alışverişleri pozitif yönlü etkilediği belirlenmiştir. Ayrıca işkolikliğin iki boyutu da dürtüsel alışverişleri doğrudan etkilemediği halde, aşırı çalışma boyutunun kafein bağımlılığı aracılığıyla dürtüsel alışverişleri pozitif yönlü etkilediği anlaşılmıştır. Neticede, işkolikliğin tüketim bağlamında da önemli yansımalarının olduğu değerlendirilmektedir. Araştırmanın, tüketici davranışları ve yönetim organizasyon yazınında önemli bir boşluğa dikkat çekmesi ve bunun giderilmesine katkı sağlaması beklenmektedir. Son olarak araştırmanın, belirli tüketici davranışlarını daha iyi anlamada yönetim ve organizasyon yazınındaki değişkenlerden yararlanılabileceği hakkında fikir vermesi bakımından değerli olduğu düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: İşkoliklik, Kafein Tüketimi, Kafein Bağımlılığı, Dürtüsel Satın Alma, Tüketici.

Structured Abstract:

In today's world, where life is increasingly demanding and competitive, hard working is considered an important value in many societies. At this point, caffeine consumption is at the forefront of consumption driven by excessive or overwork and it can be expected that workaholics consume more caffeinated products such as coffee with motivations such as increasing attention and performance. However, findings on the relationship between workaholism and caffeine consumption and addiction are limited. On the other hand, it is expected that caffeine consumption, which has been shown to have psychological effects, can be reflected in consumption decisions. However, the effect of caffeine consumption on shopping decisions has not received sufficient attention. In short, examining the possible effects of workaholism on caffeine consumption and, through this, on impulse buying has been determined as the primary objective of this research.

Although the findings are limited, it can be asserted that workaholism may affect caffeine addiction. For example, Kun et al.'s (2025) study found that addicted workers smoked more, consumed more stimulant products such as energy drinks, and exhibited more psychopathological symptoms. Similarly, Özsoy et al.'s (2025) study found that work addiction was positively related to caffeine addiction. In addition, Salanova et al.'s (2016) study found that workaholics consume more caffeine and alcohol. Beyond these, workaholism can also influence impulse shopping. Indeed, workaholics who experience problems due to being constantly connected to their work and who cannot devote sufficient time to themselves and their families may engage in more impulse shopping as a compensatory consumption to make up for the gaps arising from this lifestyle. Furthermore, limited findings have been indicated that workaholism affects obsessive behaviors and impulsivity. For example, Adreassen et al.'s (2016) field research determined that workaholism is associated with problems such as attention deficit/hyperactivity disorder and hoarding. Rachubińska et al.'s (2024) research found that workaholism is associated with compulsive buying. In addition to these, caffeine consumption may also influence impulse buying. In this regard, Biswas et al. (2023) found that consuming caffeinated beverages before shopping increased impulsivity in terms of purchasing more products and spending more money. In the study by Amlung et al. (2013), it was determined that the frequency of consuming caffeinated alcoholic beverages was positively related to factors such as impulsive decision making, lack of prior planning, sensory seeking, and positive urgency. Similarly, Grant & Chamberlain's (2018) study also found that higher caffeine intake was associated with greater impulsivity in certain tasks. Giles et al.'s (2017) study determined that habitual high caffeine consumers exhibited greater motor impulsivity.

Within the scope of the research, due to time and resource constraints, a face-to-face survey was conducted in Türkiye on a voluntary basis. Data was collected from 416 participants using convenience sampling method. The normality of the data distribution was assessed by examining skewness and kurtosis levels. Confirmatory factor analysis was applied for the measurement tools, and goodness-of-fit values were calculated. A structural equation model was used to test the hypotheses. Direct, total, and indirect effects (mediation effects) between variables were calculated.

According to the results of the structural equation model, the effect of excessive work, one of the subdimensions of workaholism, on caffeine consumption is positive and significant ($\beta=0.464$; $p=0.019$), while the effect of compulsive work, another dimension, on caffeine consumption is insignificant ($p=0.230$). Furthermore, the effect of excessive work on impulse buying is not significant ($p=0.541$), and the effect of compulsive work on impulse buying is also not significant ($p=0.902$). Furthermore, the effect of caffeine consumption on impulse buying is positively significant ($\beta =0.256$; $P<0.001$), and caffeine consumption mediates the positive effect of overworking on impulse buying ($\beta =0.119$; $P=0.018$).

As a result, it is understood that overworking employees tend to consume more caffeine. Additionally, it is seen that overworking dimension of workaholism indirectly affects impulse buying. In other words, the increased caffeine consumption resulting from overwork influences the increase in impulse purchases. In addition to these, it has been demonstrated that caffeine addiction positively affects impulse buying. In the context of management and organization science, the research suggests that businesses should consider not only workload but also the uncontrolled consumption of stimulant products like caffeine when encouraging healthy employee behaviors. On the other hand, from a marketing perspective, the research findings provide insight into the potential effects of sales promotion efforts such as offering coffee for free or at a low price. In future research, findings regarding the relationships between workaholism, caffeine

consumption levels, and impulse buying behavior can be enriched through qualitative studies; the relationships between variables can be examined in terms of different substances such as energy drinks or stimulant medications; and how shopping or sectoral dynamics affect these relationships can be elucidated. As a result, this research reveals that workaholism is not merely a professional issue; it also has an effect on reduced control over spending through caffeine addiction.

Keywords: Workaholism, Caffeine Consumption, Caffeine Addiction, Impulse Buying, Consumer.

ملخص منظم:

في عالمنا المعاصر، حيث أصبحت الحياة أكثر تطلبًا وتنافسية، يُعتبر العمل الجاد قيمة مهمة في العديد من المجتمعات. وفي هذا السياق، يحل استهلاك الكافيين الصدارة بين أنماط الاستهلاك المدفوعة بالإرهاق أو العمل المفرط، ومن المتوقع أن يستهلك مدمنو العمل كميات أكبر من المنتجات التي تحتوي على الكافيين — مثل القهوة — بدوافع مثل زيادة التركيز والأداء. ومع ذلك، فإن النتائج المتعلقة بالعلاقة بين إدمان العمل واستهلاك الكافيين والإدمان عليه محدودة. من ناحية أخرى، من المتوقع أن ينعكس استهلاك الكافيين، الذي ثبت أن له آثارًا نفسية، على قرارات الاستهلاك. ومع ذلك، لم يحظ تأثير استهلاك الكافيين على قرارات التسوق بالاهتمام الكافي. باختصار، تم تحديد دراسة الآثار المحتملة لإدمان العمل على استهلاك الكافيين، ومن خلال ذلك على الشراء الاندفاعي، كهدف رئيسي لهذا البحث.

على الرغم من محدودية النتائج، يمكن الجزم بأن إدمان العمل قد يؤثر على إدمان الكافيين. على سبيل المثال، وجدت دراسة كون وآخرون (2025) أن العمال المدمنين على العمل يدخلون أكثر، ويستهلكون المزيد من المنتجات المنشطة مثل مشروبات الطاقة، ويظهرون المزيد من الأعراض النفسية المرضية. وبالمثل، وجدت دراسة أوزسوي وآخرون (2025) أن إدمان العمل يرتبط ارتباطًا إيجابيًا بإدمان الكافيين. بالإضافة إلى ذلك، وجدت دراسة سالونوا وآخرون (2016) أن مدمني العمل يستهلكون كميات أكبر من الكافيين والكحول. وعلاوة على ذلك، يمكن أن يؤثر إدمان العمل أيضًا على التسوق الاندفاعي. في الواقع، قد يخطر مدمنو العمل الذين يعانون من مشاكل بسبب ارتباطهم المستمر بعملهم، والذين لا يستطيعون تخصيص وقت كافٍ لأنفسهم ولأسرهم، في المزيد من التسوق الاندفاعي كاستهلاك تعويضي لسد الفجوات الناشئة عن نمط الحياة هذا. علاوة على ذلك، أشارت بعض النتائج المحدودة إلى أن إدمان العمل يؤثر على السلوكيات الوسواسية والانفعالية. على سبيل المثال، خلص البحث الميداني الذي أجراه أدرياسن وآخرون (2016) إلى أن إدمان العمل يرتبط بمشاكل مثل اضطراب نقص الانتباه وفرط النشاط، والتكديس. ووجدت دراسة راشوبينسكا وآخرون (2024) أن إدمان العمل يرتبط بالشراء القهري. وبالإضافة إلى ذلك، قد يؤثر استهلاك الكافيين أيضًا على الشراء الاندفاعي. وفي هذا الصدد، وجد بيسواس وآخرون (2023) أن تناول المشروبات التي تحتوي على الكافيين قبل التسوق يزيد من الاندفاع من حيث شراء المزيد من المنتجات وإنفاق المزيد من المال. وفي الدراسة التي أجراها أولونغ وآخرون (2013)، تبين أن تكرار تناول المشروبات الكحولية التي تحتوي على الكافيين يرتبط ارتباطًا إيجابيًا بعوامل مثل اتخاذ القرارات الانفعالية، والافتقار إلى التخطيط المسبق، والبحث عن التحفيز الحسي، والإلحاح الإيجابي. وبالمثل، وجدت دراسة غرانت وتشامبرلين (2018) أيضًا أن تناول كميات أكبر من الكافيين يرتبط بزيادة الاندفاعية في مهام معينة. وأثبتت دراسة جايلز وآخرون (2017) أن المستهلكين المعتادين على تناول كميات كبيرة من الكافيين أظهروا اندفاعية حركية أكبر.

في نطاق هذا البحث، ونظرًا لقيود الوقت والموارد، أُجري استطلاع وجهًا لوجه في تركيا على أساس طوعي. تم جمع البيانات من مشاركا باستخدام طريقة العينات الملائمة. تم تقييم طبيعية توزيع البيانات من خلال فحص مستويات الانحراف والتفرطح. تم تطبيق 416 التحليل العاملي التأكيدي على أدوات القياس، وحُسبت قيم ملاءمة النموذج. واستُخدم نموذج المعادلات الهيكلية لاختبار الفرضيات. كما تم حساب التأثيرات المباشرة والإجمالية وغير المباشرة (تأثيرات الواسطة) بين المتغيرات.

ووفقًا لنتائج نموذج المعادلات الهيكلية، فإن تأثير العمل المفرط، وهو أحد الأبعاد الفرعية لإدمان العمل، على استهلاك الكافيين في حين أن تأثير العمل القهري، وهو بُعد آخر، على استهلاك الكافيين غير ذي دلالة، $(\beta=0.464; p=0.019)$ ، إيجابي وذو دلالة إحصائية كما أن تأثير $(p=0.541)$ علاوة على ذلك، فإن تأثير العمل المفرط على الشراء الاندفاعي غير ذي دلالة إحصائية $(p=0.230)$. علاوة على ذلك، فإن تأثير استهلاك الكافيين على الشراء $(p=0.902)$ العمل القهري على الشراء الاندفاعي غير ذي دلالة إحصائية أيضًا كما أن استهلاك الكافيين يلعب دور الوسيط في التأثير الإيجابي للإرهاق في $(\beta=0.256; P<0.001)$ الاندفاعي إيجابي وذو دلالة إحصائية $(\beta=0.119; P=0.018)$ العمل على الشراء الاندفاعي.

ونتيجة لذلك، يتضح أن الموظفين الذين يعانون من الإرهاق في العمل يميلون إلى استهلاك كميات أكبر من الكافيين. بالإضافة إلى ذلك، يتبين أن بُعد «الإرهاق في العمل» ضمن إدمان العمل يؤثر بشكل غير مباشر على الشراء الاندفاعي. بعبارة أخرى، فإن زيادة استهلاك الكافيين الناتجة عن الإرهاق في العمل تؤثر على زيادة عمليات الشراء الاندفاعي. بالإضافة إلى ذلك، ثبت أن إدمان الكافيين يؤثر إيجابيًا على الشراء الاندفاعي. في سياق علوم الإدارة والتنظيم، تشير الدراسة إلى أنه ينبغي على الشركات أن تراعي ليس فقط عبء العمل، بل أيضًا الاستهلاك غير المنضبط للمنتجات المنشطة مثل الكافيين عند تشجيع السلوكيات الصحية للموظفين. من ناحية أخرى، ومن منظور التسويق، توفر نتائج الدراسة نظرة ثاقبة حول الآثار المحتملة لجهود ترويج المبيعات مثل تقديم القهوة مجاناً أو بسعر منخفض. في الأبحاث المستقبلية، يمكن إثراء النتائج المتعلقة بالعلاقات بين إدمان العمل ومستويات استهلاك الكافيين وسلوك الشراء الاندفاعي من خلال الدراسات النوعية؛ ويمكن فحص العلاقات بين المتغيرات من حيث المواد المختلفة مثل مشروبات الطاقة أو الأدوية المنشطة؛ كما يمكن توضيح كيفية تأثير ديناميكيات التسوق أو الديناميكيات القطاعية على هذه العلاقات. ونتيجة لذلك، يكشف هذا البحث أن إدمان العمل ليس مجرد مسألة مهنية؛ بل له أيضًا تأثير على انخفاض السيطرة على الإنفاق من خلال إدمان الكافيين.

الكلمات المفتاحية: إدمان العمل، استهلاك الكافيين، إدمان الكافيين، الشراء الاندفاعي، المستهلك.

Résumé Structuré:

Dans le monde actuel, où la vie est de plus en plus exigeante et compétitive, le fait de travailler dur est considéré comme une valeur importante dans de nombreuses sociétés. À cet égard, la consommation de caféine occupe une place prépondérante parmi les habitudes liées au surmenage ou à une charge de travail excessive, et l'on peut s'attendre à ce que les « accros au travail » consomment davantage de produits caféinés, tels que le café, dans le but notamment d'améliorer leur concentration et leurs performances. Cependant, les résultats concernant la relation entre l'addiction au travail, la consommation de caféine et la dépendance à la caféine sont limités. D'autre part, on peut s'attendre à ce que la consommation de caféine, dont les effets psychologiques ont été démontrés, se reflète dans les décisions d'achat. Or, l'effet de la consommation de caféine sur les décisions d'achat n'a pas fait l'objet d'une attention suffisante. En résumé, l'objectif principal de cette recherche est d'examiner les effets possibles de l'addiction au travail sur la consommation de caféine et, par là même, sur les achats impulsifs.

Bien que les résultats soient limités, on peut affirmer que l'addiction au travail peut influencer la dépendance à la caféine. Par exemple, l'étude de Kun et al. (2025) a révélé que les travailleurs dépendants fumaient davantage, consommaient davantage de produits stimulants tels que les boissons énergisantes et présentaient davantage de symptômes psychopathologiques. De même, l'étude d'Özsoy et al. (2025) a montré que la dépendance au travail était positivement corrélée à la dépendance à la caféine. En outre, l'étude de Salanova et al. (2016) a révélé que les accros au travail consomment davantage de caféine et d'alcool. Au-delà de ces aspects, l'addiction au travail peut également influencer les achats impulsifs. En effet, les bourreaux de travail qui rencontrent des problèmes liés au fait d'être constamment connectés à leur travail et qui ne peuvent pas consacrer suffisamment de temps à eux-mêmes et à leur famille peuvent se livrer davantage à des achats impulsifs, en tant que consommation compensatoire visant à combler les vides engendrés par ce mode de vie. Par ailleurs, quelques résultats indiquent que l'addiction au travail affecte les comportements obsessionnels et l'impulsivité. Par exemple, les recherches sur le terrain menées par Adreassen et al. (2016) ont établi que l'addiction au travail est associée à des troubles tels que le trouble déficitaire de l'attention avec hyperactivité et l'accumulation compulsive. Les travaux de Rachubińska et al. (2024) ont quant à eux montré que l'addiction au travail est liée aux achats compulsifs. En outre, la consommation de caféine peut également influencer les achats impulsifs. À cet égard, Biswas et al. (2023) ont constaté que la consommation de boissons caféinées avant de faire ses courses augmentait l'impulsivité, se traduisant par l'achat d'un plus grand nombre de produits et des dépenses plus élevées. Dans l'étude menée par Amlung et al. (2013), il a été établi que la fréquence de consommation de boissons alcoolisées caféinées était positivement liée à des facteurs tels que la prise de décision impulsive, l'absence de planification préalable, la recherche de sensations et l'urgence positive. De même, l'étude de Grant et Chamberlain (2018) a également révélé qu'une consommation plus élevée de caféine était associée à une plus grande impulsivité dans certaines tâches. L'étude de Giles et al. (2017) a déterminé que les consommateurs habituels de quantités élevées de caféine présentaient une plus grande impulsivité motrice.

Dans le cadre de cette recherche, en raison de contraintes de temps et de ressources, une enquête en face à face a été menée en Turquie sur la base du volontariat. Les données ont été recueillies auprès de 416 participants à l'aide d'un échantillonnage par commodité. La normalité de la distribution des données a été évaluée en examinant les niveaux d'asymétrie et de kurtosis. Une analyse factorielle confirmatoire a été appliquée aux outils de mesure, et les valeurs d'adéquation ont été calculées. Un modèle d'équations structurelles a été utilisé pour tester les hypothèses. Les effets directs, totaux et indirects (effets de médiation) entre les variables ont été calculés.

D'après les résultats du modèle d'équations structurelles, l'effet du travail excessif, l'une des sous-dimensions de l'addiction au travail, sur la consommation de caféine est positif et significatif ($\beta = 0,464$; $p = 0,019$), tandis que l'effet du travail compulsif, une autre dimension, sur la consommation de caféine n'est pas significatif ($p = 0,230$). De plus, l'effet de la surcharge de travail sur les achats impulsifs n'est pas significatif ($p = 0,541$), et l'effet du travail compulsif sur les achats impulsifs n'est pas non plus significatif ($p = 0,902$). Par ailleurs, l'effet de la consommation de caféine sur les achats impulsifs est positivement significatif ($\beta = 0,256$; $P < 0,001$), et la consommation de caféine joue un rôle de médiation dans l'effet positif du surmenage sur les achats impulsifs ($\beta = 0,119$; $P = 0,018$).

Il en ressort donc que les employés en situation de surmenage ont tendance à consommer davantage de caféine. De plus, on constate que la dimension « surmenage » de l'addiction au travail influe

indirectement sur les achats impulsifs. En d'autres termes, l'augmentation de la consommation de caféine résultant du surmenage influence l'augmentation des achats impulsifs. Par ailleurs, il a été démontré que la dépendance à la caféine a un effet positif sur les achats impulsifs. Dans le contexte des sciences de la gestion et de l'organisation, cette étude suggère que les entreprises devraient prendre en compte non seulement la charge de travail, mais aussi la consommation incontrôlée de produits stimulants tels que la caféine lorsqu'elles encouragent des comportements sains chez leurs employés. D'un point de vue marketing, en revanche, les résultats de cette étude fournissent des indications sur les effets potentiels des actions de promotion des ventes, telles que l'offre de café gratuit ou à bas prix. Dans le cadre de futures recherches, les conclusions concernant les relations entre l'addiction au travail, les niveaux de consommation de caféine et le comportement d'achat impulsif pourraient être enrichies par des études qualitatives ; les relations entre ces variables pourraient être examinées en tenant compte de différentes substances telles que les boissons énergisantes ou les médicaments stimulants ; et l'influence des dynamiques d'achat ou sectorielles sur ces relations pourrait être élucidée. En conclusion, cette étude révèle que l'addiction au travail n'est pas seulement un problème professionnel ; elle a également pour effet de réduire le contrôle sur les dépenses par le biais de la dépendance à la caféine.

Mots-clés : Accro au travail, consommation de caféine, dépendance à la caféine, achats impulsifs, consommateur.

