



**ΑΛΕΞΑΝΔΡΕΙΟ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΚΟ ΕΚΠΑΙΔΕΥΤΙΚΟ ΙΔΡΥΜΑ
ΣΧΟΛΗ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ ΓΕΩΠΟΝΙΑΣ ΚΑΙ ΤΕΧΝΟΛΟΓΙΑΣ
ΤΡΟΦΙΜΩΝ ΚΑΙ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ
ΤΜΗΜΑ ΔΙΑΤΡΟΦΗΣ ΚΑΙ ΔΙΑΙΤΟΛΟΓΙΑΣ**

ΠΤΥΧΙΑΚΗ ΕΡΓΑΣΙΑ

ΟΙ ΣΥΝΗΘΕΙΕΣ ΚΑΙ ΟΙ ΑΝΤΙΛΗΨΕΙΣ ΚΑΤΑΝΑΛΩΣΗΣ ΚΑΦΕΪΝΗΣ ΜΕΤΑΞΥ ΕΦΗΒΩΝ ΗΛΙΚΙΑΣ 14-18 ΕΤΩΝ

ΜΥΛΩΝΕΡΟΥ ΝΙΚΟΛΙΝΑ, Α.Μ. 3779

**ΕΠΙΒΛΕΠΟΥΣΑ:
ΚΑΡΑΣΤΟΓΙΑΝΝΙΔΟΥ ΚΑΛΛΙΟΠΗ, ΕΠΙΚΟΥΡΗ ΚΑΘΗΓΗΤΡΙΑ**

ΘΕΣΣΑΛΟΝΙΚΗ, 2018

Περιεχόμενα

Εισαγωγή	8
Κεφάλαιο 1 Βιβλιογραφική Επισκόπηση	9
1.1. Η καφεΐνη	9
1.2. Οι καταναλωτικές συνήθειες της καφεΐνης	12
1.3. Οφέλη για την υγεία	13
1.4. Κίνδυνοι για την υγεία	15
Κεφάλαιο 2 Ερευνητικό Μέρος	22
2.1. Σκοπός και στόχοι	22
2.2. Μεθοδολογία	22
2.2. 1. Επιλογή μεθόδου έρευνας και ερευνητικά ερωτήματα	24
2.2. 2. Δομή ερωτηματολογίου και δείγμα	25
Κεφάλαιο 3 Αποτελέσματα - Συζήτηση	28
3.1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά, αίτια και συχνότητα κατανάλωσης καφεΐνης	28
3.2. Σημασία των χαρακτηριστικών των προϊόντων με καφεΐνη	36
3.3. Καταναλωτικές συνήθειες και προτιμήσεις	42
3.4. Επαγωγική Στατιστική	45
3.5. Τρόποι κατανάλωσης καφεΐνης και δημοφιλέστερα καταστήματα	52
Κεφάλαιο 4 Συμπεράσματα – Περιορισμοί – Προτάσεις	57
Βιβλιογραφία	60
Παράρτημα Α	65
Παράρτημα Β – Απόλυτες και Σχετικές Συχνότητες	70
Παράρτημα Γ Απαντήσεις Ερώτησης 15	75

Πίνακας Γραφημάτων

Γράφημα 2 1 Φύλο Δείγματος	27
Γράφημα 2 2 Ηλικία Δείγματος	27
Γράφημα 3 1 Καπνίζεις έστω και περιστασιακά; Γράφημα 3 2 Καταναλώνεις αλκοόλ έστω και περιστασιακά; 28	
Γράφημα 3 3 Πιστεύεις ότι ακολουθείς υγιεινές διατροφικές συνήθειες;	29
Γράφημα 3 4 Πόσο συχνά κάνεις κάποια φυσική δραστηριότητα;	29
Γράφημα 3 5 Αν ναι, ποια φυσική δραστηριότητα εξασκείς;	30
Γράφημα 3 6 Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	31
Γράφημα 3 7 Από ποια ηλικία ξεκίνησες την κατανάλωση καφεΐνης;	32
Γράφημα 3 8 Πόσα προϊόντα με καφεΐνη καταναλώνεις καθημερινά;	32
Γράφημα 3 9 Ποια από τα παρακάτω προϊόντα με καφεΐνη καταναλώνεις;	33
Γράφημα 3 10 Για ποιους λόγους καταναλώνεις καφεΐνη;	34
Γράφημα 3 11 Σε ποια από τις παρακάτω περιπτώσεις θα κατανάλωνες καφεΐνη σε οποιαδήποτε μορφή;	35
Γράφημα 3 12 Κατά μέσο όρο πόσα χρήματα ξοδεύεις την ημέρα σε προϊόντα με καφεΐνη;	36
Γράφημα 3 13 Πόσο σημαντική είναι η: Ποσότητα καφεΐνης	37
Γράφημα 3 14 Πόσο σημαντική είναι η: Φρεσκάδα προϊόντος	37
Γράφημα 3 15 Πόσο σημαντικά είναι τα: Οφέλη για την υγεία	38
Γράφημα 3 16 Πόσο σημαντική είναι η: Γεύση	38
Γράφημα 3 17 Πόσο σημαντική είναι η: Δημοτικότητα του προϊόντος μεταξύ των φίλων μου	39
Γράφημα 3 18 Πόσο σημαντικό είναι το : Brand name	39
Γράφημα 3 19 Πόσο σημαντική είναι η: Διαθεσιμότητα προϊόντος	40
Γράφημα 3 20 Πόσο σημαντική είναι η: Τιμή	40
Γράφημα 3 21 Πόσο σημαντική είναι η: Συσκευασία	41
Γράφημα 3 22 Πόσο σημαντική είναι: Η ώρα της ημέρας	42
Γράφημα 3 23 Η μεγάλη κατανάλωση καφεΐνης είναι βλαβερή για την υγεία.	43
Γράφημα 3 24 Η ανάμιξη καφεΐνης με αλκοόλ είναι πολύ επικίνδυνη για την υγεία μου.	43
Γράφημα 3 25 Τα οφέλη κατανάλωσης καφεΐνης είναι πολύ περισσότερα από τους κινδύνους	44
Γράφημα 3 26 Οι διαφημίσεις στην τηλεόραση με ωθούν να αγοράσω συγκεκριμένα προϊόντα	44
Γράφημα 3 27 Τα μέσα ενημέρωσης και οι influencers (μέσω Instagram) επηρεάζουν την επιλογή του προϊόντος με καφεΐνη που επιλέγω	45
Γράφημα 3 28 Chi – square test Κατανάλωση καφεΐνης - Φύλο	46
Γράφημα 3 29 Chi – square test Κατανάλωση καφεΐνης - ηλικίας	46
Γράφημα 3 30 Chi – square test Κατανάλωση καφεΐνης - καπνίσματος	47
Γράφημα 3 31 Chi – square test Κατανάλωση καφεΐνης – κατανάλωσης αλκοόλ	47
Γράφημα 3 32 Chi – square test Κατανάλωση καφεΐνης – φυσικής δραστηριότητας	48
Γράφημα 3 33 Pearson test Κατανάλωση καφεΐνης - Φύλο	49
Γράφημα 3 34 Pearson test Κατανάλωση καφεΐνης –ηλικίας	49
Γράφημα 3 35 Pearson test Κατανάλωση καφεΐνης - καπνίσματος	49
Γράφημα 3 36 Pearson test Κατανάλωση καφεΐνης – κατανάλωσης αλκοόλ	50
Γράφημα 3 37 Pearson test Κατανάλωση καφεΐνης – φυσικής δραστηριότητας	50
Γράφημα 3 38 R Square Φύλο	51
Γράφημα 3 39 R Square Ηλικία	51
Γράφημα 3 40 R Square Κάπνισμα	51

Γράφημα 3 41 R Square Αλκοόλ.....	51
Γράφημα 3 42 Φυσική δραστηριότητα	51
Γράφημα 3 43 Με ποιον τρόπο καταναλώνεις καφέ;.....	52
Γράφημα 3 44 Από πού προμηθεύεσαι έτοιμο καφέ στην περιοχή σου;	53
Γράφημα 3 45 Με ποιον τρόπο καταναλώνεις τσάι;	54
Γράφημα 3 46 Από πού αγοράζεις τσάι;	54
Γράφημα 3 47 Από πού αγοράζεις energy drinks;	55
Γράφημα 3 48 Από πού αγοράζεις αναψυκτικά με καφεΐνη;.....	56

Περίληψη

Στις μέρες μας όλο και περισσότεροι έφηβοι φαίνεται ότι καταναλώνουν προϊόντα με καφεΐνη. Σκοπός της έρευνας είναι να αναλύσει τις καταναλωτικές συνήθειες και τις αντιλήψεις γύρω από την καφεΐνη σε εφήβους ηλικίας 14-18 ετών σε φροντιστήρια και όχι μόνο, της περιοχής του Δήμου Δίου-Ολύμπου και πιο συγκεκριμένα, του Λιτοχώρου και της Λεπτοκαρυάς. Μέσα στους επιμέρους στόχους της έρευνας συγκαταλέγονται η εξέταση της σχέσης μεταξύ της καφεΐνης και του φύλου, της ηλικίας του καπνίσματος, της κατανάλωσης αλκοόλ και της φυσικής δραστηριότητας.