Resumen Estructurado:

En el mundo actual, donde la vida es cada vez más exigente y competitiva, el trabajo duro se considera un valor importante en muchas sociedades. En este contexto, el consumo de cafeína ocupa un lugar destacado entre los hábitos impulsados por el exceso de trabajo o el agotamiento laboral, y cabe esperar que los adictos al trabajo consuman más productos con cafeína, como el café, con el objetivo de aumentar la atención y el rendimiento. Sin embargo, los resultados sobre la relación entre la adicción al trabajo y el consumo de cafeína y la dependencia de esta son limitados. Por otra parte, cabe esperar que el consumo de cafeína, del que se ha demostrado que tiene efectos psicológicos, pueda reflejarse en las decisiones de consumo. Sin embargo, el efecto del consumo de cafeína en las decisiones de compra no ha recibido la atención suficiente. En resumen, el objetivo principal de esta investigación es examinar los posibles efectos de la adicción al trabajo sobre el consumo de cafeína y, a través de ello, sobre las compras impulsivas.

Aunque los resultados son limitados, se puede afirmar que la adicción al trabajo puede influir en la adicción a la cafeína. Por ejemplo, el estudio de Kun et al. (2025) reveló que los trabajadores adictos fumaban más, consumían más productos estimulantes, como bebidas energéticas, y presentaban más síntomas psicopatológicos. De manera similar, el estudio de Özsoy et al. (2025) constató que la adicción al trabajo estaba relacionada positivamente con la adicción a la cafeína. Además, el estudio de Salanova et al. (2016) reveló que los adictos al trabajo consumen más cafeína y alcohol. Más allá de esto, la adicción al trabajo también puede influir en las compras impulsivas. De hecho, los adictos al trabajo que experimentan problemas por estar constantemente conectados a su trabajo y que no pueden dedicar suficiente tiempo a sí mismos ni a sus familias pueden realizar más compras impulsivas como consumo compensatorio para suplir las carencias derivadas de este estilo de vida. Además, algunos hallazgos, aunque limitados, indican que la adicción al trabajo afecta a los comportamientos obsesivos y a la impulsividad. Por ejemplo, la investigación de campo de Adreassen et al. (2016) determinó que la adicción al trabajo está asociada a problemas como el trastorno por déficit de atención e hiperactividad y el acaparamiento. La investigación de Rachubińska et al. (2024) reveló que la adicción al trabajo está relacionada con las compras compulsivas. Además de esto, el consumo de cafeína también puede influir en las compras impulsivas. A este respecto, Biswas et al. (2023) observaron que el consumo de bebidas con cafeína antes de ir de compras aumentaba la impulsividad, lo que se traducía en la compra de más productos y un mayor gasto. En el estudio de Amlung et al. (2013), se determinó que la frecuencia del consumo de bebidas alcohólicas con cafeína estaba relacionada positivamente con factores como la toma de decisiones impulsiva, la falta de planificación previa, la búsqueda de estímulos sensoriales y la urgencia positiva. De manera similar, el estudio de Grant y Chamberlain (2018) también reveló que una mayor ingesta de cafeína se asociaba con una mayor impulsividad en determinadas tareas. El estudio de Giles et al. (2017) determinó que los consumidores habituales de grandes cantidades de cafeína mostraban una mayor impulsividad motora.

En el marco de la investigación, debido a limitaciones de tiempo y recursos, se llevó a cabo una encuesta presencial en Turquía de carácter voluntario. Se recopilaron datos de 416 participantes mediante un método de muestreo por conveniencia. La normalidad de la distribución de los datos se evaluó examinando los niveles de asimetría y curtosis. Se aplicó un análisis factorial confirmatorio a las herramientas de medición y se calcularon los valores de bondad de ajuste. Se utilizó un modelo de ecuaciones estructurales para comprobar las hipótesis. Se calcularon los efectos directos, totales e indirectos (efectos de mediación) entre las variables.

Según los resultados del modelo de ecuaciones estructurales, el efecto del trabajo excesivo —una de las subdimensiones de la adicción al trabajo— sobre el consumo de cafeína es positivo y significativo ($\beta = 0,464$; $p = 0,019$), mientras que el efecto del trabajo compulsivo —otra dimensión— sobre el consumo de cafeína no es significativo ($p = 0,230$). Además, el efecto del exceso de trabajo sobre las compras impulsivas no es significativo ($p = 0,541$), y el efecto del trabajo compulsivo sobre las compras impulsivas tampoco es significativo ($p = 0,902$). Por otra parte, el efecto del consumo de cafeína sobre las compras impulsivas es positivo y significativo ($\beta = 0,256$; $P < 0,001$), y el consumo de cafeína media el efecto positivo del exceso de trabajo sobre las compras impulsivas ($\beta = 0,119$; $P = 0,018$).

Como resultado, se deduce que los empleados con exceso de trabajo tienden a consumir más cafeína. Además, se observa que la dimensión del exceso de trabajo de la adicción al trabajo afecta indirectamente a las compras impulsivas. En otras palabras, el aumento del consumo de cafeína derivado del exceso de trabajo influye en el aumento de las compras impulsivas. Además de esto, se ha demostrado que la adicción a la cafeína influye positivamente en las compras impulsivas. En el contexto de las ciencias de la gestión y la organización, la investigación sugiere que las empresas deberían tener en cuenta no solo la carga de trabajo, sino también el consumo descontrolado de productos estimulantes como la cafeína a la hora de fomentar comportamientos saludables entre los empleados. Por otro lado, desde una perspectiva de marketing, los resultados de la investigación ofrecen información sobre los posibles efectos de las iniciativas de promoción de ventas, como ofrecer café de forma gratuita o a un precio reducido. En futuras investigaciones, los resultados relativos a las relaciones entre la adicción al trabajo, los niveles de consumo de cafeína y el comportamiento de compra impulsiva pueden enriquecerse mediante estudios cualitativos; pueden examinarse las relaciones entre las variables en relación con diferentes sustancias, como las bebidas energéticas o los medicamentos estimulantes; y puede aclararse cómo las dinámicas de compra o sectoriales afectan a estas relaciones. Como resultado, esta investigación revela que la adicción al trabajo no es meramente una cuestión profesional, sino que también tiene un efecto en la reducción del control sobre el gasto a través de la adicción a la cafeína.

Palabras clave: Adicción al trabajo, consumo de cafeína, adicción a la cafeína, compras impulsivas, consumidor.

结构化摘要:

在当今生活压力日益增大、竞争日益激烈的世界中，勤奋工作被许多社会视为一项重要价值观。在此背景下，咖啡因消费已成为由过度工作或超负荷工作驱动的消费行为中的突出表现，可以预期，工作狂会出于提高注意力与工作表现等动机，消费更多含咖啡因的产品（如咖啡）。然而，关于工作狂倾向与咖啡因消费及成瘾之间关系的实证研究尚显不足。另一方面，鉴于咖啡因已被证实具有心理效应，预计其消费行为会反映在消费决策中。然而，咖啡因消费对购物决策的影响尚未得到充分关注。简而言之，探讨工作狂倾向对咖啡因消费的潜在影响，并进而考察其对冲动购买的影响，已被确定为本研究的主要目标。

尽管现有研究结果有限，但可以断言，工作狂倾向可能会影响咖啡因成瘾。例如，Kun等人（2025）的研究发现，工作成瘾者吸烟量更大，摄入更多能量饮料等兴奋剂类产品，且表现出更多心理病理症状。同样，Özsoy等人（2025）的研究发现，工作成瘾与咖啡因成瘾呈正相关。此外，Salanova等人（2016）的研究发现，工作成瘾者摄入更多的咖啡因和酒精。除此之外，工作狂倾向还可能影响冲动购物。事实上，那些因持续处于工作状态而面临问题、无法为自己和家人投入足够时间的工作狂，可能会通过更多冲动购物来作为补偿性消费，以弥补这种生活方式带来的缺失。此外，有限的研究结果表明，工作狂倾向会影响强迫行为和冲动性。例如，Adreassen等人（2016）的实地研究确定，工作狂倾向与注意力缺陷/多动障碍和囤积症等问题有关。Rachubińska等人（2024）的

研究发现，工作狂倾向与强迫性购买有关。除此之外，咖啡因摄入也可能影响冲动购买。就此而言，Biswas等人（2023）发现，购物前饮用含咖啡因饮料会增加冲动性，表现为购买更多商品并花费更多金钱。在Amlung等人（2013）的研究中，发现饮用含咖啡因酒精饮料的频率与冲动性决策、缺乏事前规划、感官寻求以及积极紧迫感等因素呈正相关。同样，Grant & Chamberlain（2018）的研究也发现，较高的咖啡因摄入量与某些任务中的冲动性增强相关。Giles等人（2017）的研究确定，习惯性高咖啡因摄入者表现出更强的运动冲动性。

在本研究范围内，受时间和资源限制，在土耳其以自愿参与的方式开展了面对面调查。通过便利抽样法从416名参与者中收集了数据。通过考察偏度和峰度水平来评估数据分布的正态性。对测量工具进行了确认性因子分析，并计算了拟合优度值。采用结构方程模型对假设进行检验，并计算了变量之间的直接效应、总效应和间接效应（中介效应）。

根据结构方程模型的结果，工作狂症的一个子维度——过度工作——对咖啡因摄入量的影响为正且显著（ $\beta=0.464$ ； $p=0.019$ ），而另一个维度——强迫性工作——对咖啡因摄入量的影响则不显著（ $p=0.230$ ）。此外，过度工作对冲动购买的影响不显著（ $p=0.541$ ），强迫性工作对冲动购买的影响同样不显著（ $p=0.902$ ）。此外，咖啡因摄入量对冲动购买的影响呈显著正相关（ $\beta=0.256$ ； $P<0.001$ ），且咖啡因摄入量对过度工作对冲动购买的积极影响起中介作用（ $\beta=0.119$ ； $P=0.018$ ）。

由此可知，过度工作的员工往往摄入更多的咖啡因。此外，研究还表明，工作狂倾向中的“过度工作”维度会间接影响冲动购买。换言之，因过度工作导致的咖啡因摄入量增加，会促使冲动购买行为增加。除此之外，研究还表明咖啡因成瘾会对冲动购买产生积极影响。在管理与组织科学领域，该研究表明，企业在鼓励员工养成健康行为时，不仅应考虑工作负荷，还应关注咖啡因等兴奋剂产品的无节制消费。另一方面，从市场营销的角度来看，研究结果为免费或低价提供咖啡等促销活动可能产生的影响提供了洞见。在未来的研究中，可通过定性研究进一步丰富关于工作狂、咖啡因摄入水平与冲动购买行为之间关系的发现；可针对能量饮料或兴奋剂类药物等不同物质，考察变量之间的关系；并可阐明购物或行业动态如何影响这些关系。因此，本研究揭示了工作狂不仅是一个职业问题，它还会通过咖啡因成瘾导致对支出的控制力减弱。

关键词： 工作狂，咖啡因摄入，咖啡因成瘾，冲动购买，消费者。

Структурированное Резюме:

В современном мире, где жизнь становится всё более требовательной и конкурентной, трудолюбие считается важной ценностью во многих обществах. В связи с этим потребление кофеина занимает лидирующие позиции среди видов потребления, обусловленных чрезмерной или избыточной работой, и можно предположить, что трудоголики потребляют больше кофеиносодержащих продуктов, таких как кофе, руководствуясь мотивами повышения внимания и работоспособности. Однако данные о взаимосвязи между трудоголизмом, потреблением кофеина и зависимостью от него весьма ограничены. С другой стороны, можно предположить, что потребление кофеина, которое, как было показано, оказывает психологическое воздействие, может находить отражение в потребительских решениях. Однако влияние потребления кофеина на решения о покупках не получило достаточного внимания. Одним словом, изучение возможного влияния трудоголизма на потребление кофеина и, соответственно, на импульсивные покупки было определено в качестве основной цели данного исследования.

Хотя данные по этому вопросу ограничены, можно утверждать, что трудоголизм может влиять на зависимость от кофеина. Например, в исследовании Куна и др. (2025) было установлено, что работники с зависимостью от работы курили больше, потребляли больше стимулирующих продуктов, таких как энергетические напитки, и демонстрировали больше психопатологических симптомов. Аналогичным образом, в исследовании Озоя и др. (2025) было обнаружено, что зависимость от работы положительно коррелирует с кофейной зависимостью. Кроме того, в исследовании Салановой и др. (2016) было установлено, что трудоголики потребляют больше кофеина и алкоголя. Помимо этого, трудоголизм может также влиять на импульсивные покупки.

Действительно, трудоголики, испытывающие проблемы из-за постоянной привязанности к работе и неспособные уделять достаточно времени себе и своим семьям, могут чаще совершать импульсивные покупки в качестве компенсаторного потребления, чтобы восполнить пробелы, возникающие в результате такого образа жизни. Кроме того, имеются отдельные данные, указывающие на то, что трудоголизм влияет на обсессивно-компульсивное поведение и импульсивность. Например, полевое исследование Адреассена и др. (2016) показало, что трудоголизм связан с такими проблемами, как синдром дефицита внимания и гиперактивности, а также накопительство. Исследование Рахубинской и др. (2024) выявило, что трудоголизм связан с компульсивными покупками. Помимо этого, потребление кофеина также может влиять на импульсивные покупки. В этой связи Бисвас и др. (2023) обнаружили, что употребление кофеиносодержащих напитков перед походом за покупками повышает импульсивность, выражающуюся в приобретении большего количества товаров и трате большей суммы денег. В исследовании Амлунга и др. (2013) было установлено, что частота употребления кофеиносодержащих алкогольных напитков положительно коррелирует с такими факторами, как импульсивное принятие решений, отсутствие предварительного планирования, сенсорный поиск и позитивная срочность. Аналогичным образом, в исследовании Гранта и Чемберлена (2018) также было установлено, что более высокое потребление кофеина ассоциировалось с большей импульсивностью при выполнении определенных задач. В исследовании Джайлса и др. (2017) было установлено, что люди, привычно потребляющие большое количество кофеина, демонстрировали более выраженную моторную импульсивность.

В рамках данного исследования, в связи с ограниченностью времени и ресурсов, в Турции был проведен очный опрос на добровольной основе. Данные были собраны у 416 участников с использованием метода удобной выборки. Нормальность распределения данных оценивалась путем анализа уровней асимметрии и эксцесса. К инструментам измерения был применен подтверждающий факторный анализ, и были рассчитаны показатели качества подгонки. Для проверки гипотез использовалась модель структурных уравнений. Были рассчитаны прямые, общие и косвенные эффекты (эффекты посредничества) между переменными.

Согласно результатам модели структурных уравнений, влияние чрезмерной трудовой нагрузки, одного из подразмеров трудоголизма, на потребление кофеина является положительным и значимым ($\beta=0,464$; $p=0,019$), в то время как влияние компульсивной трудовой нагрузки, другого измерения, на потребление кофеина не является значимым ($p=0,230$). Кроме того, влияние чрезмерной занятости на импульсивные покупки не является значимым ($p=0,541$), а влияние компульсивной работы на импульсивные покупки также не является значимым ($p=0,902$). Более того, влияние потребления кофеина на импульсивные покупки является положительным и значимым ($\beta=0,256$; $P<0,001$), а потребление кофеина опосредует положительное влияние переработок на импульсивные покупки ($\beta=0,119$; $P=0,018$).

В результате можно сделать вывод, что перегруженные работой сотрудники, как правило, потребляют больше кофеина. Кроме того, видно, что аспект трудоголизма, связанный с переработками, косвенно влияет на импульсивные покупки. Другими словами, увеличение потребления кофеина, вызванное переработками, способствует росту числа импульсивных покупок. Помимо этого, было продемонстрировано, что зависимость от кофеина положительно влияет на импульсивные покупки. В контексте менеджмента и организационных наук результаты исследования указывают на то, что предприятиям следует учитывать не только рабочую нагрузку, но и неконтролируемое потребление стимулирующих веществ, таких как кофеин, при поощрении здорового поведения сотрудников. С другой стороны, с точки зрения маркетинга результаты исследования дают представление о потенциальном эффекте мер по стимулированию продаж, таких как предложение кофе бесплатно или по низкой цене. В будущих исследованиях выводы, касающиеся взаимосвязей между трудоголизмом, уровнем потребления кофеина и импульсивным покупательским поведением, могут быть обогащены за счет качественных исследований; взаимосвязи между переменными можно изучить с точки зрения различных веществ, таких как энергетические напитки или стимулирующие лекарственные препараты; а также можно выяснить, как динамика покупок или динамика отдельных секторов влияют на эти взаимосвязи. В результате данное исследование показывает, что трудоголизм — это не просто профессиональная проблема; он также влияет на снижение контроля над расходами через зависимость от кофеина.

Ключевые слова: трудоголизм, потребление кофеина, зависимость от кофеина, импульсивные покупки, потребитель.

संरचित सारांश:

आज की दुनिया में, जहाँ जीवन दिन-ब-दिन अधिक माँगपूर्ण और प्रतिस्पर्धी होता जा रहा है, कड़ी मेहनत को कई समाजों में एक महत्वपूर्ण मूल्य माना जाता है। इस संदर्भ में, अत्यधिक काम या ओवरवर्क से प्रेरित उपभोग में कैफीन का सेवन सबसे आगे है और यह अपेक्षित है कि वर्कहोलिज़्म ध्यान और प्रदर्शन बढ़ाने जैसी प्रेरणाओं के साथ अधिक कैफीनयुक्त उत्पाद जैसे कॉफी का सेवन करेंगे। हालाँकि, वर्कहोलिज़्म और कैफीन के सेवन तथा लत के बीच संबंध पर निष्कर्ष सीमित हैं। दूसरी ओर, यह अपेक्षित है कि कैफीन का सेवन, जिसके मनोवैज्ञानिक प्रभाव देखे गए हैं, उपभोग निर्णयों में परिलक्षित हो सकता है। हालाँकि, खरीदारी निर्णयों पर कैफीन सेवन के प्रभाव को पर्याप्त ध्यान नहीं मिला है। संक्षेप में, वर्कहोलिज़्म के कैफीन सेवन पर और इस माध्यम से आवेगपूर्ण खरीदारी पर संभावित प्रभावों की जांच करना इस शोध का प्राथमिक उद्देश्य निर्धारित किया गया है।

हालांकि निष्कर्ष सीमित हैं, यह कहा जा सकता है कि वर्कहोलिज़्म कैफीन की लत को प्रभावित कर सकता है।

उदाहरण के लिए, कुन एट अल. (2025) के अध्ययन में पाया गया कि व्यसनी श्रमिकों ने अधिक धूम्रपान किया, ऊर्जा पेय जैसे अधिक उत्तेजक उत्पादों का सेवन किया, और अधिक मनोवैज्ञानिक लक्षण प्रदर्शित किए। इसी तरह, ओज़सोय एट अल. (2025) के अध्ययन में पाया गया कि कार्य व्यसन का कैफीन व्यसन से सकारात्मक संबंध था। इसके अलावा, सालानोवा एट अल. (2016) के अध्ययन में पाया गया कि कार्य-व्यसनी लोग अधिक कैफीन और शराब का सेवन करते हैं। इनके अलावा, वर्कहोलिज़्म आवेग में खरीदारी को भी प्रभावित कर सकता है। वास्तव में, वर्कहोलिज़्म जो अपने काम से लगातार जुड़े रहने के कारण समस्याओं का अनुभव करते हैं और जो स्वयं और अपने परिवारों के लिए पर्याप्त समय नहीं दे पाते हैं, वे इस जीवनशैली से उत्पन्न होने वाली कमियों की भरपाई के लिए एक मुआवज़े वाली खपत के रूप में अधिक आवेग में खरीदारी कर सकते हैं। इसके अलावा, सीमित निष्कर्षों से यह संकेत मिला है कि वर्कहोलिज़्म जुनूनी व्यवहार और आवेग को प्रभावित करता है। उदाहरण के लिए, एंड्रियासेन एट अल. (2016) के क्षेत्र अनुसंधान से पता चला कि वर्कहोलिज़्म ध्यान अभाव/अधिक सक्रियता विकार और जमाखोरी जैसी समस्याओं से जुड़ा है। राचुबिन्स्का एट अल. (2024) के शोध में पाया गया कि वर्कहोलिज़्म बाध्यकारी खरीद से जुड़ा है। इनके अलावा, कैफीन का सेवन भी आवेगपूर्ण खरीद को प्रभावित कर सकता है। इस संबंध में, बिस्वास एट अल. (2023) ने पाया कि खरीदारी से पहले कैफीन युक्त पेय पदार्थों का सेवन करने से अधिक उत्पाद खरीदने और अधिक पैसा खर्च करने के मामले में आवेगशीलता बढ़ जाती है। अम्लंग एट अल. (2013) के अध्ययन में यह निर्धारित किया गया कि कैफीन युक्त अल्कोहलिक पेय पदार्थों का सेवन करने की आवृत्ति आवेगपूर्ण निर्णय लेने, पूर्व नियोजन की कमी, संवेदी खोज, और सकारात्मक तात्कालिकता जैसे कारकों से सकारात्मक रूप से संबंधित थी।