Για την εκπόνηση της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν δευτερογενείς πηγές και κυρίως άρθρα ξενόγλωσσα από διακεκριμένα επιστημονικά περιοδικά πάνω στο θέμα της κατανάλωσης καφεΐνης από εφήβους. Διανεμήθηκαν ερωτηματολόγια σε εφήβους ηλικίας 14-18 ετών του Λιτοχώρου και της Λεπτοκαρυάς.

Στην έρευνα συμμετείχαν ενενήντα πέντε (95) άτομα και η εστίαση έγινε στα αίτια κατανάλωσης της καφεΐνης, τα μέρη αγοράς ή/και κατανάλωσής της και στα είδη προϊόντων με καφεΐνη που προτιμούν οι έφηβοι. Από τα αποτελέσματα προκύπτει ότι η κατανάλωση καφεΐνης δεν παρουσιάζει στατιστικά σημαντική σχέση με το φύλο (Chisquare = 1,075, B.E. = 2, p-value= 0,584>0,05), με την ηλικία (Chisquare = 5,623, B.E. = 5, p-value= 0,345>0,05), με το κάπνισμα (Chisquare = 2,014, B.E. = 2, p-value= 0,365>0,05) ούτε με το αλκοόλ (Chisquare = 5,859, B.E. = 2, p-value= 0,053>0,05). Ωστόσο, παρουσιάζεται στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της κατανάλωσης καφεΐνης και της φυσικής δραστηριότητας (Chisquare = 15,276, B.E. = 4, p-value= 0,04<0,05).

Τα συμπεράσματα που προκύπτουν είναι ότι σχεδόν το 50% των εφήβων καταναλώνει προϊόντα με καφεΐνη για να αποκτήσει ενέργεια, φαίνεται οι έφηβοι να γνωρίζουν τις επιπτώσεις της καφεΐνης (εγρήγορση και επίδραση στο ανθρώπινο νευρικό σύστημα) για αυτό και η δεύτερη δημοφιλέστερη απάντηση αφορούσε το πρωινό ξύπνημα και η τρίτη την απόκτηση ενέργειας. Ακόμη, θεωρούν ότι η γεύση (81,05%) και η φρεσκάδα (73,68%) των προϊόντων με καφεΐνη είναι τα πιο καθοριστικά χαρακτηριστικά στην επιλογή προϊόντων με καφεΐνη. Τέλος, πάνω από το 50% των εφήβων καταναλώνει ημερησίως μέχρι ένα προϊόν με καφεΐνη και στην πλειονότητα του αυτό είναι καφές.

Λέξεις κλειδιά: καφεΐνη, καταναλωτικές συνήθειες, κατανάλωση καφέ από εφήβους, οφέλη καφεΐνης

Abstract

Nowadays, a growing number of teenagers consume. The purpose of the research is to analyze consumer habits and perceptions about caffeine in teenagers aged 14-18 years in tutorials and not only in the municipality of Dio-Olympus and more specifically, in Litohero and Leptokarya. Among the objectives of this survey are the consideration of the relationship between caffeine and sex, age of smoking, alcohol consumption and physical activity.

For the purposes of this paper secondary sources and mainly articles from distinguished scientific journals were used focused on the topic of caffeine consumption by adolescents in order to look further into the research. Then, a questionnaire was built and distributed to teenagers aged 14-18 years in schools of Litohero and Leptokaria.

95 people participated in the survey, with the main focus on causes of caffeine consumption, its market share and / or consumption, the type of caffeine products preferred by teenagers. The results show that caffeine consumption is not statistically significant with sex (Chisquare = 1,075, BE = 2, p-value = 0,584 > 0,05), age (Chisquare = 5,623, = 5, p-value = 0.345 > 0.05), with smoking (Chisquare = 2.014, BE = 2, p-value = 0.365 > 0.05) = 2, p-value = 0.053 & gt; 0.05). However, there is a statistically significant relationship between caffeine consumption and physical activity (Chisquare = 15,276, BE = 4, p-value = 0,04 < 0,05).

The findings suggest that almost 50% of adolescents consume caffeine products to gain energy and they know the effects of caffeine (alertness and the effect it has on the human nervous system), as the second most popular answer was on morning awakening and the third on acquiring energy. They also consider that taste (81.05%) and freshness (73.68%) of caffeine products are the most decisive features in the selection of caffeine products. Finally, more than 50% of teenagers consume daily a product with caffeine and the majority of them is coffee.

Key words: caffeine, consumption habits, coffee consumption by teenagers, caffeine benefits

Εισαγωγή

Η καφεΐνη αποτελεί ουσία η οποία υπάρχει στην καθημερινότητα πολλών ανθρώπων παγκοσμίως. Το ίδιο ισχύει και για μεγάλη μερίδα εφήβων οι οποίοι έχουν εντάξει την κατανάλωσή της στην καθημερινότητά τους και μάλιστα από μικρή κιόλας ηλικία με την κατανάλωση σοκολάτας, αλλά και αναψυκτικών που περιέχουν καφεΐνη. Οι έφηβοι στις μέρες μας διαθέτουν πολύ απαιτητικό πρόγραμμα μεταξύ μαθημάτων σχολείου, παρακολούθησης μαθημάτων σε φροντιστήρια ή ιδιαίτερων και πολλών άλλων δραστηριοτήτων που σχετίζονται με τον αθλητισμό ή τα ενδιαφέροντά τους. Προϊόντα με καφεΐνη υπάρχουν στα κυλικεία των σχολείων, αλλά κυρίως οι έφηβοι καταναλώνουν προϊόντα με καφεΐνη από τα τοπικά καταστήματα της περιοχής τους.

Η παρούσα έρευνα εστιάζει στις αντιλήψεις και τις καταναλωτικές συνήθειες των εφήβων κυρίως σε σχέση με τους λόγους κατανάλωσης της καφεΐνης, τα προϊόντα που προτιμώνται από τους εφήβους και περιέχουν καφεΐνη, τη μέση κατανάλωση σε όρους χρηματικής αξίας, τα χαρακτηριστικά των προϊόντων με καφεΐνη που τους ελκύουν, τους παράγοντες επιλογής ενός προϊόντος με καφεΐνη έναντι άλλων ανταγωνιστικών, καθώς και τα καταστήματα από τα οποία προτιμούν να αγοράζουν και να καταναλώνουν προϊόντα με καφεΐνη.

Σκοπός της έρευνας και της παρούσας εργασίας είναι να βρεθούν τα αίτια κατανάλωσης της καφεΐνης και να καταγραφούν οι καταναλωτικές συνήθειες και αντιλήψεις των εφήβων ηλικίας 14-18 στις περιοχές του Λιτοχώρου και της Λεπτοκαρυάς. Μέσα από την έρευνα προκύπτουν χρήσιμα συμπεράσματα και καταγράφονται σημαντικά αποτελέσματα για την κατανάλωση της καφεΐνης από εφήβους και τις αντιλήψεις που έχουν για αυτή.

Η δομή της παρούσας εργασίας καλύπτεται από τέσσερα κεφάλαια. Στο πρώτο κεφάλαιο γίνεται βιβλιογραφική επισκόπηση και πιο συγκεκριμένα καταγράφεται η ιστορία της καφεΐνης, οι καταναλωτικές συνήθειες που ισχύουν με βάση πρόσφατα στατιστικά στοιχεία στην Ελλάδα αλλά και το εξωτερικό, τα οφέλη, αλλά και οι κίνδυνοι για την υγεία. Στο δεύτερο κεφάλαιο καταγράφεται η μεθοδολογία της έρευνας δηλαδή ο σκοπός εκπόνησής της, τα ερευνητικά ερωτήματα τα οποία καλείται να απαντήσει η έρευνα μέσω των αποτελεσμάτων και παρουσιάζονται η δομή του ερωτηματολογίου και το δείγμα της έρευνας. Στο τρίτο κεφάλαιο καταγράφονται τα αποτελέσματα και γίνεται συζήτηση επί αυτών. Τέλος, στο τέταρτο κεφάλαιο προκύπτουν τα συμπεράσματα, οι περιορισμοί της έρευνας και προτάσεις για μελλοντικές έρευνες.

Κεφάλαιο 1 Βιβλιογραφική Επισκόπηση

1.1. Η καφεΐνη

Η καφεΐνη χρησιμοποιείται εδώ και χρόνια και αποτελεί ένα από τα δημοφιλέστερα προϊόντα σε όλο τον κόσμο. Κοινά ποτά και αφεψήματα όπως ο καφές, το τσάι και ελαφριά αναψυκτικά όπως επίσης σοκολατούχα προϊόντα και μια πληθώρα φαρμακευτικών προϊόντων περιλαμβάνουν καφεΐνη (Barone & Roberts, 1996; Andrews et al., 2007).

Η καφεΐνη είναι φυσικό αλκαλοειδές το οποίο μπορεί να βρεθεί σε μεγάλη ποσότητα σε σπόρους, φύλλα, αλλά και φρούτα που αριθμούνται σε περίπου 60 διαφορετικά είδη. Μερικές κοινές πηγές καφεΐνης είναι η *Cola acuminata* που προέρχεται από καρπούς κόλα, στη *Theobroma cacao* που αφορά τους σπόρους κακάο, στην *Ilex paraguariensis* και την *Paullinia curana* σε σπόρους γκουαρανά. Παρόλα τα είδη που μπορεί να τη συναντήσει κανείς, η πιο συχνή και η πιο γνωστή πηγή της είναι οι ψημένοι κόκκοι καφέ. Στις Η.Π.Α. η πλειοψηφία των εισαγόμενων προϊόντων είναι ο καφές και το τσάι. Όλα τα προαναφερόμενα είδη αντιπροσωπεύουν πολύ μικρότερα ποσοστά (Bonita et al., 2007; Frary et al., 2005).