इसी तरह, ग्रांट और चेंबरलेन (2018) के अध्ययन में यह भी पाया गया कि अधिक कैफीन का सेवन कुछ कार्यों में अधिक आवेगशीलता से जुड़ा था। गाइल्स एट अल. (2017) के अध्ययन में यह निर्धारित किया गया कि आदतन अधिक कैफीन का सेवन करने वालों में अधिक मोटर आवेगशीलता देखी गई।

अनुसंधान के दायरे में, समय और संसाधनों की कमी के कारण, तुर्की में स्वेच्छिक आधार पर एक आमने-सामने का सर्वेक्षण किया गया।

सुविधा नमूना विधि का उपयोग करके 416 प्रतिभागियों से डेटा एकत्र किया गया। डेटा वितरण की सामान्यता का मूल्यांकन स्किउनेस और कर्टोसिस स्तरों की जांच करके किया गया। मापन उपकरणों के लिए पुष्टिकारी कारक विश्लेषण लागू किया गया, और गुडनेस-ऑफ-फिट मानों की गणना की गई। परिकल्पनाओं का परीक्षण करने के लिए एक संरचनात्मक समीकरण मॉडल का उपयोग किया गया। चरों के बीच प्रत्यक्ष, कुल और अप्रत्यक्ष प्रभाव (मध्यस्थता प्रभाव) की गणना की गई।

संरचनात्मक समीकरण मॉडल के परिणामों के अनुसार, अत्यधिक काम का प्रभाव, जो वर्कहोलिज़्म के उप-आयामों में से एक है, कैफीन की खपत पर सकारात्मक और महत्वपूर्ण है ($\beta=0.464$; $p=0.019$), जबकि जुनूनी काम का प्रभाव, जो एक अन्य आयाम है, कैफीन की खपत पर महत्वहीन है ($p=0.230$)। इसके अलावा, अत्यधिक काम का आवेगपूर्ण खरीद पर प्रभाव महत्वपूर्ण नहीं है ($p=0.541$), और जुनूनी काम का आवेगपूर्ण खरीद पर प्रभाव भी महत्वपूर्ण नहीं है ($p=0.902$)। इसके अलावा, कैफीन की खपत का आवेगपूर्ण खरीद पर प्रभाव सकारात्मक रूप से महत्वपूर्ण है ($\beta=0.256$;

$P < 0.001$), और कैफीन की खपत ओवरवर्किंग के इम्पल्स बाइंग पर सकारात्मक प्रभाव को मध्यस्थता करती है ($\beta = 0.119$; $P = 0.018$)।

परिणामस्वरूप, यह समझा जाता है कि अधिक काम करने वाले कर्मचारी अधिक कैफीन का सेवन करते हैं। इसके अतिरिक्त, यह देखा गया है कि वर्कहोलिज़्म के ओवरवर्किंग आयाम का अप्रत्यक्ष रूप से इम्पल्स बाइंग पर प्रभाव पड़ता है। दूसरे शब्दों में, ओवरवर्क के परिणामस्वरूप बढ़ी हुई कैफीन की खपत इम्पल्स खरीदारी में वृद्धि को प्रभावित करती है।

इनके अतिरिक्त, यह प्रदर्शित किया गया है कि कैफीन की लत आवेगपूर्ण खरीदारी को सकारात्मक रूप से प्रभावित करती है। प्रबंधन और संगठन विज्ञान के संदर्भ में, यह शोध सुझाव देता है कि व्यवसायों को स्वस्थ कर्मचारी व्यवहार को प्रोत्साहित करते समय न केवल कार्यभार पर, बल्कि कैफीन जैसे उत्तेजक उत्पादों की अनियंत्रित खपत पर भी विचार करना चाहिए। दूसरी ओर, विपणन के दृष्टिकोण से, शोध निष्कर्ष बिक्री संवर्धन प्रयासों जैसे कि मुफ्त में या कम कीमत पर कॉफी प्रदान करने के संभावित प्रभावों पर अंतर्दृष्टि प्रदान करते हैं। भविष्य के शोध में, वर्कहोलिज़्म, कैफीन की खपत के स्तर और आवेगपूर्ण खरीदारी के व्यवहार के बीच संबंधों के बारे में निष्कर्षों को गुणात्मक अध्ययनों के माध्यम से समृद्ध किया जा सकता है; चरों के बीच संबंधों की जांच ऊर्जा पेय या उत्तेजक दवाओं जैसे विभिन्न पदार्थों के संदर्भ में की जा सकती है; और खरीदारी या क्षेत्रीय गतिशीलता इन संबंधों को कैसे प्रभावित करती है, इस पर प्रकाश डाला जा सकता है। परिणामस्वरूप, यह शोध दर्शाता है कि वर्कहोलिज़्म केवल एक पेशेवर मुद्दा नहीं है; इसका कैफीन की लत के माध्यम से खर्च पर नियंत्रण कम करने पर भी प्रभाव पड़ता है।

कीवर्ड: वर्कहोलिज़्म, कैफीन का सेवन, कैफीन की लत, आवेगपूर्ण खरीदारी, उपभोक्ता।

Yapılandırılmış Özet:

Günümüzde, hayatın giderek daha zorlu ve rekabetçi hale geldiği bir dünyada, sıkı çalışma birçok toplumda önemli bir değer olarak kabul edilmektedir. Bu noktada, aşırı veya fazla çalışmadan kaynaklanan tüketim alışkanlıklarının başında kafein tüketimi gelmektedir ve işkoliklerin dikkat ve performansı artırmak gibi motivasyonlarla kahve gibi kafeinli ürünleri daha fazla tüketmesi beklenebilir. Bununla birlikte, işkoliklik ile kafein tüketimi ve bağımlılığı arasındaki ilişkiye dair bulgular sınırlıdır. Öte yandan, psikolojik etkileri olduğu görülen kafein tüketiminin, tüketim kararlarına yansiyabileceği beklenmektedir. Ancak, kafein tüketiminin alışveriş kararları üzerindeki etkisi yeterince incelenmemiştir. Kısaca, işkolikliğin kafein tüketimi ve dolayısıyla dürtüsel satın alma üzerindeki olası etkilerinin incelenmesi bu araştırmanın temel amacı olarak belirlenmiştir.

Bulgular sınırlı olsa da, işkolikliğin kafein bağımlılığını etkileyebileceği ileri sürülebilir. Örneğin, Kun vd.'nin (2025) çalışması işe bağımlı çalışanların daha fazla sigara içtiğini, enerji içecekleri gibi uyarıcı ürünleri daha fazla tükettiğini ve daha fazla psikopatolojik semptom gösterdiğini bulmuştur. Benzer şekilde, Özsoy vd.'nin (2025) çalışması, iş bağımlılığının kafein bağımlılığıyla pozitif bir ilişki içinde olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, Salanova vd.'nin (2016) çalışması, işkoliklerin daha fazla kafein ve alkol tükettiğini belirlemiştir. Bunların ötesinde, işkoliklik dürtüsel alışverişi de etkileyebilir. Sürekli işlerine bağlı olmaktan dolayı sorun yaşayan ve kendilerine ve ailelerine yeterli zaman ayıramayan işkolikler, bu yaşam tarzından kaynaklanan boşlukları telafi etmek için daha fazla dürtüsel alışveriş yapabilir. Dahası, sınırlı bulgular işkolikliğin takıntılı davranışları ve dürtüsellliği etkilediğini göstermiştir. Örneğin, Adreassen vd.'nin (2016) saha araştırması, işkolikliğin dikkat eksikliği/hiperaktivite bozukluğu ve istifçilik gibi sorunlarla ilişkili olduğunu belirlemiştir. Rachubińska vd.'nin (2024) araştırması, işkolikliğin kompulsif satın alma ile ilişkili olduğunu bulmuştur. Bunlara ek olarak, kafein tüketimi de dürtüsel satın almayı etkileyebilir. Bu bağlamda, Biswas vd. (2023), alışverişten önce kafeinli içecek tüketmenin, daha fazla ürün satın alma ve daha fazla para harcama açısından dürtüsellliği artırdığını bulmuştur. Amlung vd. (2013) tarafından yapılan çalışmada, kafeinli alkollü içecek tüketme sıklığının, dürtüsel karar verme, önceden planlama eksikliği, duygusal arayış ve olumlu aciliyet gibi faktörlerle pozitif olarak ilişkili olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde, Grant ve Chamberlain'in (2018) çalışması da daha yüksek kafein alımının belirli görevlerde daha fazla dürtüsellikle ilişkili olduğunu bulmuştur. Giles vd.'nin (2017) çalışması, alışkanlık haline gelmiş yüksek kafein tüketicilerinin daha fazla motor dürtüsellik sergilediğini belirlemiştir.

Araştırma kapsamında, zaman ve kaynak kısıtlamaları nedeniyle, Türkiye'de gönüllülük esasına dayalı olarak yüz yüze bir anket gerçekleştirilmiştir. Veriler, kolay örnekleme yöntemi kullanılarak 416

katılımcıdan toplanmıştır. Veri dağılımının normalliği, çarpıklık ve basıklık düzeyleri incelenerek değerlendirilmiştir. Ölçüm araçları için doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve uyum iyiliği değerleri hesaplanmıştır. Hipotezleri test etmek için yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Değişkenler arasındaki doğrudan, toplam ve dolaylı etkiler (aracılık etkileri) hesaplanmıştır.

Yapısal eşitlik modeli sonuçlarına göre, işkolikliğin alt boyutlarından olan aşırı çalışmanın kafein tüketimi üzerindeki etkisi pozitif ve anlamlıdır ($\beta=0,464$; $p=0,019$), diğer bir boyut olan kompulsif çalışmanın ise kafein tüketimi üzerindeki etkisi anlamsızdır ($p=0,230$). Ayrıca, aşırı çalışmanın dürtüsel satın alma üzerindeki etkisi anlamlı değildir ($p=0,541$) ve kompulsif çalışmanın dürtüsel satın alma üzerindeki etkisi de anlamlı değildir ($p=0,902$). Bunların yanında, kafein tüketiminin dürtüsel satın alma üzerindeki etkisi pozitif ve anlamlıdır ($\beta=0,256$; $P<0,001$) ve kafein tüketimi, aşırı çalışmanın dürtüsel satın alma üzerindeki pozitif etkisine aracılık etmektedir ($\beta=0,119$; $P=0,018$).

Sonuç olarak, aşırı çalışan bireylerin daha fazla kafein tüketme eğiliminde olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca, işkolikliğin aşırı çalışma boyutunun dürtüsel satın almayı dolaylı olarak etkilediği görülmektedir. Başka bir deyişle, aşırı çalışmadan kaynaklanan artan kafein tüketimi, dürtüsel satın almalarındaki artışı etkilemektedir. Bunlara ek olarak, kafein bağımlılığının dürtüsel satın almayı pozitif yönde etkilediği ortaya konulmuştur. Yönetim ve organizasyon bilimi bağlamında bu araştırma, işletmelerin sağlıklı çalışan davranışlarını teşvik ederken yalnızca iş yükünü değil, aynı zamanda kafein gibi uyarıcı ürünlerin kontrolsüz tüketimini de dikkate almaları gerektiğini öne sürmektedir. Öte yandan pazarlama perspektifinden bakıldığında araştırma bulguları, kahvenin ücretsiz veya düşük fiyata sunulması gibi satış tutundurma çabalarının potansiyel etkilerine dair içgörü sağlamaktadır. Gelecekteki araştırmalarda, işkoliklik, kafein tüketim düzeyleri ve dürtüsel satın alma davranışı arasındaki ilişkilere dair bulgular nitel çalışmalarla zenginleştirilebilir; değişkenler arasındaki ilişkiler enerji içecekleri veya uyarıcı ilaçlar gibi farklı maddeler açısından incelenebilir; ve alışveriş veya sektörel dinamiklerin bu ilişkileri nasıl etkilediği aydınlatılabilir. Sonuç itibarıyla bu araştırma, işkolikliğin yalnızca mesleki bir sorun olmadığını; aynı zamanda kafein bağımlılığı aracılığıyla harcamalar üzerindeki kontrolün azalması üzerinde de etkili olduğunu ortaya koymaktadır.

Anahtar Kelimeler: İşkoliklik, Kafein Tüketimi, Kafein Bağımlılığı, Dürtüsel Satın Alma, Tüketici.

www.turkishstudies.net/economy**Turkish Studies - Economics, Finance, Politics**

eISSN: 2667-5625

**ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY**

The Effect of Workaholism on Caffeine Addiction and Impulse Buying: A Field Research in Türkiye

Introduction

Some people may carry their work into multiple situations, such as driving, attending funerals, or meeting friends, and suffer from excessive work behavior. Unlike working for success, workaholism, characterized by excessive and uncontrolled workin, discomfort when not working, and an inability to relax without work, is a problematic addiction that can not be ignored (Robinson & Flowers, 2004). Indeed, in today's challenging living conditions and increasing competition, hard work is considered an important value in many societies. In this context, caffeine consumption is one of the consumption patterns associated with excessive or overworking. Since workaholism is a problematic condition requiring resources such as attention, focus and energy, it can be expected that workaholics will consume more caffeinated products like coffee to improve attention and performance. However, findings on the relationship between workaholism and caffeine consumption and addiction are limited.

Caffeine is a popular stimulant widely consumed on daily basis from products such as coffee, tea, soda, and energy drinks (Biswas et al., 2023). People may consume caffeine for various reasons, including; improving attention (helping when tired, facilitating focus and staying awake, providing energy, motivating work, etc.), habit (becoming an enjoyable part of daily life, etc.), mood (improving mood, relaxing, etc.), social (use in social settings, facilitating socialization with others, etc.), taste (liking its taste, etc.), symptom management (improving headaches or blood pressure, etc.) (Ágoston et al., 2018), and enhancing athletic performance (Samoggia & Rezzaghi, 2021).

At this point, caffeine consumption has been a variable studied in recent years in terms of its effects on consumers. Since this behavior psychologically affects people, it is expected to have implications for their purchasing decisions. Indeed, consumers may shop online or in physical stores while consuming caffeine or immediately after consuming it. Research generally shows that caffeine is associated with dopamine release and increased energy stimulation. However, the effect of caffeine consumption on shopping decisions has not received sufficient attention (Biswas et al., 2023). This research, therefore, examines the possible effects of workaholism on caffeine consumption and, through it, on impulsive buying.

Conceptual Framework

Workaholism and Its Effects

Workaholism, defined as excessive and compulsive work that negatively impacts health, happiness, and social functioning (Oates, 1971), is a significant public health problem in modern life, particularly due to the preference and rewarding of highly motivated and hardworking employees (Ravoux et al., 2018; Andreassen, 2014). Although there is no consensus on its conceptualization, many studies explain workaholism through emotional (enjoying work, feeling

guilt and anxiety when not working), cognitive (being obsessive about work), and behavioral (excessive working hours, mixing personal life and work) dimensions (Ng et al., 2007). Like other addictions, workaholism has negative consequences and can be observed even in people with high income and education levels (Hamermesh & Slemrod, 2005). This dependency is related to many variables, including achievement oriented personality traits (Clark et al., 2016; Clark et al., 2010), financial needs, employer guidance, industry conditions, and job passion (Snir & Harpaz, 2012).

Recent research on workaholism shows that it has many negative effects, including depression, anxiety, deteriorating health, decreased well-being and family satisfaction, work-family conflict, burnout, work stress, and decreased productivity (Gillet et al., 2021; Clark et al., 2016; Andreassen, 2014; Tabassum & Rahman, 2013; Britt et al., 2013). For example, Menghini & Balducci's (2024) study found that blood pressure, emotional exhaustion, and sleep disorders were higher on days with high levels of workaholism. Akutsu et al.'s (2022) study, conducted in Japan across different professions and sectors, revealed that the competitive work environment positively affects relative ill health both directly and indirectly through workaholism. In a study conducted by Salanova et al. (2016) with hospital staff in Spain, it was determined that workaholics experienced more sleep problems (waking up tired, falling asleep while driving, sleeping less on weekends, poor sleep quality, etc.). Furthermore, it was found that sleep deprivation mediated the effect of workaholism on cardiovascular risk. In addition to these, workaholism appears to be associated with increased work-family conflict (Liu et al., 2024; Sawhney et al., 2023; Molino et al., 2016; Molino et al., 2016) and worsening of children's health or psychological well-being (Chamberlin & Zhang, 2009; Robinson, 2000).

Caffeine Consumption

Caffeine is the most popular psychoactive substance consumed worldwide, and its use is increasing primarily due to population growth and cultural factors (Quadra et al., 2020). A study conducted in America found that 85% of consumers consume caffeine, largely from beverages (Tran et al., 2016). A national study by Mitchell et al. (2025) found that 69% of Americans consume caffeinated beverages at least once a day, with the majority coming from coffee. The top 10% consumed 520 mg per day. A previous study by Mitchell et al. (2014) showed that 85% of the population consumed caffeinated beverages daily, with an average daily consumption of 165 mg, and the highest consuming group consuming 380 mg. In addition, due to the recent developments and introduction of product options such as energy drinks and mats, which can meet energy, flavor, and relaxation needs, the market is expanding (Samoggia et al., 2021).

The consumption of caffeinated products, especially coffee, varies depending on many factors such as personal preferences (sensory motivations, functional motivations, health beliefs, habits, etc.), economic characteristics (price, promotion, etc.), product characteristics (sustainable organic product, etc.), consumption context (at work, at home, at breakfast, etc.), and sociodemographic characteristics (age, gender, income, etc.) (Samoggia & Riedel, 2018). In Antoniak et al.'s (2025) study, it was determined that taste, stimulation, habit, and health benefits explained the high preference for coffee. Furthermore, it was found that the frequency of coffee consumption was influenced by habit and relaxation variables. Therefore, it can be assumed that coffee consumption is largely driven by emotions and habits.

In a field study conducted by Maqsood et al. (2020) with university students in Pakistan, it was observed that the vast majority of participants consumed caffeine, with the most common reasons cited being factors such as making them more alert and energetic, experiencing withdrawal symptoms, and being able to work long hours. Furthermore, caffeine's effects on irregular heartbeat, feelings of unease, and sleep disturbances were identified as reasons for not consuming caffeine. In addition, it was found that men were more prone to caffeine consumption.

Choi's (2020) field research categorized university students' motivations for caffeine consumption into alertness, taste, mood, socialization, health benefits, and habit. It was also determined that coffee consumption was primarily driven by alertness and habit, while tea consumption was influenced by socialization. Furthermore, it was found that smokers consumed more coffee, and that those who generally consumed caffeinated beverages had lower sleep quality.