Η καφεΐνη θεωρείται ένα από τα πιο συχνά προϊόντα που καταναλώνονται σε όλο τον κόσμο. Σε φυσική μορφή μπορεί κανείς να τη βρει σε κόκκους καφέ, σπόρους κακάο, τροπικά δέντρα, γκουαρανά και φύλλα τσαγιού. Η καθημερινή πρόσληψη όπως επίσης και η βασική πηγή καφεΐνης διαφέρει ανάλογα με την περιοχή. Ωστόσο, ο καφές και το τσάι είναι οι δυο πιο συχνές πηγές πρόσληψης. Ακόμη, τα αναψυκτικά είναι ιδιαίτερα δημοφιλή, όπως επίσης τα ενεργειακά ποτά.

Η καφεΐνη καταναλώνεται πιο συχνά σε προϊόντα όπως είναι ο καφές (71%), τα αναψυκτικά (16%) και το τσάι (12%) (Channel Check, 2008). Η αγορά προϊόντων που περιέχουν καφεΐνη έχει αυξηθεί τα τελευταία χρόνια με την εισαγωγή αφεψημάτων συμπεριλαμβανομένων των ενεργειακών ποτών, αλλά και ροφημάτων για αθλητές, χυμών ακόμη και εμφιαλωμένων νερών (Channel Check, 2008). Επιπλέον, καφεΐνη βρίσκει κανείς σε φάρμακα, σε σοκολάτες, στο κακάο και σε πληθώρα άλλων βρώσιμων προϊόντων.

Η συγκέντρωση και περιεκτικότητα της καφεΐνης διαφέρει αναλόγως το προϊόν. Ο καφές έχει τη μεγαλύτερη περιεκτικότητα στο συστατικό αυτό, ενώ ακολουθεί το τσάι, τα αναψυκτικά και κάποια ενεργειακά ποτά. Το πράσινο τσάι περιέχει καφεΐνη, ενώ ταυτόχρονα υπάρχει μεγάλη ποικιλία στην περιεκτικότητα καφεΐνης με βάση τον τύπο τσαγιού και τη μέθοδο καλλιέργειας. Καθώς η καφεΐνη είναι φυσικό προϊόν η περιεκτικότητά της διαφέρει ανάλογα με το είδος και την ποικιλία,

τις περιβαλλοντικές συνθήκες στις οποίες καλλιεργείται και τη μέθοδο καλλιέργειας που χρησιμοποιείται (McCusker et al., 2003).

Σύμφωνα με έρευνες η καφεΐνη χάνει την επίδρασή της και η απορρόφησή της γίνεται από τον οργανισμό εντός πέντε ωρών (Charles et al., 2008). Μόλις γίνει η χώνεψη της καφεΐνης ξεκινά η απορρόφησή της από το γαστρεντερικό σύστημα και περνάει στο αίμα όπου και μεταβολίζεται (Nawrot et al., 2003).

Η καφεΐνη είναι η πιο διαδεδομένη ουσία η οποία χρησιμοποιείται σε παγκόσμιο επίπεδο καθημερινά. Ακόμη, πρόκειται για νόμιμη ουσία η οποία δίνεται και σε παιδιά και εφήβους. Η πώληση και η χρήση της σε αναψυκτικά έχει αυξηθεί ραγδαία τα τελευταία χρόνια ωστόσο η έρευνα πάνω στους νέους και την κατανάλωση καφεΐνης δεν είναι δημοφιλές θέμα στην βιβλιογραφία της διατροφολογίας. Ειδικά στα ελληνικά δεδομένα δεν υπάρχει εκτενής αρθρογραφία και έρευνα και αυτό το κενό καλείται να καλύψει η παρούσα εργασία.

Η καφεΐνη έχει χρησιμοποιηθεί για χιλιάδες χρόνια και είναι ένα από τα πιο ευρέως καταναλισκόμενα ενεργά συστατικά τροφίμων στον κόσμο. Βρίσκεται σε κοινά ποτά όπως καφές, τσάι και αναψυκτικά, αλλά και προϊόντα που περιέχουν κακάο ή σοκολάτες και διάφορα φάρμακα και συμπληρώματα διατροφής (Andrews et al., 2007). Η καφεΐνη έχει κοινή ονομασία την 1,3,7-τριμεθυλοξανθίνη και προήλθε από τη γερμανική λέξη «Kaffee» και τη γαλλική «cafe» (Heckman et al., 2010a) που έχουν την ίδια σημασία. Ιστορικοί δηλώνουν ότι η καφεΐνη καταναλώνεται ήδη από το 2737 π.Χ., καθώς ο Κινέζος αυτοκράτορας Shen Nung έβγαλε πόσιμο ρόφημα με ευχάριστο άρωμα και την πρώτη μορφή τσαγιού (Arab & Blumberg, 2008). Ο καφές στην παραδοσιακή του μορφή ξεκίνησε πριν πολλά χρόνια, τον 9^ο αιώνα στην Αιθιοπία, όταν ένας βοσκός άρχισε να καταναλώνει μούρα άγριου καφέ παρατηρώντας ότι οι κατσίκες του μετά την κατανάλωσή του είχαν αυξημένη ενέργεια (Griffin, 2006). Τον 18^ο αιώνα ξεκίνησαν την εμφάνισή τους αφεψήματα με καφεΐνη με τον Dr. Pepper ως προϊόν να κάνει την πρώτη εμφάνισή του, ενώ ακολούθησαν η Coca Cola και η Pepsi (ABA, 2008).

Στα τέλη του 1800 άρχισαν να εμφανίζονται τα αναψυκτικά καφεΐνης με την εισαγωγή του Dr. Pepper ενώ στη συνέχεια και η Coca-Cola παρουσίασε τα δικά της προϊόντα όπως αργότερα και η Pepsi-Cola (ABA, 2008). Η αγορά αναψυκτικών με καφεΐνη αυξήθηκε σημαντικά το δεύτερο μισό του 20^{ου} αιώνα και μάλιστα τα ποτά με υψηλότερη περιεκτικότητα καφεΐνης απέκτησαν μεγάλη δημοτικότητα (Heckman et al., 2010a). Έτσι, έκαναν την εμφάνισή τους τα ενεργειακά ποτά τα οποία έτυχαν μεγάλης διαφήμισης, αλλά και αποδοχής από τον κόσμο. Σήμερα σχεδόν το 80% του πληθυσμού στον κόσμο καταναλώνει τουλάχιστον ένα προϊόν που έχει καφεΐνη σε καθημερινή

βάση (Ogawa & Ueki, 2007). Η ελκυστικότητα και αναγνωρισιμότητα των ποτών αυτών προέρχονται από την επίδραση που έχει η καφεΐνη στο σώμα και το πνεύμα. Οι ιδιότητες της καφεΐνης εξυπηρετούν στη διατήρηση της επαγρύπνησης και στη βελτίωση της πνευματικής επαγρύπνησης του ατόμου ειδικά μετά από κόπωση (Smit & Rogers, 2002). Σύμφωνα μάλιστα με άλλες έρευνες η καφεΐνη μπορεί να συμβάλει δραστικά στη μείωση παραγόντων που συνδέονται με προβλήματα του μεταβολισμού συμπεριλαμβανομένου του διαβήτη τύπου 2 και της παχυσαρκίας (Westerterp-Plantenga et al., 2006; Hino et al., 2007).

Η καφεΐνη είναι ένα αλκαλοειδές το οποίο συναντάται στη φύση σε φασόλια, φύλλα και καρπούς σε πάνω από 60 διαφορετικά φυτά (Heckman et al., 2010a). Ορισμένες πηγές καφεΐνης είναι η cola acuminata, το κακάο (*Theobroma cacao*), το yerba mate, τα μούρα guarana και οι φρυγμένοι κόκκοι καφέ (*Coffea Arabica* & *Coffea robusta*). Στην Αμερική η κύρια κατανάλωση καφέ γίνεται από ποικιλίες που εισάγονται με τη μορφή καφέ και τσαγιού. Άλλες μορφές όπως του κακάου, των ξηρών καρπών και της συνθετικής καφεΐνης αντιπροσωπεύουν ένα μικρότερο ποσοστό (Bonita et al., 2007).

Η συγκέντρωση της καφεΐνης διαφέρει μεταξύ των ποτών με τον καφέ (ρόφημα) να έχει τη μεγαλύτερη συγκέντρωση σε σχέση με το τσάι, τα αναψυκτικά και τα ενεργειακά ποτά (Heckman et al., 2010a). Ακόμη, μεγάλες διαφορές στη συγκέντρωση παρατηρούνται ακόμη και μεταξύ ίδιων ροφημάτων. Για παράδειγμα, το πράσινο τσάι περιέχει καφεΐνη ωστόσο υπάρχει μεγάλη ποικιλία στη συγκέντρωση καφεΐνης αναλόγως του τύπου πράσινου τσαγιού (Heckman et al., 2010a). Καθώς η καφεΐνη είναι φυσικό προϊόν, το περιεχόμενο διαφέρει με βάση την ποικιλία του φυτού, τις περιβαλλοντικές συνθήκες ανάπτυξης του φυτού ή τη μέθοδο παρασκευής (Heck & de Mejia, 2007). Για παράδειγμα, ένα τυπικό φλιτζάνι καφέ (240mL) περιέχει κατά μέσο όρο 100 mg καφεΐνης. Ωστόσο με βάση την έρευνα των McCusker et al. (2003) σε 20 διαφορετικά είδη καφέ που αγοράστηκαν από διαφορετικά καταστήματα στις Η.Π.Α., η συγκέντρωση καφεΐνης ποικίλει από 76 μέχρι 112 mg ανά φλιτζάνι.

Τα ποτά με καφεΐνη καταναλώνονται ευρέως από ενήλικες, εφήβους ακόμη και παιδιά και των δύο φύλων. Ωστόσο, η ημερήσια ποσότητα πρόσληψης διαφέρει αναλόγως του τύπου προϊόντος με καφεΐνη που καταναλώνεται. Στις Η.Π.Α. οι ενήλικες καταναλώνουν κατά μέσο όρο 4mg για κάθε κιλό που ισοδυναμεί με 280mg για ένα άτομο 70 κιλών (Heckman et al., 2010a). Η ποσότητα αυτή είναι μικρότερη για εφήβους και παιδιά (Barone & Roberts, 1996). Στις Η.Π.Α. τα αναψυκτικά αποτελούν την κύρια πηγή καφεΐνης για τα παιδιά και τους εφήβους, ενώ ο καφές η κύρια πηγής καφεΐνης για τους ενήλικες (Frary et al., 2005).

1.2.Οι καταναλωτικές συνήθειες της καφεΐνης

Σύμφωνα με τη βιβλιογραφία η θρεπτική και όχι μόνο αξία της καφεΐνης προέρχεται από διάφορα προϊόντα τροφίμων και όχι μόνο από το γνωστό σε όλους ρόφημα. Οι Barone & Roberts (1996) προτείνουν κάποια πρότυπα για τις Η.Π.Α όσον αφορά την περιεκτικότητα καφεΐνης σε συγκεκριμένα τρόφιμα. Πιο συγκεκριμένα, οι προτάσεις τους αφορούν το ρόφημα του καφέ ακόμη και του ντεκαφεϊνέ, το τσάι, σοκολάτες, σοκολατούχο γάλα, κόλες κ.ά.. Παρατηρούν στην έρευνά τους ότι ορισμένα προϊόντα στην Ευρώπη και συγκεκριμένα στο Ηνωμένο Βασίλειο και τη Δανία περιέχουν καφεΐνη σε μεγαλύτερη περιεκτικότητα. Με βάση έρευνα δεδομένων που συγκέντρωσαν κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι η κατάλληλη κατανάλωση για τους Αμερικανούς πολίτες είναι 4 mg ανά κιλό. Όσον αφορά τα παιδιά και τους εφήβους έως 18 ετών προτείνεται η αντίστοιχη αναλογία να είναι 1 mg ανά κιλό.

Η κατανάλωση καφεΐνης από παιδιά και εφήβους είναι δημοφιλές θέμα στην αμερικάνικη βιβλιογραφία. Οι Warzak et al. (2011) μελέτησαν δεδομένα από 288 γονείς οι οποίοι ανέφεραν ότι τα παιδιά τους ηλικίας 5-7 ετών κατανάλωναν σε καθημερινή βάση 52mg καφεΐνης, ενώ τα παιδιά ηλικίας 8-12 ετών κατανάλωναν 109 mg. Η κατανάλωση καφεΐνης και οι ώρες ύπνου σχετίζονταν αρνητικά στατιστικά σημαντικά. Ακόμη, οι ισπανόφωνοι συμμετέχοντες ανέφεραν λιγότερα περιστατικά μη έγκαιρης ούρησης από ό,τι οι αγγλόφωνοι.

Οι καταναλωτικές συνήθειες των νέων ειδικά και σε σχέση με την κατανάλωση αλκοόλ κατά τα πρώτα ενήλικα χρόνια απασχολούν ως θέμα τη βιβλιογραφία. Στόχος της έρευνας των Anderson & Juliano (2012) ήταν να μελετήσουν τη σχέση μεταξύ της κατανάλωσης καφεΐνης και προβλημάτων συμπεριφοράς, προβληματικής χρήσης της, χρήσης ναρκωτικών και προβλημάτων στη διαδικασία του ύπνου. Εξετάστηκαν 225 φοιτητές με τη διαδικασία συμπλήρωσης ερωτηματολογίου σχετικά με την εβδομαδιαία κατανάλωση καφεΐνης, τον ύπνο και συμπτώματα προβληματικής χρήσης της καφεΐνης. Οι 18χρονοι συμπλήρωσαν και ένα ερωτηματολόγιο σχετικά με τη νεανική παραβατική συμπεριφορά. Από τα αποτελέσματα της έρευνας προκύπτει ότι το 79% χρησιμοποιεί καφεΐνη σε εβδομαδιαία βάση. Σχεδόν το 75% βρέθηκε να την χρησιμοποιεί προβληματικά. Πιο συγκεκριμένα, αναφέρθηκε ότι προσπάθησαν να ελαττώσουν την χρήση της (49,7%). Από όσους ανέφεραν ότι παρουσίασαν συμπτώματα στέρησης στην προσπάθειά τους αυτή (32,8%) οι μισοί ανέφεραν ότι τα συμπτώματα αυτά επηρέασαν αρνητικά την καθημερινότητά τους.

Ο αριθμός των ποτών που κατανάλωσαν σε εβδομαδιαία κλίμακα σχετίζεται θετικά και στατιστικά σημαντικά με την εβδομαδιαία κατανάλωση καφεΐνης. Η μεγαλύτερη κατανάλωση καφεΐνης σχετίζεται αρνητικά και στατιστικά σημαντικά με τις ώρες ύπνου ειδικά τις καθημερινές. Για την υποκατηγορία των 18χρονων από τους συμμετέχοντες προκύπτει ότι η χαμηλή κατανάλωση καφεΐνης σχετίζεται θετικά και στατιστικά σημαντικά με σωματικούς πόνους, κοινωνικά προβλήματα, σκέψεις αρνητικές και προβληματική νεανική συμπεριφορά. Συνολικά επομένως από την έρευνά τους προκύπτει ότι η κατανάλωση καφεΐνης σχετίζεται με μια πληθώρα προβληματικών συμπεριφορών για τους νέους.

Οι Lieberman et al. (2015) μελέτησαν την κατανάλωση καφεΐνης σε φοιτητές (1.248 άτομα) σε πέντε πανεπιστήμια της Αμερικής. Το 92% καταναλώνει καφεΐνη με μέση κατανάλωση 159mg την ημέρα. Συσχετίστηκαν μεταξύ τους διαφορετικά δημογραφικά και κοινωνικά στοιχεία και κατέληξαν στο συμπέρασμα ότι υπάρχει συσχέτιση μεταξύ της μεγαλύτερης κατανάλωσης καφεΐνης και της μεγαλύτερης ηλικίας και χρήσης καπνού. Ακόμη, οι κυριότεροι λόγοι χρήσης καφεΐνης που ανέφεραν οι συμμετέχοντες είναι ότι τους ξυπνάει (77%), η γεύση (66%), κοινωνικές πτυχές (π.χ. έξοδος για καφέ) (38%), αυξημένη ικανότητα συγκέντρωσης (30%), σωματική ενέργεια (26%), βελτιωμένη διάθεση (18%), ελάττωση άγχους (9%).

1.3.Οφέλη για την υγεία

Η χρήση της καφεΐνης θεωρείται αναγνωρισμένη για τις επωφελείς ιδιότητές της και οι ιδιότητες που της αποδίδονται είναι κυρίως το γεγονός ότι εξυπηρετεί στην φυσική αντοχή, στη μείωση της κόπωσης, στην βελτίωση της πνευματικής ετοιμότητας και στη συγκέντρωση. Προσφάτως μάλιστα συνδέθηκε με την απώλεια βάρους και τη μείωση των κινδύνων ανάπτυξης συνδρόμων σχετικών με τον μεταβολισμό. Ωστόσο, η θερμιδική συνεισφορά της καφεΐνης είναι κάτι το οποίο πρέπει να ληφθεί υπόψη στην ενεργειακή ισορροπία ενός οργανισμού. Η καφεΐνη επίσης απορροφάται αρκετά γρήγορα από τον ανθρώπινο οργανισμό και η επίδρασή της παύει εντός 5 ωρών κατά μέσο όρο (Charles et al., 2008).

Στην Ευρωπαϊκή Ένωση δεν υπάρχει ανώτατο όριο για την ποσότητα/ αναλογία της καφεΐνης. Η οδηγία 2002/67/EK ορίζει ότι τα ποτά που περιέχουν καφεΐνη από οποιαδήποτε πηγή (φυσική ή συνθετική) που υπερβαίνει τα 150mg/L πρέπει να φέρουν το μήνυμα «Υψηλή περιεκτικότητα καφεΐνης» και να αναφέρονται στην ετικέτα πληροφορίες σχετικά με αυτό (European Union, 2002).