In a study by Giesinger et al. (2015) that examined doctors' coffee purchases from hospital canteens in Switzerland, it was determined that senior doctors and managers consumed more coffee. The study also found that 84% of doctors bought coffee, and there was a correlation between their specialty and annual coffee purchases (most purchases by orthopedic surgeons with 189, followed by radiology doctors with 177, general surgery doctors with 167, and least purchases by anesthesiologists with 39).

In Olsen's (2013) research with students at the University of New Hampshire, it was found that coffee was the most popular caffeinated beverage on campus and Dunkin' Donuts was the most popular place to buy it. Furthermore, it was observed that students consumed caffeinated beverages especially when they hadn't slept enough the night before, before long distance driving, and before an exam. Therefore, it was concluded that students were aware of the benefits of caffeine consumption.

The Effects of Caffeine Consumption

Studies show that caffeine intake increases attention or alertness, reduces fatigue, which is particularly important in low-arousal situations such as night work, improves performance in tasks requiring sustained reaction time, and people tend to benefit from these effects. On the other hand, excessive use has been associated with anxiety and sleep disorders, especially in sensitive individuals (Smith, 2002). Furthermore, withdrawal symptoms such as headaches and fatigue can occur when caffeine is discontinued (Rodda et al., 2020). In short, while research shows that caffeine is beneficial for cognitive function, excessive use has raised health concerns (Chen et al., 2019).

It is important to be aware of the positive effects of caffeine, an important part of the diet and available for consumption throughout the day, such as increased alertness/attention, or its negative effects, such as experiencing psychological problems when withdrawing from it (Canty, 2023). At this point, it is suggested that excessive caffeine use can cause anxiety and restlessness. Furthermore, excessive caffeine use is associated with problems such as addiction, sleep disorders, and cardiovascular diseases. On the other hand, caffeine's positive effects on memory, mood, and physical performance are noteworthy (Rauf et al., 2025). For example, Smith's (2022) research found that those who consumed caffeine were more alert, which increased attention and was associated with higher performance in certain response tasks.

Caffeine Addiction

Addiction specialists have long stated that caffeine addiction exists, that quitting caffeine causes withdrawal symptoms, and that this is clinically significant (Budney et al., 2013). While low to moderate caffeine consumption, derived from coffee beans or seeds, coffee, tea-like beverages, cocoa or chocolate containing products, and medications (painkillers, stimulants, sports supplements, etc.), is generally beneficial, high consumption can lead to health problems such as anxiety, insomnia, restlessness, and tachycardia. Furthermore, excessive use can result in physical dependence and withdrawal symptoms. Although not as harmful as substances like cocaine or heroin, caffeine addiction can develop, making it difficult for people to quit and causing harm. Indeed, caffeine addiction is described as a clinical disorder in the DSM-5 (The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders) (Uddin et al., 2017). In short, caffeine users can become addicted to it, have difficulty controlling their use, and consequently experience health problems.

A study by Amer et al. (2023) conducted with public health service providers in the United Arab Emirates found that caffeine consumption prevalence was 94.3% and caffeine dependence was approximately 61%. Coffee, tea, and chocolate were the most commonly consumed caffeine containing products. The study reported side effects associated with caffeine consumption, including sleep disorders, stomach problems, and heart problems.

Excessive caffeine consumption or caffeine addiction appears to be associated with psychological health and sleep problems. However, employees, especially those in certain professions, may consume excessive amounts of caffeinated beverages like coffee for the energy needed for their efficiency and productivity. A study by Asavatharakul & Kalayasiri (2024) conducted with employees of a business in Bangkok found that all employees consumed coffee and 77.3% were coffee addicts. Furthermore, the study revealed a positive correlation between caffeine addiction, depression and poor sleep quality.

Impulse Buying

Impulse buying, which can also be expressed as “instant buying” in Turkish (Durmaz & Akdogan, 2026), is defined as a kind of unplanned purchasing behaviour, is driven by a sudden and powerful impulses that a customer typically engages in after seeing a product, has long attracted the attention of researchers (Rook, 1987; Bellenger et al., 1978; Clover, 1950). These purchases differ from behaviors such as panic buying and compulsive buying, and on the other hand, they attract the attention of researchers because they highlight and attempt to understand the characteristics of the purchasing process (Aydinlioglu & Gencer, 2020). At this point, impulse buying is influenced by numerous internal and external factors (Iyer et al., 2020) including; store environment (design, etc.) (Mohan et al., 2013; Chang et al., 2011), sales promotion practices such as immediate rewards (Liao et al., 2009), level of self-control (Roberts & Manolis, 2012), personality, emotions (Lin & Chen, 2012), and materialism (Podoshen & Andrzejewski, 2012). On the other hand, although it can have outcomes such as pleasure and satisfaction, impulse buying generally has several negative consequences such as guilt, regret, cognitive dissonance, and financial problems (Beikverdi et al., 2024; Çelik et al., 2019; Dittmar et al., 1996; Rook, 1987). Therefore, numerous studies have been conducted on the antecedents of impulse shopping, which can be described as a problematic type of consumer behavior that needs to be managed.

Hypothesis Development

Workaholism appears to be associated with certain problematic and addictive consumption behaviors. For example, in the field research of Airagnes et al. (2024), it was determined that workaholism has a direct effect on smoking and an indirect effect through burnout. Furthermore, it was found that workaholism affects alcohol consumption through burnout. It can also be suggested that caffeine addiction may be one of the consumption behaviors affected by workaholism.

Indeed, workaholics are characterized by low self-esteem, high levels of obsessive-compulsiveness, and impulsivity. Furthermore, it can be expected that workaholics may become dependent on attention and performance enhancing substances like caffeine to improve performance and facilitate long working hours. However, evidence supporting this is limited. In the study by Kun et al. (2025), it was determined that workaholic employees smoked more, consumed more stimulant products such as energy drinks, and exhibited more psychopathological symptoms. Similarly, in the study by Özsoy et al. (2025), a positive correlation between workaholism and caffeine addiction was found. In addition, in the study conducted by Salanova et al. (2016) with hospital employees, it was understood that workaholics consumed more caffeine and alcohol. In short, although the findings are limited, the research hypothesis that workaholism may be related to caffeine addiction is put forward for testing.

H₁: Workaholism positively affects caffeine addiction.

Although workaholism receives widespread attention in popular media, empirical findings regarding its effects are insufficient. In general, workaholism is suggested to be associated with poor mental and physical health, distrust of others, perfectionism at work, obsessions, burnout, and poor social relationships (Clark et al., 2016; Ng et al., 2007). For example, workaholics may be physically present with their families but emotionally detached, leading to a disconnected life (Robinson, 2000). Research indicates that workaholism reduces family life satisfaction (Gillet et al., 2021) and increases work-family conflict (Sawhney et al., 2023; Molino et al., 2016). Meier et al.'s (2021) field research found a positive correlation between workaholism and leisure time conflict. Ultimately, it can be argued that workaholics, who experience problems due to being constantly connected to their work and unable to dedicate enough time to themselves and their families, may engage in more impulse buying as a way to compensate for the emptiness arising from this lifestyle.

In addition, research showing that workaholism affects obsessive behaviors and impulsivity suggests that it may influence impulse buying. For example, in the field research of Adreassen et al. (2016), workaholism was found to be positively correlated with psychiatric symptoms including attention deficit/hyperactivity disorder, obsessive-compulsive disorder encompassing problematic consumption such as hoarding. In the research of Rachubińska et al. (2024), it was understood that workaholism is associated with compulsive buying (work dependency was observed in 26% of those with compulsive buying disorder and 12% of those without). In the research of Özsoy et al. (2025), it was determined that work dependency is positively correlated with shopping addiction. In addition to these, Kacprzak & Pawłowska's (2017) research found a positive correlation between workaholism and shopping overflow, which refers to feeling overwhelmed by service and market information when making purchases. Based on this research and explanations, it can be expected that workaholics experiencing excessive workloads may find shopping cumbersome or engage in more impulse shopping due to their inability to conduct a conscious shopping process.

H₂: Workaholism positively affects impulse buying.

Although impulsivity may be related to caffeine consumption (Heaton, 2012), evidence regarding the effects of caffeine consumption on impulse buying is limited. However, people consume large amounts of coffee, and businesses can influence consumers by offering coffee drinking areas in stores. Consequently, it appears that pre-purchase caffeine consumption can increase consumer spending (Biswas et al., 2022). In experimental research conducted by Biswas et al. (2023) in retail stores and laboratories, it was found that consuming caffeinated beverages before shopping increased impulsivity in terms of purchasing and spending more products (especially hedonic products such as butter, chocolate, and salted popcorn). Therefore, it is recommended that consumers who want to control their impulse spending should avoid consuming caffeinated beverages before shopping.

Amlung et al.'s (2013) study with undergraduate students found a positive correlation between the frequency of caffeinated alcoholic beverage consumption and factors such as impulse decision-making, lack of planning, sensory seeking, and urgency. Similarly, Grant & Chamberlain's (2018) study found that higher caffeine intake was associated with greater impulsivity and irrational choices in certain tasks. Jones & Lejuez's (2005) study with university students revealed that high caffeine consumption was associated with sensory stimulation (sensation seeking). Likewise, Giles et al.'s (2017) study determined that habitual high caffeine consumers exhibited greater motor impulsivity. Therefore, research hypotheses suggesting that caffeine addiction may influence impulse buying and that workaholism may influence impulse buying through caffeine addiction are being put forward for testing.

H₃: Caffeine addiction positively affects impulse buying.

H₄: Caffeine addiction plays a mediating role in the positive effect of workaholism on impulse buying.

The research model, showing the variables of the study and the relationships between them, is shown in Figure 1.

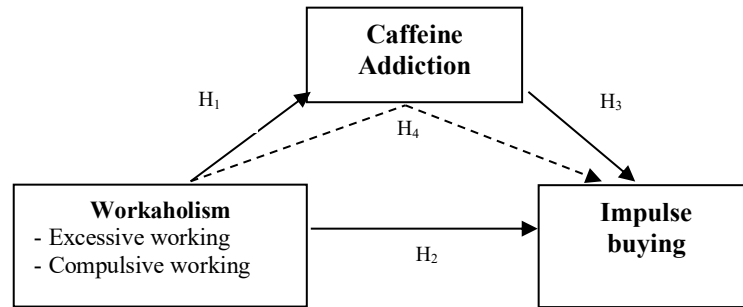


Figure 1. Research Model

Method

As part of this descriptive field study, primary data were collected from 416 participants using convenience sampling to test the proposed hypotheses. The sample size was assumed to be sufficient to represent the population within a 95% confidence interval (Yazıcıoğlu and Erdoğan, 2004: 50). In this context, due to time and resource constraints, face-to-face surveys were conducted on a voluntary basis with public and private sector employees and self-employed individuals in Türkiye, utilizing the convenience sampling method. AMOS statistical software packages were employed for the analyses.

The study was approved by the Kırıkkale University Social and Human Sciences Research Ethics Committee on 20.09.2025, with session no: 9. In the study, three different measurement tools were used: Firstly, to measure workaholism, the workaholism scale developed by Schaufeli et al. (2006) was used. The adaptation of the scale into Turkish was carried out by Dogan & Tel (2011) and it consists of 14 statements and has two dimensions: “excessive working” and “compulsive working”. The statements are in a 5-point Likert structure (answer options: 1. Not suitable for me at all, 2. Not suitable for me, 3. Somewhat suitable for me, 4. Suitable for me, 5. Completely suitable for me) and do not contain reverse-coded questions. To measure impulse buying, the studies of Weun et al. (1998) and Verhagen & Van Dolen (2011) were used through translation and adaptation. This scale consists of 5 items and a single dimension. The items are in a 5-point Likert structure (answer options: 1. Never, 2. Rarely, 3. Sometimes, 4. Frequently, 5. Always) and do not contain reverse-coded statements. To measure caffeine addiction, the measurement tool in the study of Amer et al. (2023) was used through translation. The scale consists of 7 statements and a single dimension. The statements are in a 5-point Likert format (answer option: 1. I strongly disagree 2. I disagree 3. I am undecided 4. I agree 5. I strongly agree) and do not include reverse-coded questions. Finally, to determine demographic characteristics, participants were asked categorical questions regarding gender, marital status, education, age, income, and employment status.

Confirmatory factor analysis was applied to the measurement instruments, and goodness-of-fit values were calculated. The normality of the data distribution was evaluated by examining the levels of skewness and kurtosis. Structural equation model was used to test the hypotheses. Direct and indirect effects (mediation effect) between variables were calculated.

Demographic Characteristics

64.7% of the participants were women and 35.3% were men. In terms of age, the 18-28 age group had the highest percentage at 33.2%, followed by the 29-39 age group at 30.3%. The 40-50 age group accounted for 26%, and the 51 years and older group for 10.6%. Regarding educational attainment, 47.4% of participants held a bachelor's degree or higher, 34.4% had a high school diploma or lower, and 18.3% had an associate's degree. In terms of income, 60-89,990 TL group has the highest percentage with 38.2%. This was followed by the 30-59,990 TL income group with percentage of 32.0%. 56.3% of the participants are married and 43.8% are single. Furthermore, 37.7% of the participants work in the public sector, 38.8% in the private sector, and 26.4% are self-employed. Demographic characteristics of the sample are presented in Table 1.

Table 1: Demographic Characteristics

		Frequency	Percentage
Gender	Female	269	64,7
	Male	147	35,3
Age	18-28	138	33,2
	29-39	126	30,3
	40-50	108	26,0
	51 and older	44	10,6
Educational Status	High school and below	143	34,4
	Associate degree	76	18,3
	Bachelor's degree and above	197	47,4
Income	Under 30.000 TL	66	15,9
	30-59.999 TL	133	32,0
	60-89.999 TL	159	38,2
	90-119.999 TL	30	7,2
	120.000 TL and above	26	6,7
Marital Status	Married	234	56,3
	Single	182	43,8
Working Status	Public sector	157	37,7
	Private sector	149	35,8
	Entrepreneur/self-employed	110	26,4

Confirmatory Factor, Reliability, and Normal Distribution Analyses

According to the confirmatory factor analysis performed on the research measurement model, the standardized path coefficients of the items in the questionnaire are given in Table 2. Accordingly, the standardized path coefficients of all items in the three scales are significant ($p < 0.001$). The relevant values range from 0.43 to 0.91, indicating that they have sufficient magnitude (Hair et al., 1998: 112). Three items were removed from the workaholism questionnaire due to their low path coefficients and negative impact on goodness-of-fit values. In addition, improvements in fit values were achieved by considering the modification indices recommended by the AMOS program. In terms of heterotrait-monotrait ratio (HTMT) which is used to analyse discriminant validity (Henseler vd., 2015) all HTMT ratios were found to be below 0.90.

Table 2: Measurement Model, Reliability and Normal Distribution Analyses

Items	Std B.	S. E.	t	p
Workaholism- Excessive Working: <i>AVE=0.28, CR=0.76, Cronbach's Alpha=0.75; Mean=3.01, Skewness=-0.04, Kurtosis= -0.062</i>				
I find myself doing two or three things at once, like taking notes and eating while talking on the phone.	0,434	-	-	-
I feel guilty when I'm not working on something.	0,578	0.118	9.73	<0,001
I spend more time working than I do with friends, on my hobbies, or on leisure activities.	0,656	0.109	9.72	<0,001
Even when my colleagues at work stop working, I find myself continuing to work.	0,632	0.107	8.74	<0,001
I put myself under pressure by setting time limits for finishing tasks within a certain timeframe.	0,572	0.115	9.32	<0,001
I take on far more work than I can handle	0,650	0.118	9.73	<0,001
Workaholism- Compulsive Working: <i>AVE=0.48, CR=0.85, Cronbach's Alpha=0.81; Mean=3.14, Skewness =-0.08, Kurtosis = -0.074</i>				
Even if I don't enjoy the work I do, I feel compelled to work hard.	0.691	-	-	-
I usually feel that there's something inside me that pushes me to work hard.	0.794	0.081	13.91	<0,001
Whether I want to do something or not, I feel an inner compulsion to work very hard on it.	0.725	0.076	13.19	<0,001
Even if I want to take a break from work for a while, I often find myself thinking about it.	0.651	0.080	11.70	<0,001
Even if I don't enjoy the work I do, working hard is important to me	0.545	0.076	10.09	<0,001
Caffeine Addiction: <i>AVE=0.69, CR=0.94, Cronbach's Alpha=0.94; Mean=2.11, Skewness=0.76, Kurtosis=-0.52</i>				
When I don't consume as many caffeinated products as I usually do, I feel tired.	0.749	-	-	-
I generally experience a strong craving if I don't consume as much caffeine as I usually do.	0.739	0.047	19.33	<0,001
I need to consume caffeine-containing products every day.	0.776	0.049	21.61	<0,001
Starting the day without caffeine makes me anxious.	0.897	0.057	19.28	<0,001
I get anxious when I cut out caffeine.	0.899	0.054	19.28	<0,001
I have difficulty completing my daily tasks without caffeine.	0.909	0.056	19.72	<0,001
7. I get headaches when I don't consume caffeinated products.	0.824	0.060	17.54	<0,001
Impulse Buying: <i>AVE=0.56, CR=0.86, Cronbach's Alpha=0.85; Mean=2.73, Skewness=0.25, Kurtosis=-0.60</i>				
I make purchases I haven't planned in advance.	0.661	-	-	-
I make spontaneous purchases.	0.759	0.091	12.088	<0,001
I make purchases that are not on my shopping list.	0.796	0.096	12.327	<0,001
When I see a product that interests me, I buy it without thinking too much about the consequences.	0.761	0.104	11.744	<0,001
I make impulsive purchases that I cannot resist.	0.757	0.101	11.348	<0,001

When the averages are evaluated, the level of the excessive work dimension of workaholism was calculated as 3.01, the level of the compulsive work dimension as 3.14, the level of caffeine addiction as 2.11, and the level of impulse buying as 2.75. While the levels of the workaholism dimensions had an average value according to the 5-point Likert scale, the levels of caffeine addiction and impulse buying were found to be below the average. Relatively, the levels of excessive work and compulsive work were higher than the others. The suitability of the data to a normal distribution was evaluated according to the skewness and kurtosis levels. Considering that the absolute values of the skewness and kurtosis levels were below 1 and the error levels were also low (Kalaycı, 2009), it can be said that the distribution satisfies the normality assumption.

Hypothesis Testing

The hypotheses were tested using structural equation modeling. No items were removed or modified in addition to the measurement model. The goodness-of-fit values calculated for both the measurement model and the structural equation model, along with the accepted reference values in the literature, are given in Table 3. Accordingly, all values are found to be at a sufficient level and meet the goodness-of-fit criteria.

Table 3: Model Goodness of Fit Values

Model Fit Criteria	Measurement Model	Path Analysis Values	Reference Values*
CMIN/DF	1,64	1,64	<5
RMR	0,079	0,079	<0,08
GFI	0,93	0,93	>0,80
AGFI	0,91	0,91	>0,80
NFI	0,93	0,93	>0,80
CFI	0,97	0,97	>0,90
RMSEA	0,04	0,04	<0,10

* Doll, Xia & Torkzadeh (1994); Byrne & Campbell (1999); Kline (2016).

Figure 2 presents the findings regarding the structural equation model. No items were removed or modified in addition to the measurement model.