Η καφεΐνη έχει μελετηθεί από διάφορες κατηγορίες ερευνητών σε σχέση με την ανθρώπινη υγεία και επίδοση (Smit & Rogers, 2002). Πολλές έρευνες επιβεβαιώνουν την ικανότητά της να βελτιώνει τη διάθεση και την επαγρύπνηση (Kaplan et al., 1997; Lorist & Tops, 2003), την εξάσκηση βελτίωσης της επίδοσης (Doherty & Smith, 2004), την ταχύτητα με την οποία επεξεργάζεται ο εγκέφαλος την πληροφορία, την συνείδηση, την προσοχή, την ταχύτητα απάντησης, τον χρόνο αντίδρασης (Cysneiros et al., 2007). Ακόμη, με βάση έρευνες έχει αποδειχτεί ότι η καφεΐνη μειώνει συμπτώματα που σχετίζονται με την ασθένεια του Parkinson όπως για παράδειγμα η μείωση δεξιότητας σε μικρές κινήσεις και το τρέμουλο (Trevitt et al., 2009). Ακόμη έχει βρεθεί ότι παίζει ρόλο προληπτικό για την συγκεκριμένη ασθένεια.

Ένα άλλο πλεονέκτημα της καφεΐνης είναι η πρόληψη του καρκίνου του δέρματος. Φαίνεται ότι επηρεάζει την πρόληψη ενάντια σε αυτό το είδος καρκίνου με βάση πειράματα που έχουν γίνει σε ποντίκια (Hakim et al., 2000; Ael et al., 2007).

Η καφεΐνη αποτελεί γνωστό συστατικό τροφίμων και ποτών αλλά χρησιμοποιείται όπως γίνεται κατανοητό και από επιστημονικές έρευνες για ιατρικούς σκοπούς. Παρά τη διαδεδομένη χρήση της υπάρχει λίγη γνώση όσον αφορά τη γενετική και πώς αυτή επηρεάζει την κατανάλωση, την άμεση ανταπόκριση και τα μακροπρόθεσμα αποτελέσματα της καφεΐνης. Σε έρευνά τους οι Yang et al. (2010) βρίσκουν την κληρονομικότητα χαρακτηριστικών που σχετίζονται με τις ιδιότητες της καφεΐνης από 0,36 έως 0,58. Αποκαλύπτουν ότι τα γενετικά χαρακτηριστικά των ατόμων παίζουν ρόλο στην διαφορετική κατανάλωση που χρειάζεται για τον καθένα ξεχωριστά ώστε να επιδράσει θετικά. Τόσο οι φαρμακοδυναμικοί όσο και οι φαρμοκινετικοί πολυμορφισμοί βρίσκονται να έχουν σχέση με την διαφορετική αντίδραση στην καφεΐνη.

Οι Heckman et al. (2010a) καταλήγουν στο συμπέρασμα ότι η συνολική ημερήσια πρόσληψη καφεΐνης διαφέρει ανά τον κόσμο. Η καφεΐνη αποτελεί προϊόν συχνής έως και καθημερινής κατανάλωσης εκατομμυρίων ανθρώπων και λειτουργεί δραστικά για το νευρικό τους σύστημα. Ερεθίζει την επαγρύπνηση των ανθρώπων, την αύξηση της συγκέντρωσης στην εργασία και μειώνει την κόπωση. Παρά το γεγονός ότι η καφεΐνη αυξάνει την πίεση του αίματος και την χοληστερόλη δεν φαίνεται να υπάρχει συσχέτισή της με περιστατικά υπέρτασης, τουλάχιστον στο πλαίσιο της έρευνάς τους. Αντιθέτως όπως και άλλες έρευνες έτσι και αυτή καταλήγει στο συμπέρασμα ότι η καφεΐνη έχει ωφέλιμες ιδιότητες για τον ανθρώπινο οργανισμό.

Η επίδραση της καφεΐνης στην υγεία και την επίδοση έχει μελετηθεί από αρκετούς ερευνητές (Smit & Rogers, 2002). Αρκετές από αυτές επιβεβαιώνουν την ικανότητα της καφεΐνης να ενισχύει τη διάθεση του ατόμου και την επαγρύπνησή του (Kaplan et al., 1997; Lorist & Tops, 2003), την αύξηση

της επίδοσης (Doherty & Smith, 2004), την ταχύτητα επεξεργασίας των πληροφοριών, την αυξημένη προσοχή, την αντίληψη και τα αντανακλαστικά (Cysneiros et al., 2007). Ακόμη, η καφεΐνη μπορεί να βοηθήσει στη μείωση των συμπτωμάτων που σχετίζονται με τη νόσο του Πάρκινσον όπως για παράδειγμα η επιδείνωση των μικρών κινητικών δεξιοτήτων και το τρέμουλο (Blandini et al., 2000).

Ένα άλλο όφελος της καφεΐνης το οποίο έχει μελετηθεί στη βιβλιογραφία είναι ο θετικός ρόλος στην πρόληψη του καρκίνου του δέρματος (Kerzendorfer & O'Driscoll, 2009). Ακόμη, έχουν μελετηθεί οι αντιφλεγμονώδεις δράσεις της (Zampelas et al., 2004) .

1.4.Κίνδυνοι για την υγεία

Παρά τα οφέλη και πλεονεκτήματα στην χρήση της υπάρχει και η αρνητική πτυχή της υπερβολικής πρόσληψής της η οποία μπορεί να προκαλέσει σοβαρά προβλήματα ειδικά σε παιδιά και εγκύους. Η Kristjansson (2013) μελετά τη σχέση μεταξύ της χρήσης της καφεΐνης από εφήβους και τις αναφερόμενες περιπτώσεις βίαιων περιστατικών και συμπεριφορών σε πληθυσμό 3.747 μαθητών της 10^{ης} τάξης, δηλαδή ηλικίας 15-16 ετών εκ των οποίων το 50% είναι αγόρια και το άλλο 50% κορίτσια στο ισλανδικό σύστημα εκπαίδευσης. Παρατηρούνται πράγματι φαινόμενα βίαιης συμπεριφοράς μετά από αυξημένη κατανάλωση καφεΐνης.

Εκτός από τις θετικές επιπτώσεις της καφεΐνης που είναι αποδεδειγμένες εδώ και χρόνια τα τελευταία χρόνια υπάρχουν καταγεγραμμένες σε έρευνες αρκετές αρνητικές. Αυτές αφορούν κυρίως την κατανάλωσή της από παιδιά και εφήβους (Temple, 2009). Η καφεΐνη επηρεάζει τα παιδιά με παρόμοιο τρόπο που επηρεάζει και τους ενήλικες και μπορεί να δημιουργήσει προβλήματα στον ύπνο και να επηρεάσει την ανάπτυξη του ατόμου. Επιπλέον, η καφεΐνη συνήθως περιέχεται σε προϊόντα τα οποία έχουν υποστεί προσθήκη ζάχαρης και μπορεί να ευνοήσουν την παχυσαρκία και οδοντιατρικά προβλήματα (Lim et al., 2009). Έχει βρεθεί ότι η μεγάλη κατανάλωση καφεΐνης οδηγεί σε προβλήματα ύπνου και πονοκεφάλους όταν αφορά ανήλικους (Hering – Hanit & Gadoth, 2003).

Ακόμη, κατά καιρούς έχουν διεξαχθεί διάφορες έρευνες οι οποίες αφορούν την κατανάλωση καφεΐνης και τη σχέση της με παράγοντες που προκαλούν προβλήματα στον μεταβολισμό (Salazar-Martinez, 2004; Hu et al, 2006). Ωστόσο, αυτού του είδους τα θέματα αφορούν περισσότερο την ιατρική και λιγότερο τη διατροφολογία.

Η έρευνα των Velzquez et al. (2013) είχε ως στόχο την εξέταση της συσχέτισης μεταξύ της κατανάλωσης ενεργειακών ποτών και αλκοόλ στην χρήση που κάνουν οι φοιτητές. Οι συμμετέχοντες φοιτητές (585 στον αριθμό) φαίνεται ότι καταναλώνουν μεγάλες ποσότητες αλκοόλ και αναψυκτικών που περιέχουν καφεΐνη. Για κάθε μονάδα ενεργειακού ποτού επιπλέον στην κατανάλωση του προηγούμενου μήνα η πιθανότητα κατανάλωσης αλκοόλ αυξανόταν κατά 80%, μεγάλης ποσότητας αλκοόλ κατά 80% επίσης, ενώ για χρήση με αλκοόλ γενικά κατά τον προηγούμενο μήνα αυξανόταν κατά 90%. Βρέθηκε θετική συσχέτιση μεταξύ της χρήσης ενεργειακών ποτών και της ποσότητας αλκοόλ που καταναλώθηκε σε συγκεκριμένα περιστατικά. Ακόμη, η επιρροή των αντρών βρέθηκε μεγαλύτερη σε σχέση με των γυναικών, ενώ δεν υπήρξαν στατιστικά σημαντικές διαφορές μεταξύ εθνικοτήτων.

Συνολικά, τα ενεργειακά ποτά διατίθενται ελεύθερα στους φοιτητές, αλλά ενέχουν πολλαπλούς κινδύνους. Οι φοιτητές που καταναλώνουν ενεργειακά ποτά σε μεγαλύτερο βαθμό και συχνότητα είναι πιο πιθανό να τα αναμειξουν με αλκοόλ και να εμπλακούν σε μεθύσι γεγονός που προκαλεί πολλές αρνητικές συνέπειες. Τα τελευταία χρόνια η κατανάλωση αλκοόλ σε συνδυασμό με ενεργειακά ποτά είναι ιδιαίτερα δημοφιλής στους νέους στη Βόρεια Αμερική. Έχουν γίνει κάποιες έρευνες σχετικά με τα μοτίβα κατανάλωσης ενεργειακών ποτών και αλκοόλ, καθώς και συμπεριφορές επικίνδυνες που συνοδεύουν αυτού του είδους την κατανάλωση. Ωστόσο, απαιτούνται ακόμη περισσότερες πληροφορίες και διαπίστωση των κινδύνων αλλά και των μεθόδων πρόληψης παρόμοιων περιστατικών.