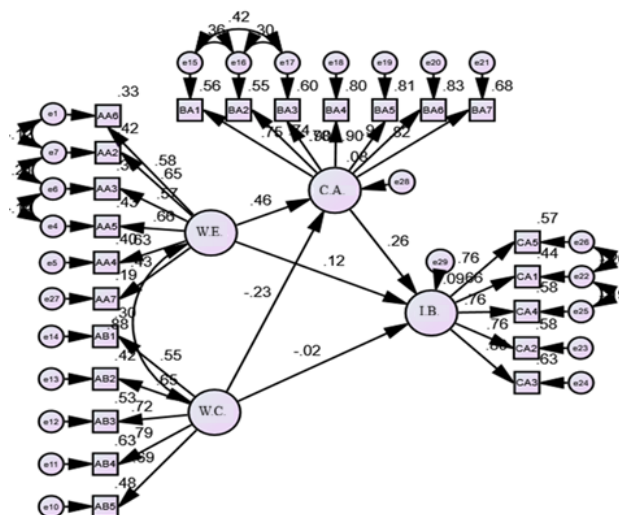


Figure 2. Structural Equation Model

According to the path analysis findings, the relationships between variables are given in Table 4. Accordingly, the effect of excessive working, a sub-dimension of workaholism, on caffeine addiction is positive and significant ($\beta=0.464$; $p=0.019$). On the other hand, the effect of compulsive work, another sub-dimension of workaholism, on caffeine addiction is not significant ($\beta=-0.231$; $p=0.230$). Therefore, “H₁: Workaholism positively affects caffeine addiction” is partially supported. The effect of excessive working on impulse buying is not significant ($\beta=0.119$; $p=0.541$). Similarly, the effect of compulsive working on impulse buying is also not significant ($\beta=-0.023$; $p=0.902$). Therefore, the hypothesis “H₂: Workaholism positively affects impulse buying” is not supported.

Furthermore, the effect of caffeine addiction on impulse buying is positive and significant ($\beta=0.256$; $P<0.001$). Therefore, hypothesis “H₃: Caffeine addiction positively affects impulse buying” is supported. In addition, caffeine addiction has a positive and significant mediating role in the effect of excessive work on impulse buying ($\beta=0.119$; $p=0.018$). The lack of a significant direct effect of excessive working on impulse buying indicates that caffeine consumption has a full mediating effect. On the other hand, caffeine addiction does not have a significant mediating role in

the effect of compulsive working on impulse buying ($\beta=-0.059$, $p=0.180$). Therefore, hypothesis of “H₄: Caffeine addiction plays a mediating role in the positive effect of workaholism on impulse buying” is partially supported.

Table 4: Direct and Indirect Effects Between Variables in the Model

Direct Effect			Std. β .	Std. Error	t	p	
Workaholism-Excessive working	►	Caffeine Addiction	0.464	0.260	2.339	0.019	
Workaholism-Compulsive working	►	Caffeine Addiction	-0.231	0.219	-1.200	0.230	
Workaholism-Excessive working	►	Impulse Buying	0.119	0.213	0.611	0.541	
Workaholism-Compulsive working	►	Impulse Buying	-0.023	0.178	-0.123	0.902	
Caffeine Addiction	►	Impulse Buying	0.256	0.050	4.330	<0,001	
Indirect Effect (Mediating Effect)			Std. β .	%95 Confidence Interval		Std. Error	p
				LL	UL		
Workaholism-Excessive working	►	Caffeine Addiction	0,119	0,039	0,254	0,064	0,018
Impulse Buying							
Workaholism-Compulsive working	►	Caffeine Addiction	-0,059	-0,173	0,016	0,058	0,180
► Impulse Buying							

Discussion

The finding in this study that workaholism positively influences caffeine addiction is consistent with studies showing that workaholism is associated with problematic use of attention and performance enhancing products like energy drinks (Kun et al., 2025), caffeine consumption (Salanova et al., 2016) and caffeine dependence (Özsoy et al., 2025). However, the idea that workaholism can directly affect impulse buying as a kind of compensatory consumption has not been supported. This finding seems to contradict research suggesting that workaholism influences problematic consumption behaviors (Andreassen et al., 2016), compulsive buying or shopping addiction (Özsoy et al., 2025; Rachubińska et al., 2024), and is associated with greater social problems and leisure conflict (Sawhney et al., 2023; Gillet et al., 2021; Meier et al., 2021; Molino et al., 2016). This situation may be related to the fact that workaholism, which means inability to allocate time for other activities, and constant focus on work-related issues, may also mean that more resources cannot be allocated to shopping based on impulses directly. In short, contrary to what is suggested in the theoretical part of the study, it is considered significant that workaholism does not have a direct effect on impulse buying.

Furthermore, the study's finding that the excessive work dimension of workaholism positively affects impulse buying through caffeine addiction is similar to research findings showing that pre-purchase caffeine consumption increases spending (Biswas et al., 2022), impulsivity in terms of buying, spending more (Biswas et al., 2023), and impulsivity in general (Grant & Chamberlain, 2018; Giles et al., 2017; Amlung et al., 2013). However, this finding does not focus solely on caffeine consumption, but rather draws attention to a significant antecedent, allowing for a better understanding of impulse buying.

Conclusion

Present study reveals that the excessive work dimension of workaholism has a significant and positive effect on caffeine addiction. Accordingly, the results indicate that workaholic individuals who tend to work excessively feel a greater need to consume caffeine. Therefore, overworkers may feel the need to consume high levels of caffeine for reasons such as feeling more alert and maintaining sharper perception. On the other hand, compulsive work levels, meaning feeling obligated to work even when one doesn't want to or enjoy it, did not appear to have a significant effect on caffeine addiction. Therefore, it is understood that the behavioral aspect of workaholism positively influences excessive or problematic caffeine consumption.

In addition, another finding of the study is that neither the excessive nor the compulsive working dimensions of workaholism have a direct and significant effect on impulse buying. On the other hand, caffeine addiction was found to have a significant and full mediating role on the effect of excessive working dimension of workaholism on impulse buying. In other words, although workaholism does not directly affect impulse buying, it is understood that caffeine consumption, which develops due to the excessive working, affects the increasing in uncontrolled or impulse buying. At this point, the idea that employee and consumption behaviors in the workplace will have certain reflections on consumer behavior is supported.

In addition to all these, it has been shown that caffeine addiction positively influences impulse buying. This finding contributes to the consumer behavior literature, which is mostly based on experimental research. This effect is thought to be related to weakening of cognitive control or rational thinking processes, increased sensitivity to stimuli, and pleasure-seeking, based on increased dopamine or arousal levels due to caffeine consumption. At this point, it can be stated that although caffeine provides mental alertness, this does not translate into willpower and impulse control in shopping.

From a management science perspective, this research suggests that businesses should consider not only workload but also the uncontrolled consumption of stimulants like caffeine when promoting healthy employee behaviors. Furthermore, from a marketing standpoint, the research findings provide insights into the potential impact of sales promotion efforts, such as offering free or low-priced coffee. Future qualitative research could enrich the findings on the relationships between workaholism, caffeine consumption and impulse buying. Moreover, the relationships between variables could be examined in relation to different substances such as energy drinks or attention-enhancing drugs. In conclusion, this research shows that workaholism is not merely an occupational problem, but also has an impact on decreased control in shopping through caffeine addiction.



www.turkishstudies.net/economy

Turkish Studies - Economics, Finance, Politics

eISSN: 2667-5625



ANKARA SCIENCE
UNIVERSITY

İşkolikliğin Kafein Bağımlılığı ve Dürtüsel Satın Almaya Etkisi: Türkiye’de Bir Saha Araştırması

Giriş

Bazıları işlerini; araba sürme, cenaze merasimi, arkadaşla buluşma gibi birçok duruma taşıyabilmekte ve aşırı çalışma davranışlarından zarar görebilmektedir. Başarı için çalışmadan farklı olarak aşırı ve kontrolsüz çalışma, çalışmadığında rahatsız olma, çalışmadan rahatlayamama gibi durumlarla karakterize edilen işkoliklik, insanlar için sorunlu olup bu göz ardı edilebilecek önemsiz bir bağımlılık değildir (Robinson & Flowers, 2004). Nitekim zorlayıcı yaşam şartlarının ve rekabetçiliğin arttığı günümüzde sıkı çalışma birçok toplumda önemli değerler arasında görülmektedir. Bu noktada fazla veya aşırı çalışmaya bağlı olarak gerçekleştirilen tüketimlerin başında kafein tüketimi gelmektedir. Nitekim işkoliklik; dikkat, odaklanma ve enerji gibi kaynakları gerektiren sorunlu bir durum olup, işkoliklerin dikkat ve performansı artırma gibi motivasyonlarla kahve gibi kafeinli ürünleri daha fazla tüketmesi beklenebilir. Ancak işkolikliğin kafein tüketimi ve bağımlılığıyla ilişkisine yönelik bulgular kısıtlıdır.

Kafein; kahve, çay, soda ve enerji içeceği gibi ürünlerle gündelik olarak yaygın tüketilen popüler bir uyarıcıdır (Biswas vd., 2023). İnsanlar dikkat artırma (yorulduğunda yardımcı olması, odaklanmayı ve uyanık kalmayı kolaylaştırması, enerji hissi vermesi, çalışmaya motive etmesi vb.), alışkanlık (gündelik yaşamın keyifli bir parçası haline gelmesi vb.), ruh hali (ruh haline iyi gelmesi, rahatlatması vb.), sosyal (sosyal ortamlarda kullanılması, diğerleriyle sosyalleşmeyi kolaylaştırması vb.), lezzet (lezzetini sevmek vb.), belirti yönetimi (baş ağrısına veya kan basıncına iyi gelmesi vb.) (Ágoston vd., 2018) ve spor performansını artırma (Samoggia & Rezzaghi, 2021) gibi motivasyonlarla kafein tüketebilmektedir.

Bu noktada, son yıllarda kafein tüketimi tüketicilere etkileri bakımından incelenen bir değişkendir. Zira insanları psikolojik olarak etkileyen bu davranışın, tüketim kararlarına yansımalarının olması beklenebilir. Nitekim tüketiciler kafein tüketirken veya tükettikten hemen sonra online veya fiziksel mağazalarda alışveriş yapabilmektedir. Araştırmalar genel olarak kafeinin, dopamin salgılanması ve daha fazla enerji uyarılımı ile ilgili olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan kafein tüketiminin alışveriş kararlarına etkisi yeterince dikkat çekmemiştir (Biswas vd., 2023). Bu çalışmada ise; işkolikliğin kafein tüketimine ve bunun aracılığıyla dürtüsel alışverişlere olası etkileri incelenmektedir.

Kavramsal Çerçeve

İşkoliklik ve etkileri

Sağlık, mutluluk ve sosyal işlevselliği olumsuz etkileyecek düzeyde aşırı çalışma (Oates, 1971), aşırı ve zorlayıcı çalışma gibi şekillerde ifade edilen işkoliklik; modern yaşamda yüksek düzeyde motive olan, çok çalışmak isteyen çalışanların tercih edilmesi ve ödüllendirilmesi gibi (Andreassen, 2014) durumlara bağlı olarak önemli bir halk sağlığı sorunu olarak karşımıza

çıkılmaktadır (Ravoux vd., 2018). Kavramsallaştırılmasıyla ilgili fikir birliği olmasa da işkoliklik birçok araştırmada duygusal (çalışmadan keyif alma, çalışmadığında suçluluk ve kaygı duyma), bilişsel (çalışmayla ilgili takıntılı olma) ve davranışsal (aşırı çalışma saati, kişisel hayatla işin karışması) boyutlarla açıklanmaktadır (Ng vd., 2007). Diğer bağımlılıklar gibi olumsuz sonuçları olan, yüksek gelir ve eğitim düzeyindeki insanlarda da görülebilen işkoliklik (Hamermesh & Slemrod, 2005); mükemmeliyetçilik gibi başarı odaklı kişilik özellikleri (Clark vd., 2016; Clark vd., 2010), finansal ihtiyaçlar, işveren tarafından yönlendirilme, sektör şartları, işe tutkun olma gibi durumlarla ilişkilidir (Snir & Harpaz, 2012).

İşkoliklikle ilgili son zamanlardaki araştırmalar bunun; depresyon, kaygı, sağlığın kötüleşmesi, iyi oluşun ve aile yaşamı memnuniyetinin azalması, iş aile çatışması, tükenmişlik, iş stresi, üretkenliğin düşmesi gibi pek çok olumsuz etkilerinin olduğunu göstermektedir (Gillet vd., 2021; Clark vd., 2016; Andreassen, 2014; Tabassum & Rahman, 2013; Britt vd., 2013). Örneğin Menghini & Balducci'nin (2024) araştırmasında, işkolikliğin yüksek olduğu günlerde kan basıncı, duygusal tükenme ve uyku bozukluklarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Akutsu vd.'nin (2022) Japonya'da farklı meslek ve sektörlerle yönelik gerçekleştirdiği araştırmasında ise, rekabetçi iş ortamının doğrudan ve işkoliklik aracılığıyla görece sağlıksızlığı pozitif yönlü etkilediği anlaşılmıştır. Salanova vd.'nin (2016) İspanya'da hastane çalışanlarıyla gerçekleştirdiği araştırmasında, işkoliklerin daha fazla uyku sorunları yaşadığı (yorgun uyanma, araba sürerken uyuma, hafta sonu da az uyuma, kötü uyku kalitesi vb.) belirlenmiştir. Ayrıca işkolikliğin kardiyovasküler riske etkisinde uykusuzluğun aracı olduğu anlaşılmıştır. Bunların yanında işkolikliğin iş aile çatışmasının artması (Sawhney vd., 2023; Liu vd., 2024; Molino vd., 2016; Molino vd., 2016) ve çocukların sağlığının veya psikolojilerinin de kötüleşmesiyle (Chamberlin & Zhang, 2009; Robinson, 2000) ilgili olabildiği görülmektedir.

Kafein tüketimi

Kafein dünya çapında tüketilen en popüler psikoaktif madde olup, başta nüfusun artması ve kültüre bağlı olarak kullanımı artmaktadır (Quadra vd., 2020). Amerika'da gerçekleştirilen bir araştırmada büyük oranda içeceklerden olmak üzere tüketicilerin % 85'inin kafein tükettiği belirlenmiştir (Tran vd., 2016). Mithcell vd.'nin (2025) ulusal düzeyde gerçekleştirdiği araştırmada, Amerikalıların %69'unun günde en az bir defa kafeinli içecek tükettiği ve bunun büyük oranda kahveden alındığı belirlenmiştir. En fazla tüketen % 10'luk dilimin günde 520 mg tükettiği anlaşılmıştır. Daha önceki Mitchell vd.'nin (2014) araştırmasında ise, nüfusun % 85'inin günlük kafeinli içecek tükettiği, günlük ortalama tüketiminin 165 mg olduğu ve en fazla tüketen grubun 380 mg tükettiği anlaşılmıştır. Ayrıca son zamanlarda enerji, lezzet ve rahatlama ihtiyaçlarını karşılayabilen enerji içeceği ve mat gibi ürün seçeneklerinin geliştirilip sunulması da pazarı genişletmekte ve tüketimleri etkilemektedir (Samoggia vd., 2021).

Kahve başta olmak üzere kafeinli ürünlerin tüketimi; kişisel tercihler (duyusal motivasyonlar, işlevsel motivasyonlar, sağlık inanışları, alışkanlıklar vb.), ekonomik özellikler (fiyat, tutundurma vb.), ürün özellikleri (sürdürülebilir organik ürün vb.), tüketim bağlamı (işte, evde, kahvaltıda vb.) ve sosyodemografik özellikler (yaş, cinsiyet, gelir vb.) gibi pek çok faktöre bağlı olarak farklılaşmaktadır (Samoggia & Riedel, 2018). Antoniak vd.'nin (2025) araştırmasında lezzet, uyarılma, alışkanlık ve sağlık faydalarının yoğun kahve tercihini açıkladığı belirlenmiştir. Ayrıca kahve tüketme sıklığının alışkanlık ve rahatlama değişkenlerinden etkilendiği anlaşılmıştır. Diğer taraftan lezzet ve sosyal etkileşim motivasyonlarının tüketme sıklığıyla ters yönde ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla kahve tüketiminin daha çok duygusal ve alışkanlıklara dayalı gerçekleştiği düşünülebilir.

Maqsood vd.'nin (2020) Pakistan'da üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdiği saha araştırmasında, katılımcıların büyük çoğunluğunun kafein tükettiği, sebepleri olarak ise en çok onları daha uyanık ve enerjili yapması, çekilme belirtileri gösterme, uzun saatler çalışabilme gibi

faktörlerin belirtildiği görülmüştür. Ayrıca kafeinin kalp atışını düzensizleştirmesi, kötü hisler ve uyku bozulmaları ise kafein tüketmeme nedeni olarak tespit edilmiştir. Bunların yanında, erkeklerin daha fazla kafeine eğilimli olduğu anlaşılmıştır.

Choi'nin (2020) saha araştırmasında üniversite öğrencilerinin kafein tüketim motivasyonları; uyanıklık, lezzet, ruh hali, sosyalleşme, sağlık faydaları ve alışkanlık başlıklarında toplanmıştır. Ayrıca kahve tüketiminin daha çok uyanıklık ve alışkanlık kaynaklı, çay tüketiminin ise sosyalleşmeden etkilendiği belirlenmiştir. Yanı sıra, sigara içenlerin daha fazla kahve içtiği ve genel olarak kafeinli içecek tüketenlerin uyku kalitesinin düşük olduğu anlaşılmıştır.

İsviçre'de doktorların hastane kantininden kahve alışverişlerinin incelendiği Giesinger vd.'nin (2015) kıdemlilerin ve yöneticilerin daha fazla kahve tükettiğinin belirlendiği araştırmada, doktorların % 84'ünün kahve satın aldığı, uzmanlık alanıyla yıllık kahve satın alımı arasında ilişki olduğu (en fazla 189 defa ile ortopedik cerrahi, 177 ile radyoloji doktorları ve genel 167 ile genel cerrahi doktorları, 39 ile en az anestezi doktorları) görülmüştür.

Olsen'in (2013) New Hampshire üniversitesi öğrencileriyle gerçekleştirdiği araştırmada, kampüste kahvenin en popüler kafeinli ürün olduğu ve Dunkin's Donuts'un en popüler satın alınan yer olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, öğrencilerin özellikle bir gün öncesinde yeterince uyumadığında, uzun mesafe araba sürme öncesinde ve bir sınav öncesinde kafeinli ürünleri tükettiği anlaşılmıştır. Dolayısıyla öğrencilerin bunun faydalarının farkında olduğu değerlendirilmiştir.

Kafein tüketiminin etkileri

Araştırmalar kafein alımının dikkati veya uyanık olmayı artırdığını, yorgunluğu azalttığını, bunun özellikle gece çalışma gibi düşük uyarılma durumlarında önemli olduğunu, devam eden tepki gerektiren işlerdeki performansı artırdığını ve insanların bunlardan yararlanma eğilimde olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan aşırı kullanımın, özellikle hassas bireylerde kaygı ve uyku bozukluklarıyla ilişkili olduğu görülmektedir (Smith, 2002). Ayrıca kafein bırakıldığında baş ağrısı ve yorgunluk gibi yoksunluk belirtileri de ortaya çıkabilmektedir (Rodda vd., 2020). Kısaca araştırmalar kafeinin bilişsel işlev için faydalı olduğunu gösterse de, son zamanlarda özellikle aşırı kullanım sağlık kaygılarına neden olmaktadır (Chen vd., 2019).