Έρευνες δείχνουν ότι η μείξη αλκοόλ με καφεΐνη σε οποιαδήποτε μορφή μπορεί να αποδειχτεί μοιραία όταν καταναλώνεται από νέους ανθρώπους. Οι Cobb et al. (2013) μελέτησαν τα καταναλωτικά πρότυπα και τους λόγους ανάμειξης της καφεΐνης με αλκοόλ και συνέκριναν τις καταναλωτικές συνήθειες ατόμων που αναμειγνύουν αυτές τις δύο ουσίες σε σχέση με άτομα που καταναλώνουν μόνο αλκοόλ. Στο δείγμα συμμετείχαν 1.174 φοιτητές. Αποδείχτηκε ότι το 34% των συμμετεχόντων κατανάλωσε τις τελευταίες 30 ημέρες καφεΐνη σε συνδυασμό με αλκοόλ, ενώ το 36% μόνο αλκοόλ. Η πλειοψηφία (50,3%) της πρώτης κατηγορίας κατανάλωσε ποτά που περιέχουν και καφεΐνη (τα οποία πλέον δεν κυκλοφορούν στις Η.Π.Α.), ενώ το 26,4% συνδύασε ποτά με ανάμειξη σόδας που περιέχει καφεΐνη και το 18,5% με ενεργειακά ποτά. Από την έρευνα προκύπτει ότι όσοι ανέμειξαν αλκοόλ με καφεΐνη παρουσιάζουν μεγαλύτερους κινδύνους σε σχέση με όσους κατανάλωσαν μόνο αλκοόλ.

Τα τελευταία χρόνια υπάρχουν διάφορες έρευνες για την σύνδεση μεταξύ της κατανάλωσης αλκοόλ και της κατανάλωσης ενεργειακών ποτών σε νέους ενήλικες της Βόρειας Αμερικής. Οι

Brache & Stockwell (2011) μελέτησαν τους σχετικούς κινδύνους και τις πιθανές αρνητικές εκβάσεις διαφόρων καταστάσεων, όπου αναμειγνύεται η καφεΐνη με το αλκοόλ. Πιο συγκεκριμένα, διεξήγαγαν μια έρευνα με τη συμμετοχή 465 φοιτητών (56% γυναίκες) από πανεπιστήμιο στον Δυτικό Καναδά. Το 23% των φοιτητών ανέφερε ότι έχει καταναλώσει ενεργειακά ποτά τις τελευταίες 30 ημέρες σε συνδυασμό με αλκοόλ. Αυτοί οι φοιτητές στην πλειοψηφία τους ήταν και οι καταναλωτές με την μεγαλύτερη κατανάλωση αλκοόλ. Αυτοί είχαν τουλάχιστον διπλάσιες πιθανότητες να βιώσουν τις αρνητικές επιδράσεις της χρήσης αλκοόλ σε συνδυασμό με ενεργειακά ποτά σε σχέση με καταναλωτές αλκοόλ σε μικρότερο βαθμό. Όσοι κατανάλωσαν αλκοόλ συνδυαστικά με ενεργειακά ποτά είχαν αυξημένη έκθεση σε κίνδυνο για τον εαυτό τους.

Η κατανάλωση καφεΐνης από νέους ανθρώπους έχει αυξηθεί δραματικά τα τελευταία χρόνια εξαιτίας της αυξημένης κατανάλωσης καφέ και ενεργειακών ποτών. Σε μεγάλες ποσότητες η καφεΐνη ενδέχεται να προκαλέσει ανησυχητικές επιδράσεις. Οι McIlvain et al.. (2013) σε έρευνά τους βρήκαν ότι το 83% των φοιτητών ανέφεραν ότι στο παρελθόν παρουσίασαν συμπτώματα μέθης εξαιτίας της καφεΐνης. Το 51% ανέφερε ότι τουλάχιστον μία φορά παρουσίασε συμπτώματα στέρησης της καφεΐνης. Συμπερασματικά, προέκυψε ότι η κατανάλωση καφεΐνης που κάνουν οι φοιτητές αντιπροσωπεύει ανησυχητικά επίπεδα της ουσίας και θα πρέπει να υπάρξει καλύτερη ενημέρωσή τους σχετικά με τα οφέλη και τις παρενέργειες που φέρει η υπερκατανάλωσή της.

Σύμφωνα με έρευνα των Arria et al. (2010) το 51,3% των φοιτητών χαρακτηρίζονται ως καταναλωτές μικρής χρήσης ενεργειακών ποτών και το 10,1% ως καταναλωτές μεγάλης χρήσης και συχνότητας. Η τυπική κατανάλωση καφεΐνης εξαρτάται από την μάρκα της. Επιπλέον, η ομάδα των συμμετεχόντων που παρουσίασε μεγάλη κατανάλωση καφεΐνης τείνει να καταναλώνει και μεγάλες ποσότητες αλκοόλ. Αυτό σημαίνει ότι η καθημερινή ή έστω συχνή κατανάλωση ενεργειακών ποτών σχετίζεται σημαντικά με την εξάρτηση από το αλκοόλ.

Η κατανάλωση καφέ και άλλων προϊόντων που περιέχουν καφεΐνη χρησιμοποιούνται κατά κόρον από τους φοιτητές πολλών χωρών. Εκτός των προβλημάτων συμπεριφοράς και επικινδυνότητας ακόμη και για τον ίδιο τους τον εαυτό μια άλλη σημαντική επίπτωση της καφεΐνης αφορά την ποιότητα ύπνου. Οι Lohsoonthorn et al. (2013) ασχολήθηκαν με την αξιολόγηση μοτίβων της ποιότητας ύπνου και εξέτασαν το βαθμό στον οποίο η κακή ποιότητα ύπνου σχετίζεται με την κατανάλωση ενεργειακών ποτών, αφεψημάτων με καφεΐνη και άλλων προϊόντων για Ταϊλανδούς φοιτητές (2.854 στον αριθμό). Με την χρήση ερωτηματολογίου εντόπισαν ότι το 48,1% αντιμετωπίζει προβλήματα ποιότητας ύπνου. Τα αποτελέσματα της έρευνάς τους τονίζουν τη

σημασία και την ανάγκη εκπαίδευσης των φοιτητών πάνω στη σημασία και το ρόλο που παίζει ο ύπνος και τον ρόλο που παίζουν οι διατροφικές και κοινωνικές επιλογές στην ποιότητα του ύπνου. Πολλές ακόμη έρευνες έχουν ασχοληθεί με το συγκεκριμένο ζήτημα. Για παράδειγμα, η έρευνα των Tran et al. (2014) αφορά την αξιολόγηση της προτίμησης ύπνου κατά τη διάρκεια της ημέρας και την αξιολόγηση του βαθμού στον οποίο σχετίζεται με την χρήση της καφεΐνης. Συμμετείχαν στην έρευνα περίπου 3.000 Ταϊλανδοί φοιτητές.

Ο ύπνος είναι κρίσιμος για την καλή υγεία των ανθρώπων. Ωστόσο, οι έφηβοι συχνά αντιμετωπίζουν διάφορες αλλαγές στις συνήθειες του ύπνου τους. Η μετάβαση από το σχολείο στο πανεπιστήμιο σε συνδυασμό με την μειωμένη γονική επιτήρηση, τον φόρτο εργασίας και τις κοινωνικές υποχρεώσεις επηρεάζουν τη διάρκεια του ύπνου και τις συνήθειες που τον αφορούν. Υπάρχουν έρευνες (AASM, 2001; Slater et al., 2013) που δείχνουν ότι η νύστα κατά τη διάρκεια της ημέρας σχετίζεται με μειωμένη συναισθηματική νοημοσύνη, διανοητικές ικανότητες, επίδοση σε ακαδημαϊκό επίπεδο, απώλεια εργασίας, ακόμη και παχυσαρκία.

Η κατάποση καφεΐνης με τη μορφή καφέ μπορεί να προκαλέσει διαταραχή στον ύπνο αν η πρόσληψη είναι φυσιολογική και εντός των ορίων συνήθους χρήσης, ενώ μια υπερβολική κατάποση καφεΐνης ενδέχεται να οδηγήσει σε διάγνωση ενός ατόμου που εξαρτάται από την διέγερση και αντιμετωπίζει προβλήματα ύπνου (AASM, 2001). Η ανεπάρκεια υγιεινής του ύπνου είναι μια διαταραχή του ύπνου η οποία προκύπτει λόγω των επιδόσεων των καθημερινών δραστηριοτήτων που είναι ασυμβίβαστες με τη διατήρηση μιας καλής ποιότητας ύπνου και την πλήρη επαγρύπνηση κατά τη διάρκεια της ημέρας. Η διέγερση που έχει ανάγκη το άτομο μπορεί να προκληθεί με την χρήση της καφεΐνης (AASM, 2001).