Beslenmenin önemli bir parçası olan ve gün boyunca tüketilebilecek şekilde insanlara sunulan kafeinin uyanıklık/dikkati artırma gibi olumlu veya bırakma durumunda psikolojik sorunlar yaşama gibi olumsuz etkilerinin bilinmesi önemlidir (Canty, 2023). Bu noktada aşırı kafein kullanımının kaygı ve huzursuzluk yapabileceği ileri sürülmektedir. Ayrıca aşırı kafein kullanımı; bağımlılık, uyku rahatsızlıkları ve kalp damar rahatsızlıkları gibi sorunlarla ilişkilendirilmektedir. Diğer taraftan kafeinin bilişsel ve fiziksel olarak hafıza, ruh hali ve fiziksel performansa pozitif yönlü etkileri dikkat çekmektedir (Rauf vd., 2025). Örneğin Smith'in (2022) araştırmasında, kafein alanların daha uyanık olduğu, bunun dikkati artırdığı ve belirli tepki görevlerinde daha yüksek performans göstermeyle ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Kafein bağımlılığı

Bağımlılık uzmanları; kafein bağımlılığının varlığını, kafeini bırakmanın yoksunluk sendromlarına neden olduğunu ve bunun klinik olarak önemli olduğunu uzun zamandır ifade etmektedir (Budney vd., 2013). Kahve çekirdeği veya diğer bir ifadeyle tohumu; kahve, çay benzeri içecekler, kakao veya çikolata içeren ürünler ve ilaçlardan (ağrı kesici, uyarıcı, sporcu takviyeleri vb.) elde edilen kafeinin düşük ve orta düzey kullanımı genelde faydalı olmasına karşın, yüksek kullanımının kaygı, uykusuzluk, huzursuzluk ve taşikardi gibi sağlık sorunlarına neden olabildiği görülmektedir. Yanı sıra, aşırı kullanım neticesinde fiziksel bağımlılık ve çekilme belirtileri ortaya çıkabilmektedir. Her ne kadar kokain, eroin gibi maddelerin zararlı etkileri kadar olmasa da, kafein almaya yönelik bağımlılık gelişebilmekte, insanlar bunu bırakmakta

zorlanabilmekte ve bundan zarar görebilmektedir. Nitekim DSM-5'te (The Diagnostic and Statistical Manual of Mental Disorders) kafein bağımlılığı klinik bir bozukluk olarak ifade edilmiştir (Uddin vd., 2017). Kısaca kafein kullanıcıları buna bağımlı hale gelebilmekte, kullanımını kontrol etmekte zorlanabilmekte ve buna bağlı sağlık sorunları yaşayabilmektedir.

Birleşik Arap Emirlikleri'nde kamu sağlık hizmeti sunanlarla gerçekleştirilen Amer vd.'nin (2023) araştırmasında, kafein tüketimi yaygınlığının % 94,3 olduğu ve kafein bağımlılığının ise yaklaşık % 61 olduğu belirlenmiştir. En yaygın kullanılan kafein içerikli maddenin kahve, çay ve çikolata olduğu anlaşılmıştır. Belirtilen çalışmada kafein tüketimine bağlı; uyku bozuklukları, mide ve kalp sorunları gibi yan etkiler bildirilmiştir.

Aşırı kafein tüketiminin veya kafein bağımlılığının psikolojik sağlık ve uyku sorunlarıyla ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Ancak özellikle belirli işlerde çalışanlar verimlilik ve üretkenlikleri için gerekli olan enerji için kahve gibi kafeinli içecekleri fazla tüketebilmektedir. Bangkok'ta bir işletme çalışanlarıyla gerçekleştirilen Asavatharakul & Kalayasiri'nin (2024) araştırmasında, tüm çalışanların kahve tükettiği ve % 77,3'ünün kahve bağımlısı olduğu belirlenmiştir. Ayrıca çalışmada kafein bağımlılığının depresyon ve kötü uyku kalitesiyle pozitif yönlü ilişkili olduğu anlaşılmıştır.

Dürtüsel alışveriş

Türkçe'de "anlık satın alma" olarak da ifade edilebielen dürtüsel alışveriş (Durmaz & Akdoğan, 2026); müşterinin genelde ürünü gördükten sonra gerçekleştirdiği ani, güçlü ve dürtüsel olarak ortaya çıkan plansız bir satın alma davranışı olarak uzun zamandır araştırmacıların ilgisini çekmektedir (Rook, 1987; Bellenger vd., 1978; Clover, 1950). Bu alışverişler panik satın alma ve zorlayıcı satın alma gibi davranışlardan farklı olup, diğer taraftan satın alma sürecinin özelliklerinin vurgulanması ve anlaşılmasına çalışılması itibarıyla araştırmacıların dikkatini çekmektedir (Aydınlıoğlu & Gencer, 2020). Bu noktada dürtüsel alışverişler; mağaza ortamı (tasarım vb.) (Mohan vd., 2013; Chang vd., 2011), anlık ödül gibi satış geliştirme uygulamaları (Liao vd., 2009), öz kontrol düzeyi (Roberts & Manolis, 2012), kişilik, duygular (Lin & Chen, 2012), materyalizm (Podoshen & Andrzejewski, 2012) gibi içsel ve dışsal birçok faktörden etkilenmektedir (Iyer vd., 2020). Diğer taraftan, her ne kadar haz ve memnuniyet gibi sonuçları olabilsede, genel olarak dürtüsel alışverişlerin; suçluluk, pişmanlık, bilişsel uyumsuzluk, finansal sorunlar yaşama gibi negatif sonuçlarının olduğu görülmektedir (Beikverdi vd., 2024; Çelik vd., 2019; Rook, 1987; Dittmar vd., 1996). Dolayısıyla yönetilmesi gereken sorunlu bir tüketim davranışı türü olarak ifade edilebilecek dürtüsel alışverişlerin öncülleri üzerine çok sayıda araştırma gerçekleştirilmiştir.

Hipotez Geliştirme

İşkolikliğin bazı sorunlu ve bağımlı tüketim davranışlarıyla ilgili olabildiği görülmektedir. Örneğin Airagnes vd.'nin (2024) saha araştırmasında, işkolikliğin sigara içmeye doğrudan ve tükenmişlik aracılığıyla dolaylı etkisinin olduğu belirlenmiştir. Ayrıca işkolikliğin alkol tüketimini tükenmişlik aracılığıyla etkilediği tespit edilmiştir. İşkolikliğin etkilediği tüketim davranışlarından birinin de kafein tüketimi ve bağımlılığı olabileceği ileri sürülebilir.

Nitekim iş bağımlıları, düşük benlik saygısı, yüksek düzeyde takıntılı ve dürtüsel olmayla karakterize edilir. Ayrıca işe bağımlı olanların performans artırma ve uzun saatler çalışmayı kolaylaştırmak için kafein gibi dikkat ve performans artırıcı maddelere bağımlı olması beklenebilir. Ancak buna ilişkin bulgular kısıtlıdır. Kun vd.'nin (2025) araştırmasında, bağımlı çalışanların daha fazla sigara içtiği, enerji içeceği gibi uyarıcı ürünleri daha fazla tükettiği ve daha fazla psikopatolojik belirtiler gösterdiği belirlenmiştir. Benzer şekilde Özsoy vd.'nin (2025) araştırmasında, iş bağımlılığının kafein bağımlılığıyla pozitif yönlü ilişkili olduğu belirlenmiştir. Bunların yanında Salanova vd.'nin (2016) hastane çalışanlarıyla gerçekleştirdiği çalışmada da işkoliklerin daha fazla kafein ve alkol tükettiği

anlaşılmıştır. Kısaca bulgular kısıtlı olsa da, işkolikliğin kafein bağımlılığıyla ilişkili olabileceğine yönelik araştırma hipotezi test edilmek üzere ileri sürülmektedir:

H1: İşkoliklik, kafein bağımlılığını pozitif yönlü etkilemektedir.

İşkoliklikle popüler medyada geniş yankı bulsa da, bunun etkilerine yönelik teorik ve ampirik bulgular yetersizdir. Etkileri bakımından genel olarak işkolikliğin; zayıf zihinsel ve fiziksel sağlık, diğerlerine güvensizlik, işe yönelik mükemmeliyetçilik, takıntılar, tükenmişlik ve zayıf sosyal ilişkilerle ilişkili olduğu ileri sürülmektedir (Clark vd., 2016; Ng vd., 2007). Örneğin işkolikler fiziksel olarak ailesinde olsa da, duygusal olarak olmayabilmekte ve aileden kopuk bir yaşam sürebilmektedir (Robinson, 2000). Bu noktada araştırmalar işkolikliğin aile yaşamı memnuniyetini azalttığını (Gillet vd., 2021) ve iş aile çatışmasını artırdığını (Sawhney vd., 2023; Molino vd., 2016) göstermektedir. Meier vd.'nin (2021) saha araştırmasında, işkolikliğin boş zaman çatışmasıyla pozitif yönlü ilişkili olduğu belirlenmiştir. Neticede işleriyle ilgili sürekli bağlantılı olmaktan sorunlar yaşayan, kendilerine, ailelerine yeterince zaman ayıramayan işkoliklerin, bu yaşam tarzlarına bağlı ortaya çıkan açıklıkları telafi edici bir tüketim olarak dürtüsel alışverişlerde daha fazla bulunabileceği düşünülebilir.

Bunların yanında, işkolikliğin takıntılı davranışlar ve dürtüsellik etkilediğini gösteren araştırmalar da bunun dürtüsel alışverişleri etkileyebileceği hakkında fikir vermektedir. Örneğin Adreassen vd.'nin (2016) saha araştırmasında, işkolikliğin dikkat eksikliği/hiperaktivite bozukluğu, istifleme gibi sorunlu tüketimleri kapsayan obsesif kompulsif bozukluk, kaygı ve depresyondan oluşan psikiyatrik belirtilerle pozitif yönlü ilişkili olduğu belirlenmiştir. Rachubińska vd.'nin (2024) araştırmasında ise işkolikliğin kompulsif satın almayla ilişkili olduğu anlaşılmıştır (kompulsif satın alma bozukluğu olanlarda iş bağımlılığı % 26, olmayanlarda % 12 iş bağımlılığı görülmüştür). Özsoy vd.'nin (2025) araştırmasında, iş bağımlılığının alışveriş bağımlılığıyla pozitif ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Kacprzak & Pawłowska'nın (2017) araştırmasında işkoliklikle, tüketimlerde aşırı hizmet ve pazar bilgisi olduğunu hissetme anlamına gelen alışveriş yükü (shopping overflow) arasında pozitif yönlü ilişki tespit edilmiştir. Bu araştırma ve açıklamalara bağlı olarak, aşırı iş yükü yaşayan işkoliklerin alışverişleri zahmetli bulması veya bilinçli bir alışveriş süreci gerçekleştirememesine bağlı olarak daha fazla dürtüsel alışverişler yapması beklenebilir.

H2: İşkoliklik, dürtüsel alışverişini pozitif yönlü etkilemektedir.

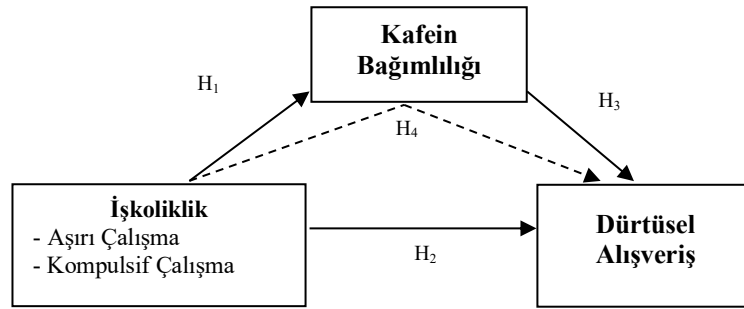
Dürtüsellik, kafein tüketimiyle ilişkili olabilmesine (Heaton, 2012) karşın, kafein tüketiminin dürtüsel alışverişe etkilerine yönelik bulgular kısıtlıdır. Ancak insanlar yoğun kahve tüketebilmekte ve işletmeler de mağazalarda kahve tüketilebilecek alanlar sunarak tüketicuyu etkileyebilmektedir. Neticede satın alma öncesi kafein tüketiminin tüketicinin harcamalarını artırabildiği görülmektedir (Biswas vd., 2022). Biswas vd.'nin (2023) perakende mağazalarda ve laboratuvar ortamında gerçekleştirdiği deneysel araştırmalarında, alışveriş öncesi kafeinli içecek tüketmenin daha fazla ürün (özellikle tereyağı, çikolata, tuzlu patlamış mısır gibi hedonik ürünlerde) satın alma ve harcama yapma bakımından dürtüsellik artırdığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla dürtüsel harcamalarını kontrol etmek isteyen tüketicilerin alışveriş öncesi kafeinli içecek tüketmekten kaçınması önerilmiştir.

Amlung vd.'nin (2013) lisans öğrencileriyle gerçekleştirdiği araştırmasında kafeinli alkollü içecek tüketme sıklığının dürtüsel karar alma, önceden planlama eksikliği, duyuşsal arayış ve pozitif aciliyet gibi faktörlerle pozitif yönlü ilişkili olduğu belirlenmiştir. Benzer şekilde Grant & Chamberlain'in (2018) araştırmasında, daha fazla kafein alımının belirli görevlerde daha fazla dürtüsellik ve irrasyonel seçimler yapmayla ilişkili olduğu saptanmıştır. Jones & Lejuez'in (2005) üniversite öğrencileriyle gerçekleştirdiği araştırmasında ise yüksek kafein tüketiminin duyuşsal uyarılımla (sensation seeking) ilişkili olduğu anlaşılmıştır. Benzer şekilde Giles vd.'nin (2017) araştırmasında alışkanlığa dayalı yüksek kafein tüketicilerinin daha fazla motor dürtüsellik gösterdiği belirlenmiştir. Dolayısıyla kafein bağımlılığının dürtüsel alışverişleri ve işkolikliğin kafein bağımlılığı aracılığıyla dürtüsel alışverişleri etkileyebileceğine yönelik araştırma hipotezleri test edilmek üzere ileri sürülmektedir.

H3: Kafein bağımlılığı dürtüsel alışverişi pozitif yönlü etkilemektedir.

H4: İşkolikliğin dürtüsel alışverişe pozitif yönlü etkisinde kafein bağımlılığının aracı rolü vardır.

Çalışmanın değişkenleri ve arasındaki ilişkileri gösteren araştırma modeli Şekil 1'de görülmektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Yöntem

Betimsel saha araştırması niteliğinde olan çalışma kapsamında; ileri sürülen hipotezleri test etmek amacıyla, kolayda örnekleme metoduyla 416 katılımcıya ulaşılarak veriler toplanmıştır. Örneklem sayısının %95 güven aralığında evreni temsil edecek yeterliliğe sahip olduğu varsayılmıştır (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50). Bu kapsamda; zaman ve imkan kısıtları dolayısıyla kolayda örnekleme yöntemiyle Türkiye’de kamu-özel sektörde çalışanları ve kendi işinin sahibi olanlarla gönüllülük esasına dayalı olarak yüz yüze anket gerçekleştirilmiştir. Verilerin düzenlenmesinde Microsoft Ofis, analizler için SPSS ve AMOS istatistik paket programlarından faydalanılmıştır.

İlgili üniversite etik kurul izninin alındığı bu çalışmada, üç farklı ölçüm aracından faydalanılmıştır: İlk olarak işkolikliğin ölçülmesinde, Schaufeli vd. (2006) tarafından geliştirilen işkoliklik ölçeğinden faydalanılmıştır. Orijinal çalışma 17 ifadeden oluşup; “aşırı çalışma” ve “kompulsif çalışma” olmak üzere iki boyuta sahiptir. Ölçeğin Türkçe’ye uyarlanması Doğan ve Tel (2011) tarafından gerçekleştirilmiştir. Soru formu aynı isimde iki boyuttan ve 14 ifadeden oluşmaktadır. İfadeler 5’li likert yapısında olup; ters kodlanan sorular içermemektedir. Dürtüsel alışverişin ölçülmesinde, Weun vd. (1998) ve Verhagen & Van Dolen’in (2011) çalışmalarından çeviri ve uyarlama yoluyla yararlanılmıştır. Bu ölçek 5 madde ve tek boyuttan oluşmaktadır. Maddeler 5’li likert yapısında olup ters ifade içermemektedir. Kafein bağımlılığının ölçülmesinde,

Amer vd. (2023) çalışmasında yer alan ölçüm aracından çeviri yoluyla faydalanılmıştır. Ölçek 7 ifade ve tek boyuttan oluşmaktadır. İfadeler 5'li likert yapısında olup; ters kodlanan sorular içermemektedir. Son olarak demografik özelliklerin belirlenmesi amacıyla katılımcılara cinsiyet, medeni durum, eğitim, yaş, gelir ve çalışma durumuna yönelik kategorik sorular yöneltilmiştir. Verilerin normal dağılıma uygunluğu çarpıklık ve basıklık düzeyleri incelenerek değerlendirilmiştir. Ölçüm araçları için doğrulayıcı faktör analizi uygulanmış ve uyum iyiliği değerleri hesaplanmıştır. Hipotezlerin test edilmesinde yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Değişkenler arası direkt, toplam ve dolaylı etkiler (aracılık etkisi) hesaplanmıştır.

Demografik Özellikler

Katılımcıların %64,7'si kadınlardan ve %35,3'ü erkeklerden oluşmaktadır. Yaş bakımından 18-28 yaş grubu %33,2 ile en yüksek orana sahiptir. Bunu %30,3 oran ile 29-39 yaş grubu izlemektedir. 40-50 yaş grubunun oranı %26 ve 51 yaş ve üzeri grubunun oranı ise %10,6'dır. Eğitim durumları incelendiğinde katılımcıların %47,4 oranında lisans ve üzeri, %34,4 oranında lise ve altı ve %18,3 oranında önlisans eğitim düzeyine sahip oldukları görülmektedir. Gelir bakımından en yüksek oran %38,2 ile 60-89,99 bin TL grubuna aittir. Bunu sırasıyla %32,0 oranı ile 30-59,99 bin TL, %15,9 oranı ile 30 bin TL ve altı, %7,2 oranı ile 90-119,99 bin TL ve %6,7 oranı ile 120 bin TL ve üzeri grupları izlemektedir. Katılımcıların %56,3'ü evli ve %43,8'i bekârdır. Ayrıca katılımcıların %37,7 si kamu sektöründe %38,8'i özel sektörde çalışmakta olup; kendi işinin sahibi olanların oranı %26,4'dür. Örneklemeye ilişkin demografik özelliklere Tablo 1'de yer verilmiştir.

Tablo 1. Demografik Özellikler

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	269	64,7
	Erkek	147	35,3
Yaş	18-28 yaş	138	33,2
	29-39 yaş	126	30,3
	40-50 yaş	108	26,0
	51 yaş ve üzeri	44	10,6
Eğitim Durumu	Lise ve altı	143	34,4
	Ön lisans	76	18,3
	Lisans ve Üzeri	197	47,4
Gelir	30 bin TL altı	66	15,9
	30-59,99 bin TL	133	32,0
	60-89,99 bin TL	159	38,2
	90-119,99 bin TL	30	7,2
	120 bin TL ve üzeri	26	6,7
Medeni Durum	Evli	234	56,3
	Bekâr	182	43,8
Çalışma Durumu	Kamu Sektörü	157	37,7
	Özel Sektör	149	35,8
	Girişimci/Kendi işinin sahibi	110	26,4

Doğrulayıcı Faktör, Güvenilirlik ve Normal Dağılım Analizleri

Araştırma ölçüm modeline yönelik gerçekleştirilen doğrulayıcı faktör analizine göre, anket formunda yer alan ifadelerin ölçüm modeli yol katsayıları Tablo 2'de verilmiştir. Buna göre üç ölçekteki tüm ifadelerin ölçüm modeli standardize edilmiş yol katsayıları anlamlıdır ($p < 0,001$). İlgili değerler 0,43 ile 0,91 arasında değişim göstermekte olup; yeterli büyüklüğe sahip oldukları görülmektedir (Hair vd., 1998: 112). İşkoliklik soru formundan 3 madde düşük yol katsayılarına sahip olması ve uyum iyiliği değerlerini olumsuz etkilemesi sebebiyle çıkarılmıştır. Ayrıca AMOS programı tarafından önerilen modifikasyon indisleri dikkate alınarak uyum değerlerinde iyileştirmeler sağlanmıştır. Ayırt edici geçerliliği analiz etmek için kullanılan heterotrait-monotrait

oranı (HTMT) (Henseler vd., 2015) bakımından tüm HTMT oranlarının 0,90'ın altında olduğu bulunmuştur.