Οι ανεπαρκείς πρακτικές υγιεινής του ύπνου μπορούν να διαιωνίζουν την αϋπνία ή να την προκαλέσουν. Για παράδειγμα, η κατανάλωση υπερβολικής ποσότητας καφεΐνης σε διαφορετικές ώρες της ημέρας γίνεται μέρος μιας καθημερινής συνήθειας με την πάροδο του χρόνου. Αν η προσαρμογή στις αλλαγές είναι στην αρχή δυνατή, με την πάροδο του χρόνου και την αύξηση της έντασης αυτών των πρακτικών αρχίζουν να έχουν επίδραση στον ύπνο. Οι άνθρωποι που αποδέχονται την απώλεια ύπνου και την αλλαγή στην απόδοσή τους και τη διάθεση που προκύπτει από μια ή δύο νύχτες κακού ύπνου μπορούν να ξεπεράσουν αυτή τη διαταραχή του ύπνου χωρίς αναδιάρθρωση του χρονοδιαγράμματος ύπνου με τη λήψη περισσότερης καφεΐνης στη διάρκεια της ημέρας ή της νύχτας (AASM, 2001). Αντίστοιχη συμπεριφορά μπορούν να επιδείξουν και με την κατανάλωση αλκοόλ.

Η υπερβολική πρόσληψη καφεΐνης ή άλλων διεγερτικών, πριν από έντονη σωματική άσκηση και το συναισθηματικό άγχος μπορούν να αυξήσουν την συχνότητα και τη σοβαρότητα της διαταραχής ύπνου (AASM, 2001).

Τα προϊόντα με καφεΐνη έχουν προταθεί στο παρελθόν ως σημαντικοί παράγοντες για αυξημένη νύστα κατά τη διάρκεια της ημέρας. Από τους 3.000 φοιτητές οι οποίοι συμμετείχαν σε έρευνα των Arria et al. (2010) το 66,9% ήταν γυναίκες και ο μέσος όρος ηλικίας ήταν 20,3 ετών. Τα δύο τρίτα ανέφεραν ότι δεν είχαν πιει ποτέ, ενώ το 32,1% παραδέχτηκε ότι πίνει από μία έως 19 φορές τον μήνα.

Γίνεται σαφές ότι η καφεΐνη αποτελεί το πιο διαδεδομένο και ψυχοδραστικό ναρκωτικό στον κόσμο. Ωστόσο, ακόμη μέχρι σήμερα δεν είναι πολλά πράγματα γνωστά γύρω από αυτήν σχετικά με την επίδραση που έχει και τη συσχέτιση με συμπεριφορές και στάσεις των ατόμων που την καταναλώνουν. Οι Norton et al. (2011) μελέτησαν τα χαρακτηριστικά της κατανάλωσης καφεΐνης σε Αμερικανούς φοιτητές και εξέτασαν τις δημογραφικές διαφορές σε σχέση με τα επίπεδα καφεΐνης που καταναλώνουν, τις διαφορετικές πηγές πρόσληψής της που επιλέγουν και καταστάσεις που σχετίζονται με την χρήση της. Συμμετείχαν στο δείγμα 685 φοιτητές ψυχολογίας. Τα αποτελέσματα δείχνουν ότι η χρήση της καφεΐνης είναι ιδιαίτερα διαδεδομένη με το 98% των φοιτητών να την έχουν λάβει διατροφικά γενικά και το 89% τις τελευταίες 30 ημέρες. Η μέση κατανάλωση καφεΐνης από τους φοιτητές άγγιζε τα 1369,92 mg την εβδομάδα με θετική συσχέτιση και αυξητική τάση καθώς ανεβαίνει η ηλικία. Στην έρευνα φαίνεται ότι υπάρχουν και διαφορές μεταξύ των δύο φύλων με τους άντρες να καταναλώνουν πολύ μεγαλύτερα επίπεδα καφεΐνης κυρίως από ενεργειακά ποτά και αναψυκτικά ενώ έχουν μεγαλύτερη επιρρέπεια προς κατανάλωση καφεΐνης σε συνδυασμό με αλκοόλ. Το κύριο συμπέρασμα της εργασίας τους είναι ότι ναι μεν η κατανάλωση καφεΐνης είναι διαδεδομένη στους φοιτητές, ωστόσο υπάρχουν παράγοντες οι οποίοι διαφοροποιούν τα αποτελέσματά της και τις συνήθειες χρήσης της.

Η καφεΐνη επηρεάζει τα παιδιά όπως και τους ενήλικες και μπορεί να προκαλέσει διαταραχές στον ύπνο τους και να επηρεάσει την ανάπτυξή τους. Συχνά επίσης η καφεΐνη εμπεριέχεται σε ποτά με γλυκαντικά τα οποία οδηγούν σε αύξηση του βάρους (Lim et al., 2009). Παιδιά και έφηβοι καταναλώνουν μεγάλες ποσότητες αναψυκτικών και μπορεί να υποφέρουν από πονοκεφάλους που προκαλούνται από την πρόσληψη μεγάλης ποσότητας καφεΐνης (Hering-Hanit & Gadoth, 2003).

Οι Reissig et al. (2009) αναφέρονται στις αρνητικές επιδράσεις της καφεΐνης και συγκεκριμένα της υπερβολικής κατανάλωσής της όπως η εξάρτηση ή η υπερδοσολογία που οδηγεί σε ταχυκαρδία, άγχος, ανησυχία μέχρι και τρόμο.

Τα ενεργειακά ποτά, όπως αναφέρθηκε ήδη, είναι υψηλής περιεκτικότητας σε καφεΐνη ποτά που καταναλώνονται κυρίως από νέους ενήλικες. Η αύξηση των πωλήσεων των ενεργειακών ποτών τα τελευταία χρόνια (Heckman et al., 2010b) έχει δημιουργήσει ανησυχία μεταξύ των επαγγελματιών της δημόσιας υγείας λόγω της πιθανότητας ανεπιθύμητων ενεργειών από την λήψη καφεΐνης και λόγω των πιθανών επιπτώσεων στην υγεία από την περιεκτικότητα σε σάκχαρα στα περισσότερα από αυτά τα προϊόντα (Clauson et al., 2008). Ακόμη, η κατανάλωση ενεργειακών ποτών φαίνεται να σχετίζεται με την κλιμάκωση προβλημάτων που σχετίζονται με το αλκοόλ στους νέους ενήλικες και ειδικά τους φοιτητές (Arria et al. 2010).

Υπάρχουν αρκετοί παράγοντες που μπορούν να εξηγήσουν την σχέση μεταξύ της κατανάλωσης ενεργειακών ποτών και της υπερβολικής κατανάλωσης αλκοόλ και τις αντίστοιχες διαταραχές που προκαλεί (Arria et al. 2010). Αρχικά, η καφεΐνη που χορηγείται πριν τον ύπνο ή κατά τη διάρκεια της ημέρας έχει αποδειχθεί ότι καθυστερεί την έναρξη ύπνου, μειώνει το συνολικό χρόνο ύπνου, αλλάζει τα φυσιολογικά του επίπεδα και μειώνει τη συνολική αναφερθείσα διάρκειά του (Hindmarch et al., 2000). Έτσι, η καφεΐνη μπορεί να παρατείνει τη διαδικασία πόσης με την καθυστέρηση της έναρξης του κανονικού ύπνου με αποτέλεσμα την αύξηση της συνολικής πρόσληψης αλκοόλ.

Δεύτερον, τα νευροφαρμακολογικά και συμπεριφορικά αποτελέσματα της καφεΐνης έχουν παρόμοια επίδραση με αυτά του αλκοόλ (Sharma et al., 2010). Προκλινικές έρευνες έχουν δείξει ότι η καφεΐνη μπορεί να αυξήσει την αυτοχορήγηση αλκοόλ (Arolfo et al., 2004). Ακόμη, μελέτες έχουν δείξει ότι η καφεΐνη μειώνει το υποκειμενικό συναίσθημα μέθης χωρίς όμως να μειώνει την πραγματική βλάβη που προκαλεί το αλκοόλ (Ferreira et al., 2006). Για παράδειγμα, σύμφωνα με τους Ferreira et al. (2006), η κατανάλωση ενεργειακών ποτών με καφεΐνη σε συνδυασμό με βότκα μειώνει την αντίληψη των συμμετεχόντων σε σχέση με την κατανάλωση μόνο της βότκας αλλά δε μειώνει σημαντικά τις αντικειμενικές μετρήσεις αλκοόλ που προκαλούν βλάβη στον κινητικό συντονισμό και τον χρόνο αντίδρασης. Αυτό συνεπάγεται ότι εκτός της επίδρασης της καφεΐνης αυτής καθαυτής στην τάση για λήψη περισσότερου αλκοόλ, είναι πιθανό να μειώνει και τα υποκειμενικά αισθήματα μέθης και έτσι να οδηγεί στην κατανάλωση περισσότερου αλκοόλ.

Τρίτον, η ταυτόχρονη λήψη αλκοόλ και ενεργειακών ποτών μπορεί να οδηγήσει σε επικίνδυνες συμπεριφορές και σωματικά επικίνδυνες δραστηριότητες (Arria et al. 2010). Ανησυχητικό είναι το

γεγονός ότι ο χρήστης έχει μειωμένη αντίληψη της ικανότητας που έχει να συμπεριφέρεται με ασφάλεια και μπορεί για παράδειγμα να υπερεκτιμήσει τις ικανότητές του στην οδήγηση με ολέθριες συνέπειες.

Τέταρτον, η συνύπαρξη «σκληρού» αλκοόλ και γλυκών ενεργειακών ποτών μπορεί να καταστήσει το τελικό ποτό πιο εύγευστο αυξάνοντας την ποσότητα που καταναλώνεται. Για όλους τους προαναφερθέντες λόγους οι χρήστες ενεργειακών ποτών έχουν περισσότερες πιθανότητες να έχουν περισσότερες εξαρτήσεις.