Tablo 2. Ölçüm Modeli, Güvenilirlik ve Normal Dağılım Analizleri

İfadeler	Std B.	Std. Hata	t	p
İşkoliklik – Aşırı Çalışma: $AVE=0.28$, $CR=0.76$, $Cronbach's\ Alpha=0.75$; $Ortalama=3.01$, $Skewness=-0.04$, $Kurtosis=-0.062$				
Kendimi, telefonla konuşurken hem not alıp hem yemek yeme gibi iki veya üç işi aynı anda yaparken buluyorum.	0,434	-	-	-
Bir iş üzerinde çalışmadığım zaman kendimi suçlu hissedirim.	0,578	0.118	9.73	<0,001
Çalışmaya, arkadaşlarımla birlikte vakit geçirmekten, hobilerimden veya boş zaman etkinliklerimden daha fazla vakit harcarım.	0,656	0.109	9.72	<0,001
İş yerindeki arkadaşlarım çalışmayı bıraktığında bile ben kendimi çalışmaya devam ederken bulurum.	0,632	0.107	8.74	<0,001
Çalışırken işleri belli sürede bitireceğime dair koyduğum zaman sınırlamaları yüzünden kendimi zora sokarım.	0,572	0.115	9.32	<0,001
Üstesinden gelebileceğimden çok daha fazlasını üstlenirim.	0,650	0.118	9.73	<0,001
İşkoliklik – Kompulsif Çalışma: $AVE=0.48$, $CR=0.85$, $Cronbach's\ Alpha=0.81$; $Ortalama=3.14$, $Skewness=-0.08$, $Kurtosis=-0.074$				
Yaptığım iş keyifli olmasa da çok çalışmaya kendimi mecbur hissedirim.	0.691	-	-	-
Genellikle içimde beni çok çalışmaya iten bir şeyler olduğunu hissediyorum.	0.794	0.081	13.91	<0,001
Bir şeyi yapmak istesem de istemesem de, o konuda çok sıkı çalışmam gerektiğine dair içten gelen bir zorlama hissediyorum.	0.725	0.076	13.19	<0,001
Bir süreliğine işten uzaklaşmak istesem bile kendimi sıklıkla o iş hakkında düşünürken bulurum.	0.651	0.080	11.70	<0,001
Yaptığım bir işten hoşlanmasam bile sıkı çalışmak benim için önemlidir.	0.545	0.076	10.09	<0,001
Kafein Bağımlılığı: $AVE=0.69$, $CR=0.94$, $Cronbach's\ Alpha=0.94$; $Ortalama=2.11$, $Skewness=0.76$, $Kurtosis=-0.52$				
1.Genelde tükettiğim kadar kafeinli ürün tüketmediğimde yorgun hissedirim	0.749	-	-	-
2.Genelde kullandığım kadar kafein tüketmezsem güçlü bir arzu hissedirim	0.739	0.047	19.33	<0,001
3.Her gün kafein içeren ürünler tüketmeye ihtiyaç duyarım	0.776	0.049	21.61	<0,001
4.Güne kafein almadan başlamak beni kaygılandırır	0.897	0.057	19.28	<0,001
5.Kafein tüketimini kestiğimde kaygılanırım	0.899	0.054	19.28	<0,001
6.Kafein olmadan gündelik işlerimi tamamlamada zorlanırım	0.909	0.056	19.72	<0,001
7.Kafeinli ürünleri tüketmediğimde baş ağrılarım olur	0.824	0.060	17.54	<0,001
Dürtüsel Alışveriş: $AVE=0.56$, $CR=0.86$, $Cronbach's\ Alpha=0.85$; $Ortalama=2.73$, $Skewness=0.25$, $Kurtosis=-0.60$				
1.Önceden planlamadığım alışverişler yaparım	0.661	-	-	-
2.Spontane gelişen satın almalar yaparım	0.759	0.091	12.088	<0,001
3.Alışveriş listemde olmayan alışverişler yaparım	0.796	0.096	12.327	<0,001
4.İlgimi çeken bir ürün gördüğümde, sonuçlarını fazla düşünmeden alırım	0.761	0.104	11.744	<0,001
5.Kendimi alıkoyamadığım anlık alışverişler yaparım	0.757	0.101	11.348	<0,001

Ortalamalar incelendiğinde işkolikliğin aşırı çalışma boyutunun düzeyi 3,01, kompulsif çalışma boyutunun düzeyi 3,14, kafein tüketimi düzeyi 2,11 ve dürtüsel alışveriş düzeyi 2,75 olarak hesaplanmıştır. İşkoliklik boyutlarına ait düzeyler 5'li likert'e göre ortalama bir değere sahipken, kafein bağımlılığı ve dürtüsel alışveriş düzeylerinin ise ortalamanın altında bir değer aldığı görülmektedir. Göreceli olarak işkoliklik kompulsif çalışma düzeylerinin diğerlerine nazaran daha yüksek olduğu görülmektedir. Verilerin normal dağılıma uygunluğu çarpıklık ve basıklık düzeylerine göre değerlendirilmiştir. Çarpıklık ve basıklık düzeylerinin mutlak değer 1'in altına

olması ve hata düzeylerinin de düşüklüğü dikkate alındığında dağılımın normallik varsayımını iyi bir şekilde karşıladığını söylemek mümkündür (Kalaycı, 2009).

Hipotezlerin Testi

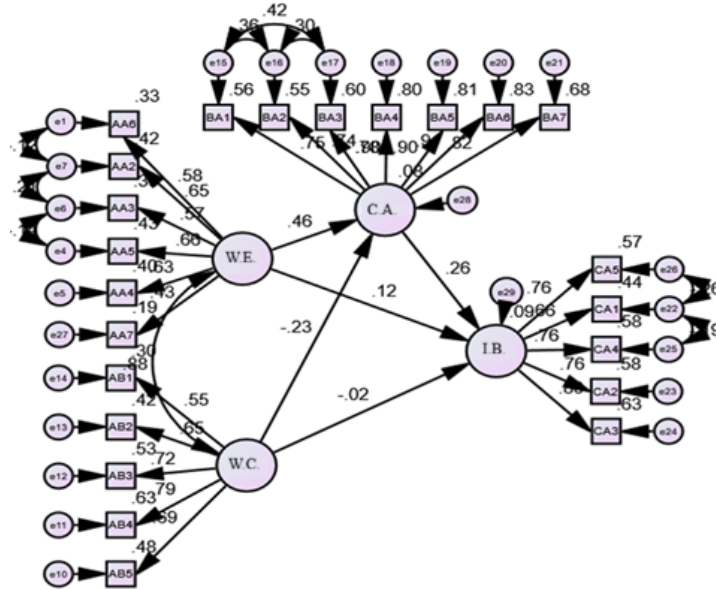
Hipotezler yapısal eşitlik modeli ile test edilmiştir. Burada ölçüm modeline ek olarak herhangi bir madde eksiltilmesi veya modifikasyon yapılmamıştır. Ölçüm modeli ve yapısal eşitlik modeli için hesaplanan uyum iyiliği değerleri, alan yazında kabul gören referans değerleri ile birlikte Tablo 3’de verilmiştir. Buna göre tüm değerlerin yeterli düzeyde olduğu ve uyum iyiliği ölçütlerini karşıladığı görülmektedir.

Tablo 3. Model Uyum İyiliği Değerleri

Model Uyum Ölçütleri	Ölçüm Modeli Değerleri	Yol Analizi Değerleri	Referans Değerler*
CMIN/DF	1,64	1,64	<5
RMR	0,79	0,79	<0,08
GFI	0,93	0,93	>0,80
AGFI	0,91	0,91	>0,80
NFI	0,93	0,93	>0,80
CFI	0,97	0,97	>0,90
RMSEA	0,04	0,04	<0,10

* Doll, Xia, ve Torkzadeh (1994); Baumgartner ve Homburg (1995); Byrne ve Campbell (1999); Kline (2016).

Şekil 2.’de yapısal eşitlik modeline ilişkin bulgular sunulmuştur. Ölçüm modeline ek olarak hiçbir madde çıkarılmamış veya değiştirilmemiştir.



üzerindeki etkisi de anlamlı değildir ($p=0,902$). Dolayısıyla “H2: İşkoliklik, dürtüsel alışveriş pozitif yönlü etkilemektedir.” hipotezi desteklenmemiştir.

Kafein tüketiminin dürtüsel alışveriş üzerindeki etkisi pozitif yönlü ve anlamlıdır ($B=0,256$; $P<0,001$). Dolayısıyla “H3: Kafein tüketimi dürtüsel alışverişleri pozitif yönlü etkilemektedir.” hipotezi desteklenmiştir. Bunların yanında işkoliklik alt boyutlarından aşırı çalışmanın dürtüsel alışveriş üzerindeki etkisinde kafein tüketiminin aracılık rolü pozitif yönlü ve anlamlıdır ($B=0,119$; $P=0,018$). İşkolikliğin alt boyutlarından aşırı çalışmanın dürtüsel alışveriş üzerinde direkt etkisinin anlamlı düzeyde olmaması, kafein tüketiminin tam aracılık etkisine sahip olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan işkoliklik alt boyutlarından aşırı çalışmanın dürtüsel alışveriş üzerindeki etkisinde kafein tüketiminin aracılık rolü anlamlı değildir ($B=-0,059$, $P=0,180$). Dolayısıyla “H4: İşkolikliğin dürtüsel alışverişe pozitif yönlü etkisinde kafein tüketiminin aracı rolü vardır.” kısmen desteklenmiştir.

Tablo 4. YEM Değişkenler Arası Direkt, Toplam ve Dolaylı Etkiler

Direkt Etki			Std. β.	Std. Hata	t	p	
İşkoliklik - Aşırı Çalışma	►	Kafein Bağımlılığı	0.464	0.260	2.339	0.019	
İşkoliklik - Kompulsif Çalışma	►	Kafein Bağımlılığı	-0.231	0.219	-1.200	0.230	
İşkoliklik - Aşırı Çalışma	►	Dürtüsel Alışveriş	0.119	0.213	0.611	0.541	
İşkoliklik - Kompulsif Çalışma	►	Dürtüsel Alışveriş	-0.023	0.178	-0.123	0.902	
Kafein Bağımlılığı	►	Dürtüsel Alışveriş	0.256	0.050	4.330	<0,001	
Dolaylı Etki (Aracılık Etkisi)			%95 Confidence Interval				
			Std. β.	LL	UL	Std. Hata	p.
İşkoliklik - Aşırı Ç. ► Kafein T ► Dürtüsel A.			0,119	0,039	0,254	0,064	0,018
İşkoliklik - Kompulsif Ç.► Kafein T. ►Dürtüsel A.			-0,059	-0,173	0,016	0,058	0,180

Tartışma

Araştırmada işkolikliğin kafein bağımlılığını pozitif yönlü etkilediği yönünde ulaşılan bulgu, işkolikliğin sorunlu düzeyde dikkat ve performans artırıcı enerji içeceği gibi ürünlerin kullanımı (Kun vd., 2025), fazla kafein tüketimi (Salanova vd., 206) ve kafein bağımlılığıyla (Özsoy vd., 2025) ilişkili olduğunu gösteren çalışmalarla örtüşmektedir. Diğer taraftan işkolikliğin sorunlu tüketim davranışlarını (Andreassen vd., 2016), zorlayıcı satın alma veya alışveriş bağımlılığını (Rachubińska vd., 2024; Özsoy vd., 2025) etkilediğini gösteren ve daha fazla sosyal sorunlar, boş zaman çatışması yaşamayla ilişkili olduğunu gösteren çalışmalara (Gillet vd., 2021; Sawhney vd., 2023; Molino vd., 2016; Meier vd., 2021) dayalı olarak ileri sürülen, işkolikliğin bir tür telafi edici tüketim olarak dürtüsel tüketimleri doğrudan etkileyebileceği fikri desteklenmemiştir. Bu durumun; aşırı çalışma, diğer aktivitelere zaman ayıramama, sürekli iş ile ilgili konulara odaklanma gibi anlamlara gelen işkolikliğin, bunlarla uyumlu şekilde dürtüsel alışverişler için de diğerlerinden fazla kaynak ayıramamayla ilgili olabileceği düşünülmektedir. Kısaca çalışmanın teorik kısmında ileri sürülenin aksine, işkolikliğin dürtüsel alışveriş üzerinde doğrudan bir etkisinin olmamasının anlamlı olduğu düşünülmektedir.

Bunların yanında; araştırmada ulaşılan işkolikliğin aşırı çalışma boyutunun kafein bağımlılığı aracılığıyla dürtüsel alışverişleri pozitif yönlü etkilediği yönünde ulaşılan bulgu; satın alma öncesi kafein tüketiminin harcamaları (Biswas vd., 2022), daha fazla satın alma ve harcama bakımından dürtüsellliği (Biswas vd., 2023) ve dürtüsellliği (Amlung vd., 2013; Grant & Chamberlain, 2018; Giles vd., 2017) artırdığını gösteren araştırma bulgularıyla benzerdir. Ancak bu bulgu, sadece kafein tüketimine odaklanmamakta, işkoliklik gibi bunun önemli bir öncülüne dikkat çekerek, dürtüsel alışverişleri daha iyi anlamaya imkan vermektedir.

Sonuç

Bu araştırmada; işkolikliğin aşırı çalışma alt boyutunun kafein bağımlılığı üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Buna göre aşırı çalışma eğiliminde olan işkolik bireylerin daha fazla kafein tüketme ihtiyacı duyduklarını söylemek mümkündür. Dolayısıyla aşırı çalışanlar, daha fazla zinde olma ve algılarını açık tutma gibi sebeplerle yüksek düzeyde kafein tüketme ihtiyacı duyuyor olabilir. Öte yandan kişinin istemeyip hoşlanmasa da çalışmak zorunda hissetmesi anlamına gelen kompulsif çalışma düzeylerinin kafein bağımlılığı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Dolayısıyla işkolikliğin davranışlara yansıyan boyutu itibarıyla aşırı kafein tüketimini pozitif yönlü etkilediği veya fazla kafein tüketme davranışının buna bağlı olarak ortaya çıktığı anlaşılmaktadır.

Bunların yanında işkoliklik davranışının hem aşırı çalışma hem de kompulsif çalışma boyutlarının dürtüsel alışveriş üzerinde doğrudan anlamlı bir etkisinin olmadığı, araştırmada ulaşılan diğer bir bulgudur. Diğer taraftan işkolikliğin aşırı çalışma boyutunun dürtüsel alışveriş üzerindeki etkisinde kafein bağımlılığının anlamlı ve tam aracılık etkisine sahip olduğu tespit edilmiştir. Diğer bir ifadeyle işkoliklik doğrudan dürtüsel alışverişleri etkilemese de, aşırı çalışma temposuna bağlı gelişen kafein tüketiminin, kontrolsüz veya dürtüsel alışverişlerin artmasını etkilediği anlaşılmaktadır. Bu noktada, iş yerindeki çalışan ve tüketim davranışlarının tüketicileri davranışlarına belirli yansımalarının olacağı fikri desteklenmektedir.

Tüm bunların yanında kafein bağımlılığının dürtüsel alışverişi pozitif yönlü etkilediği ortaya konulmaktadır. Bu bulgu, daha çok deneysel araştırmalara dayalı bulguların yer aldığı tüketici davranışları yazınına katkı sunmaktadır. Bu etkinin; kafein tüketimine bağlı artan dopamin veya uyarılma düzeyine dayalı olarak bilişsel kontrol veya rasyonel düşünme süreçlerinin zayıflaması, uyaranlara yönelik artan duyarlılık ve haz arayışı gibi durumlarla ilişkili olabileceği düşünülmektedir. Bu noktada, her ne kadar kafein zihinsel zindelik sağlasa da, bunun alışverişler irade gücü ve dürtüleri baskılamaya yansımadağı ifade edilebilir.

Araştırmada yönetim ve organizasyon bilim dalı bakımından işletmelere, çalışanların sağlıklı davranışlarını teşvik etmede sadece iş yükünün değil, kafein gibi uyarıcı ürünlerin kontrolsüz tüketiminin de göz önünde bulundurmaları önerilmektedir. Diğer taraftan pazarlama bakımından, araştırma bulguları ücretsiz veya düşük fiyatla kahve sunulması gibi satış geliştirme çabalarının olası etkilerini hakkında fikir vermektedir. Gelecekteki araştırmalarda, nitel araştırmalarla işkoliklik, kafein tüketim düzeyi ve dürtüsel alışverişler arasındaki ilişkiler hakkındaki bulgular zenginleştirilebilir, değişkenler arası ilişkiler enerji içeceği veya dikkat artırıcı ilaç gibi farklı maddeler bakımından konu alınabilir ve alışveriş veya sektörel dinamiklerin bu ilişkileri nasıl etkilediği ortaya konulabilir. Sonuç olarak bu araştırmada; işkolikliğin sadece mesleki bir sorun olmadığı, kafein bağımlılığı aracılığıyla alışverişlerde kontrolün azalması şeklinde etkisinin olduğu anlaşılmaktadır.

References

- Ágoston, C., Urbán, R., Király, O., Griffiths, M. D., Rogers, P. J., & Demetrovics, Z. (2018). Why do you drink caffeine? The development of the Motives for Caffeine Consumption Questionnaire (MCCQ) and its relationship with gender, age and the types of caffeinated beverages. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 16(4), 981-999.
- Airagnes, G., Fisk, D., Haddad, R. E., Le Faou, A. L., & Limosin, F. (2024). Burnout mediates the association between workaholism and substance use: Findings from a French national company. *Journal of Prevention*, 45(3), 451-466.
- Akutsu, S., Katsumura, F., & Yamamoto, S. (2022). The antecedents and consequences of workaholism: findings from the modern Japanese labor market. *Frontiers in Psychology*, 13, 812821.
- Amer, S. A., Alamri, F. A., Alradini, F. A., Alenezi, M. A., Shah, J., Fagehy, A. A., ... & Elsayed, M. (2023). Caffeine addiction and determinants of caffeine consumption among health care providers: a descriptive national study. *European Review for Medical & Pharmacological Sciences*, 27(8), 3230-3242.
- Amlung, M., Few, L. R., Howland, J., Rohsenow, D. J., Metrik, J., & MacKillop, J. (2013). Impulsivity and alcohol demand in relation to combined alcohol and caffeine use. *Experimental and Clinical Psychopharmacology*, 21(6), 467.
- Andreassen, C. S. (2014). Workaholism: An overview and current status of the research. *Journal of Behavioral Addictions*, 3(1), 1-11.
- Andreassen, C. S., Griffiths, M. D., Sinha, R., Hetland, J., & Pallesen, S. (2016). The relationships between workaholism and symptoms of psychiatric disorders: A large-scale cross-sectional study. *PloS One*, 11(5), e0152978.
- Antoniak, M. A., Szymkowiak, A., Borusiak, B., Borović, D., & Mesić, Ž. (2025). Beyond caffeine: Psychological motives behind coffee consumption intensity and frequency. *Coffee and Tea Marketing Journal*, 2(1), 9-22.
- Asavatharakul, N., & Kalayasiri, R. (2024). Caffeine addiction and mental health of employees in an organization in Bangkok. *Chulalongkorn Medical Journal*, 67(1), 21-28.
- Aydınlıoğlu, Ö. & Tamer Gencer, Z. (2020). Let me buy before I die! A study on consumers' panic buying behaviours during the Covid-19 pandemic. *Turkish Studies*, 15(6), 136-154.
- Beikverdi, L., Sipilä, J., & Tarkiainen, A. (2024). Post-purchase effects of impulse buying: a review and research agenda. *Journal of Consumer Behaviour*, 23(3), 1512-1527.
- Bellenger, D. N., Robertson, D. H., & Hirschman, E. C. (1978). Impulse buying varies by product. *Journal of Advertising Research*, 18(6), 15-18.
- Biswas, D., Hartmann, P., Eisend, M., Szocs, C., Jochims, B., Apaolaza, V., ... & Borges, A. (2022). Consuming caffeine before shopping leads to higher spending. *Advances in Consumer Research*, 50, 398-398.
- Biswas, D., Hartmann, P., Eisend, M., Szocs, C., Jochims, B., Apaolaza, V., Hermann, E., López, C.M. & Borges, A. (2023). Caffeine's effects on consumer spending. *Journal of Marketing*, 87(2), 149-167.
- Britt, S. L., Asebedo, S. D., & Blue, J. M. (2013). Workaholism and well-being. *Financial Planning Review*, 6, 35-58.

- Budney, A. J., Brown, P. C., Griffiths, R. R., Hughes, J. R., & Juliano, L. M. (2013). Caffeine withdrawal and dependence: a convenience survey among addiction professionals. *Journal of Caffeine Research*, 3(2), 67-71.
- Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal bilimler için istatistik: SPSS uygulamalı*. Pegem Akademi.
- Byrne, B. M. & Campbell, T. L. (1999). Cross-cultural comparisons and the presumption of equivalent measurement and theoretical structure: A look beneath the surface. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 30, 557-576.
- Canty, M. A. (2023). *Nutritional effects on consumer choice behavior: investigating the influence of caffeine on the attraction effect, compromise effect, and choice deferral* (Doctoral dissertation, Otto von Guericke University Magdeburg Economic), Berlin.
- Chamberlin, C. M., & Zhang, N. (2009). Workaholism, health, and self-acceptance. *Journal of Counseling & Development*, 87(2), 159-169.
- Chang, H. J., Eckman, M., & Yan, R. N. (2011). Application of the Stimulus-Organism-Response model to the retail environment: the role of hedonic motivation in impulse buying behavior. *The International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 21(3), 233-249.
- Chen, X., Liu, Y., Jaenicke, E. C., & Rabinowitz, A. N. (2019). New concerns on caffeine consumption and the impact of potential regulations: The case of energy drinks. *Food Policy*, 87, 101746.
- Choi, J. (2020). Motivations influencing caffeine consumption behaviors among college students in Korea: Associations with sleep quality. *Nutrients*, 12(4), 953.
- Clark, M. A., Lelchouk, A. M., & Taylor, M. L. (2010). Beyond the Big Five: How narcissism, perfectionism, and dispositional affect relate to workaholism. *Personality and Individual Differences*, 48(7), 786-791.
- Clark, M. A., Michel, J. S., Zhdanova, L., Pui, S. Y., & Baltes, B. B. (2016). All work and no play? A meta-analytic examination of the correlates and outcomes of workaholism. *Journal of Management*, 42(7), 1836-1873.
- Clover, V. T. (1950). Relative importance of impulse-buying in retail stores. *Journal of Marketing*, 15(1), 66-70.
- Çelik, I. K., Eru, O., & Cop, R. (2019). The effects of consumers' FoMo tendencies on impulse buying and the effects of impulse buying on post-purchase regret: An investigation on retail stores. *BRAIN. Broad Research in Artificial Intelligence and Neuroscience*, 10(3), 124-138.
- Dittmar, H., Beattie, J., & Friese, S. (1996). Objects, decision considerations and self-image in men's and women's impulse purchases. *Acta Psychologica*, 93(1-3), 187-206.
- Doğan, T., & Tel, F. D. (2011). Duwas işkoliklik ölçeği Türkçe formunun (DUWASTR) geçerlik ve güvenirliğinin incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11(1), 61-69.
- Doll, W. J., Xia, W., & Torkzadeh, G. (1994). A confirmatory factor analysis of the end-user computing satisfaction instrument. *MIS Quarterly*, 18(4), 453-461.
- Durmaz, Y. & Akdoğan, L. (2026). A study on the impact of consumers' personality traits on impulsive buying behavior in relation to socio-demographic variables. *Turkish Studies-Economics, Finance, Politics*, 21(1), 589-650.

- Giesinger, K., Hamilton, D. F., Erschbamer, M., Jost, B., & Giesinger, J. M. (2015). Black medicine: An observational study of doctors' coffee purchasing patterns at work. *BMJ*, 351.
- Giles, G. E., Mahoney, C. R., Brunyé, T. T., & Kanarek, R. B. (2017). Cautiously caffeinated: Does caffeine modulate inhibitory, impulsive, or risky behavior?. *Journal of Caffeine Research*, 7(1), 7-17.
- Gillet, N., Austin, S., Fernet, C., Sandrin, E., Lorho, F., Brault, S., ... & Aubouin Bonnaventure, J. (2021). Workaholism, presenteeism, work-family conflicts and personal and work outcomes: Testing a moderated mediation model. *Journal of Clinical Nursing*, 30(19-20), 2842-2853.
- Grant, J. E., & Chamberlain, S. R. (2018). Caffeine's influence on gambling behavior and other types of impulsivity. *Addictive Behaviors*, 76, 156-160.
- Hair J.F, Tatham R.L, Anderson R.E & Black W. (1998) *Multivariate data analysis* (5. Edition), Prentice-Hall.
- Hamermesh, D. S., & Slemrod, J. B. (2005). The economics of workaholism: We should not have worked on this paper. NBER Working Paper No. 11566.
- Heaton, J. A. (2012). *Modifying the caffeine consumption questionnaire: impulsivity and expectancies as predictors of caffeine consumption* [Master of arts]. Department of Psychology, University of North Carolina Wilmington).
- Henseler, J., Ringle, C. M., & Sarstedt, M. (2015). A new criterion for assessing discriminant validity in variance-based structural equation modeling. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 43(1), 115-135.
- Iyer, G. R., Blut, M., Xiao, S. H., & Grewal, D. (2020). Impulse buying: A meta-analytic review. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 48(3), 384-404.
- Jones, H. A., & Lejuez, C. W. (2005). Personality correlates of caffeine dependence: the role of sensation seeking, impulsivity, and risk taking. *Experimental and Clinical Psychopharmacology*, 13(3), 259.
- Kacprzak, A., & Pawłowska, A. (2017). Work and shopping overflow—Consequences and differentiation among selected psychological and demographic characteristics. *European Management Journal*, 35(6), 755-765.
- Kalaycı, Ş. (2009). *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri*. Asil.
- Kline, R. B. (2016). *Principle and practice of structural equation modelling* (4. Edition). The Guilford Press.
- Kun, B., Fetahu, D., Mervó, B., Magi, A., Eisinger, A., Paksi, B., & Demetrovics, Z. (2025). Work addiction and stimulant use: Latent profile analysis in a representative population study. *International Journal of Mental Health and Addiction*, 23(1), 1-22.
- Liao, S. L., Shen, Y. C., & Chu, C. H. (2009). The effects of sales promotion strategy, product appeal and consumer traits on reminder impulse buying behaviour. *International Journal of Consumer Studies*, 33(3), 274-284.
- Lin, Y.H. & Chen, C.Y. 2012. Adolescents' impulse buying: susceptibility to interpersonal influence and fear of negative evaluation. *Social Behavior and Personality*, 40(3), 353-358.

- Liu, W., Wang, Y., & Yao, H. (2024). Relationship between teachers' workaholic characteristics and emotional exhaustion—the mediating role of work-family conflict and work efficacy and the moderating role of teaching age. *Current Psychology*, 43(28), 23793-23814.
- Maqsood, U., Zahra, R., Latif, M. Z., Athar, H., Shaikh, G. M., & Hassan, S. B. (2020). Caffeine consumption & perception of its effects amongst university students. *Proceedings*, 34(4), 46-51.
- Meier, E., Aziz, S., Wuensch, K., & Dolbier, C. (2021). Work hard, play hard... or maybe not: A look at the relationships between workaholism, work-leisure conflict, and work stress. *Journal of Leisure Research*, 52(3), 330-346.
- Menghini, L., & Balducci, C. (2024). The daily costs of workaholism: A within-individual investigation on blood pressure, emotional exhaustion, and sleep disturbances. *Journal of Occupational Health Psychology*, 29(4), 201.
- Mitchell, D. C., Knight, C. A., Hockenberry, J., Teplansky, R., & Hartman, T. J. (2014). Beverage caffeine intakes in the US. *Food and Chemical Toxicology*, 63, 136-142.
- Mitchell, D. C., Trout, M., Smith, R., Teplansky, R., & Lieberman, H. R. (2025). An update on beverage consumption patterns and caffeine intakes in a representative sample of the US population. *Food and Chemical Toxicology*, 196, 115237.
- Mohan, G., Sivakumaran, B., & Sharma, P. (2013). Impact of store environment on impulse buying behavior. *European Journal of Marketing*, 47(10), 1711-1732.
- Molino, M., Bakker, A. B., & Ghislieri, C. (2016). The role of workaholism in the job demands-resources model. *Anxiety, Stress, & Coping*, 29(4), 400-414.
- Ng, T. W., Sorensen, K. L., & Feldman, D. C. (2007). Dimensions, antecedents, and consequences of workaholism: A conceptual integration and extension. *Journal of Organizational Behavior: The International Journal of Industrial, Occupational and Organizational Psychology and Behavior*, 28(1), 111-136.
- Oates, W. E. (1971). *Confessions of a workaholic: The facts about work addiction*. World.
- Olsen, N. L. (2013). *Caffeine consumption habits and perceptions among University of New Hampshire students* [Honors thesis]. Peter T. Paul College of Business and Economics, University of New Hampshire).
- Özsoy, E., Griffiths, M. D., Tınmaz Karaçay, G., Onay, Ö. A., Yılmaz, C., & Balaban, Ö. (2025). The relationship between work addiction and addictions to social media, shopping, food, caffeine, and nicotine. *Australian Journal of Psychology*, 77(1), 2486774.
- Podoshen, J. S., & Andrzejewski, S. A. (2012). An examination of the relationships between materialism, conspicuous consumption, impulse buying, and brand loyalty. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(3), 319-334.
- Quadra, G. R., Paranaíba, J. R., Vilas-Boas, J., Roland, F., Amado, A. M., Barros, N., ... & Cardoso, S. J. (2020). A global trend of caffeine consumption over time and related-environmental impacts. *Environmental Pollution*, 256, 113343.
- Rachubińska, K., Cybulska, A. M., Szylińska, A., Kupcewicz, E., Ćwiek, D., Walaszek, I., & Grochans, E. (2024). Psychosocial functioning of individuals at risk of developing compulsive buying disorder. *Journal of Clinical Medicine*, 13(5), 1339.
- Rauf, M. Q., Sharma, L., Essiet, E., Elhassan, O., Fahim, R., Irem-Oko, F., & Sreedharan, J. (2025). Caffeine Consumption Patterns, Health Impacts, and Media Influence: A Narrative Review. *Cureus*, 17(6), e86215.

- Ravoux, H., Pereira, B., Brousse, G., Dewavrin, S., Cornet, T., Mermillod, M., ... & Dutheil, F. (2018). Work addiction test questionnaire to assess workaholism: Validation of French version. *JMIR Mental Health*, 5(1), e8215.
- Roberts, J. A., & Manolis, C. (2012). Cooking up a recipe for self-control: The three ingredients of self-control and its impact on impulse buying. *Journal of Marketing Theory and Practice*, 20(2), 173-188.
- Robinson, B. E. (2000). Workaholism: Bridging the gap between workplace, sociocultural, and family research. *Journal of Employment Counseling*, 37(1), 31-47.
- Robinson, B., & Flowers, C. L. A. U. D. I. A. (2004). Understanding and diagnosing workaholism. *Handbook of addictive disorders: A practical guide to diagnosis and treatment*, 353-382.
- Rodda, S., Booth, N., McKean, J., Chung, A., Park, J. J., & Ware, P. (2020). Mechanisms for the reduction of caffeine consumption: What, how and why. *Drug and Alcohol Dependence*, 212, 108024.
- Rook, D. W. (1987). The buying impulse. *Journal of Consumer Research*, 14(2), 189-199.
- Salanova, M., López-González, A. A., Llorens, S., Del Líbano, M., Vicente-Herrero, M. T., & Tomás-Salvá, M. (2016). Your work may be killing you! Workaholism, sleep problems and cardiovascular risk. *Work & Stress*, 30(3), 228-242.
- Samoggia, A., & Rezzaghi, T. (2021). The consumption of caffeine-containing products to enhance sports performance: an application of an extended model of the theory of planned behavior. *Nutrients*, 13(2), 344.
- Samoggia, A., & Riedel, B. (2018). Coffee consumption and purchasing behavior review: Insights for further research. *Appetite*, 129, 70-81.
- Samoggia, A., Landuzzi, P., & Vicién, C. E. (2021). Market expansion of caffeine-containing products: Italian and argentinian yerba mate consumer behavior and health perception. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(15), 8117.
- Sawhney, G., Delongchamp, A., Sinclair, R. R., & Britt, T. W. (2023). Daily expression of workaholism and family outcomes: The buffering and magnifying effects of economic resources. *Stress and Health*, 39(1), 74-86.
- Schaufeli, W.B., Taris, T.W., & Bakker, A. (2006). Dr. Jekyll and Mr. Hide: On the differences between work engagement and workaholism. In R. Burke (Ed.): *Research companion to working time and work addiction*. Edward Elgar: Northampton, MA.
- Smith, A. (2002). Effects of caffeine on human behavior. *Food and Chemical Toxicology*, 40(9), 1243-1255.
- Smith, A. (2022). Caffeine, habitual caffeine consumption, alertness and cognitive performance. *World Journal of Pharmaceutical and Medical Research*, 11(11), 46-57.
- Snir, R., & Harpaz, I. (2012). Beyond workaholism: Towards a general model of heavy work investment. *Human Resource Management Review*, 22(3), 232-243.
- Tabassum, A., & Rahman, T. (2013). Gaining the insight of workaholism, its nature and its outcome: A literature review. *International Journal of Research Studies in Psychology*, 2(2), 81-92.
- Tran, N. L., Barraj, L. M., Bi, X., & Jack, M. M. (2016). Trends and patterns of caffeine consumption among US teenagers and young adults, NHANES 2003-2012. *Food and Chemical Toxicology*, 94, 227-242.

-
- Uddin, M. S., Sufian, M. A., Hossain, M. F., Kabir, M. T., Islam, M. T., Rahman, M. M., & Rafe, M. R. (2017). Neuropsychological effects of caffeine: Is caffeine addictive. *Journal of Psychology & Psychotherapy*, 7(02), 1-12.
- Verhagen, T., & Van Dolen, W. (2011). The influence of online store beliefs on consumer online impulse buying: A model and empirical application. *Information & Management*, 48(8), 320-327.
- Weun, S., Jones, M. A., & Beatty, S. E. (1998). Development and validation of the impulse buying tendency scale. *Psychological Reports*, 82(3_suppl), 1123-1133.
- Yazıcıoğlu, Y. & Erdoğan, S. (2004). *SPSS uygulamalı bilimsel araştırma yöntemleri*. Detay Publishing.

ETHICAL DECLARATIONS

Research and Publication Ethics

The author(s) declare that this manuscript is an original work prepared in accordance with the principles of scientific research and publication ethics. The manuscript has not been previously published and is not currently under consideration for publication elsewhere. All sources used in the preparation of this study have been properly cited and referenced. The author(s) confirm that the work contains no plagiarism, fabrication, falsification, or manipulation of data. The research findings are presented honestly and transparently in accordance with the principles of academic integrity.

Author Contributions

All authors have significantly contributed to the conception, design, analysis, and preparation of the manuscript. All authors have read and approved the final version of the manuscript and agree to its submission and publication.

Conflict of Interest

The author(s) declare that there is no conflict of interest regarding the publication of this manuscript.

Funding

This research did not receive any specific grant, financial support, or funding from any public, commercial, or non-profit funding agencies.

Artificial Intelligence (AI) Usage Disclosure

During the preparation of this manuscript, artificial intelligence tools may have been used solely for limited purposes such as language editing, translation assistance, and stylistic improvement. Any AI-assisted translations or language corrections were carefully reviewed and verified by the author(s). Artificial intelligence tools were not used to generate the core scientific content, research design, analysis, or scholarly conclusions. All academic responsibility for the content of the manuscript rests entirely with the author(s).

Copyright and Permissions

The author(s) confirm that all necessary permissions for copyrighted materials have been obtained where required and that the manuscript does not violate any intellectual property rights.

Author Approval

All authors confirm that they have read and approved the final version of the manuscript and consent to its submission and publication.

ETİK BEYANLAR

Araştırma ve Yayın Etiği

Yazar(lar), bu makalenin özgün bir çalışma olduğunu ve bilimsel araştırma ve yayın etiği ilkelerine uygun olarak hazırlandığını beyan eder. Makale daha önce herhangi bir yerde yayımlanmamış olup başka bir dergide değerlendirme sürecinde değildir.

Çalışmada kullanılan tüm kaynaklar akademik kurallara uygun biçimde atıf lanmıştır. Yazar(lar), çalışmanın intihal, veri uydurma, veri tahrifi veya manipölasyon içermediğini; araştırma bulgularının bilimsel dürüstlük ilkelerine uygun şekilde sunulduğunu beyan eder.

Yazar Katkısı

Tüm yazarlar çalışmanın tasarlanması, yürütülmesi, analizi ve makalenin hazırlanmasına önemli ölçüde katkı sağlamıştır. Tüm yazarlar makalenin son hâlini okuyup onaylamış ve yayımlanmasını kabul etmiştir.

Çıkar Çatışması

Yazar(lar), bu makalenin yayımlanmasına ilişkin herhangi bir çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

Finansal Destek

Bu araştırma herhangi bir kamu kurumu, ticari kuruluş veya kâr amacı gütmeyen kuruluş tarafından finansal olarak desteklenmemiştir.

Yapay Zekâ Kullanım Beyanı

Makalenin hazırlanması sürecinde yapay zekâ araçlarından yalnızca dil düzenleme, çeviri desteği ve anlatım iyileştirmesi amacıyla sınırlı ölçüde yararlanılmış olabilir. Yapay zekâ araçları tarafından yapılan çeviri ve dil düzenlemeleri yazar(lar) tarafından dikkatle kontrol edilmiştir. Yapay zekâ araçları çalışmanın bilimsel içeriğinin, araştırma tasarımının, analizlerinin veya akademik sonuçlarının oluşturulmasında kullanılmamıştır. Makalenin içeriğine ilişkin tüm akademik sorumluluk yazar(lar)a aittir.

Telif Hakları ve İzinler

Yazar(lar), telif hakkı gerektiren materyaller kullanılmışsa gerekli izinlerin alındığını ve çalışmanın herhangi bir fikrî mülkiyet hakkını ihlal etmediğini beyan eder.

Yazar Onayı

Tüm yazarlar makalenin son hâlini okuduklarını, onayladıklarını ve yayımlanmasını kabul ettiklerini beyan eder.

Authors' Contribution Statement / Yazarların Katkı Oranı Beyanı

The researchers' contribution statement is as follows / Araştırmacıların katkı oranı beyanı şu şekildedir:

First author / 1. Yazar %40,

Second author / 2. Yazar %30,

Third author / 3. Yazar %30.