Οι Arria et al. (2010) συγκέντρωσαν στοιχεία από συνεντεύξεις σε 1.097 τεταρτοετείς φοιτητές από ένα μεγάλο δημόσιο πανεπιστήμιο για να μετρήσουν την εξάρτηση από το αλκοόλ. Βρίσκουν ανησυχητικό το γεγονός ότι δεν υπάρχουν απαιτήσεις από τη νομοθεσία για αποκάλυψη της περιεκτικότητας σε καφεΐνη στα ενεργειακά ποτά στην ετικέτα των προϊόντων. Παρατήρησαν σημαντική μεταβλητότητα στον αριθμό χρηστών καφεΐνης που καταναλώνουν διάφορα ενεργειακά ποτά και θεωρείται εύλογο ότι όταν καταναλώνουν ένα τέτοιο προϊόν, ορισμένοι χρήστες τείνουν να καταναλώνουν μεγαλύτερη ποσότητα καφεΐνης από ό,τι συνειδητοποιούν.

Κεφάλαιο 2 Ερευνητικό Μέρος

2.1. Σκοπός και στόχοι

Ο σκοπός της παρούσας εργασίας ήταν η καταγραφή των καταναλωτικών συνηθειών των εφήβων για τις περιοχές του Λιτοχώρου και της Λεπτοκαρυάς, όσο αφορά τα προϊόντα που περιέχουν καφεΐνη. Έμμεσος σκοπός είναι και η παροχή προτάσεων από την γράφουσα με βάση τα στοιχεία που προκύπτουν από την έρευνα για την καλύτερη διατροφική αντιμετώπιση της καφεΐνης από τους εφήβους. Πιο συγκεκριμένα, οι επιμέρους στόχοι της έρευνας ήταν οι εξής:

- Η μέτρηση της συχνότητας πρόσληψης καφεΐνης από εφήβους ηλικίας 14-18 ετών οι οποίοι είναι κάτοικοι στο Λιτόχωρο και τη Λεπτοκαρυά.
- Η καταγραφή του είδους προϊόντων με καφεΐνη που επιλέγουν οι έφηβοι.
- Ο καθορισμός των αιτιών κατανάλωσης καφεΐνης.
- Οι περιπτώσεις στις οποίες καταναλώνουν καφεΐνη.
- Η εύρεση του ύψους της χρηματικής αξίας που αφιερώνουν από το χαρτζιλίκι τους για την κατανάλωση της καφεΐνης.
- Η καταγραφή των αντιλήψεων που έχουν οι έφηβοι για την καφεΐνη ανά προϊόν με καφεΐνη.
- Η εύρεση των δημοφιλέστερων καταστημάτων στην περιοχή του Λιτοχώρου και της Λεπτοκαρυάς, τα οποία πωλούν προϊόντα με καφεΐνη και επιλέγονται από τους έφηβους.
- Η αναγνώριση των δημοφιλέστερων brands στο Λιτόχωρο και τη Λεπτοκαρυά για αγορά ή/ και κατανάλωση καφεΐνης.
- Η εξέταση των τάσεων στην κατανάλωση καφεΐνης μεταξύ των εφήβων.

2.2. Μεθοδολογία

Πραγματοποιήθηκε η καταγραφή των αντιλήψεων για τους διάφορους τύπους καφεΐνης στα προϊόντα που κυκλοφορούν και προσλαμβάνουν οι έφηβοι, τα δημογραφικά τους χαρακτηριστικά, η συχνότητα πρόσληψης καφεΐνης, τα αίτια και τα κίνητρα κατανάλωσής της και τα προϊόντα με τη μεγαλύτερη δημοτικότητα. Επιπλέον, εξετάστηκαν οι περιπτώσεις στις οποίες οι έφηβοι

καταναλώνουν καφεΐνη, όπως για παράδειγμα όταν επιδιώκουν καλύτερες επιδόσεις στα αθλήματα.

Για την εκπόνηση της έρευνας χρησιμοποιήθηκαν δευτερογενείς πηγές και κυρίως άρθρα ξενόγλωσσα από διακεκριμένα επιστημονικά περιοδικά πάνω στο θέμα της κατανάλωσης καφεΐνης από εφήβους (βλέπε κεφ. 1). Το ερωτηματολόγιο και η ανάλυση που ακολουθεί βασίστηκε στη διπλωματική εργασία της Olsen (2013), η οποία αντλήθηκε διαδικτυακά με αναζήτηση των λέξεων – κλειδιών της παρούσας εργασίας στα αγγλικά μέσω Google Scholar. Τα ερωτηματολόγια διανεμήθηκαν σε εφήβους ηλικίας 14-18 ετών σε φροντιστήρια μέσης εκπαίδευσης, χώρους εστίασης, καφετέριες, γυμναστήρια και κέντρα ομαδικής άθλησης του Λιτοχώρου και της Λεπτοκαρυάς. Πριν τη διαμόρφωση του ερωτηματολογίου έγινε προφορική συνέντευξη με πέντε (5) έφηβους της τάξης της πρώτης λυκείου από σχολείο της γειτονιάς της γράφουσας προκειμένου να καταγραφούν οι προτιμήσεις τους για προϊόντα με καφεΐνη, να γίνει επιλογή των δημοφιλέστερων ώστε να εξεταστούν πιο διεξοδικά στο ερωτηματολόγιο. Ακόμη, τα πέντε αυτά άτομα χρησιμοποιήθηκαν και στη δοκιμή του ερωτηματολογίου προκειμένου να διορθωθούν τυχόν λάθη και να συμπληρωθούν σημεία παράλειψης. Αφού έγιναν οι απαραίτητες γραμματικές και συντακτικές διορθώσεις αλλά και συμπληρώσεις στα ερωτήματα ώστε να είναι πλήρως κατανοητά διανεμήθηκε το ερωτηματολόγιο.

Το ερωτηματολόγιο διανεμήθηκε με φυσικό τρόπο καθώς δεν ήταν εφικτή η πρόσβαση σε στοιχεία εφήβων από την γράφουσα. Πραγματοποιήθηκαν επισκέψεις στις αρχές Σεπτεμβρίου 2018 σε δύο φροντιστήρια της περιοχής, σε τοπικά γυμναστήρια, αθλητικούς συλλόγους καθώς και τρεις καφετέριες, από όπου ζητήθηκε η εθελοντική και ανώνυμη συμμετοχή των εφήβων στην έρευνα. Έγινε σαφές στους συμμετέχοντες ότι η συμπλήρωση του ερωτηματολογίου θα διαρκούσε μόλις λίγα λεπτά, ότι η έρευνα είναι ανώνυμη και πραγματοποιείται για σκοπούς ακαδημαϊκούς.

Η περιγραφική ανάλυση έγινε με το εργαλείο Microsoft Excel, ενώ η επαγωγική στατιστική ανάλυση με τη συνδρομή του εργαλείου SPSS Statistics 20.0. Η αρχική επεξεργασία δεδομένων έγινε με το Excel καθώς διαθέτει μεγαλύτερη ποικιλία ευπαρουσίαστων γραφημάτων, ενώ το SPSS περιλαμβάνει πλήθος δυνατοτήτων απεικόνισης ποσοτικών και ποιοτικών μεταβλητών και θεωρείται από τα πιο κατάλληλα μέσα επεξεργασίας δεδομένων κοινωνικών ερευνών όπως η παρούσα. Με τη βοήθειά του ερμηνεύονται τα αποτελέσματα που προέκυψαν από την πρώτη ενότητα του ερωτηματολογίου «Δημογραφικά χαρακτηριστικά, αίτια και συχνότητα κατανάλωσης καφεΐνης». Τα ευρήματα οδηγούν στην εξαγωγή χρήσιμων συμπερασμάτων σχετικά με τη σχέση

της κατανάλωσης καφεΐνης με τις μεταβλητές του φύλου, της ηλικίας, του καπνίσματος, της κατανάλωσης αλκοόλ και της αθλητικής άσκησης.

2.2. 1. Επιλογή μεθόδου έρευνας και ερευνητικά ερωτήματα

Ο τρόπος που επιλέχθηκε για την εκπόνηση της έρευνας είναι η έρευνα μέσω ερωτηματολογίου. Η επιλογή αυτή έγινε αφενός, γιατί η προσέγγιση της συνέντευξης θα ήταν πιο δύσκολη και πιθανώς μη αποτελεσματική κυρίως λόγω έλλειψης χρόνου τόσο της γράφουσας όσο και των συμμετεχόντων στην έρευνα. Αφετέρου, στόχος είναι να προσεγγιστούν οι καταναλωτικές συνήθειες των νέων ως προς την πρόσληψη της καφεΐνης και για να έχει αξιοπιστία και κύρος η τελική εργασία θα πρέπει το δείγμα να είναι σημαντικό και επαρκές για σαφή συμπεράσματα. Το ερωτηματολόγιο επομένως ήταν και χρονικά και πρακτικά η πιο αποτελεσματική επιλογή για τη δεδομένη έρευνα. Επιπλέον, οι ερωτήσεις αφορούν ποσοτικές μεταβλητές για την διευκόλυνση της εξαγωγής συμπερασμάτων και τη δυνατότητα σύγκρισης των αποτελεσμάτων με άλλες σχετικές έρευνες. Άλλωστε, η ποσοτική έρευνα είναι εύκολα μετρήσιμη, συγκρίσιμη και κατανοητή στην επεξήγηση των συμπερασμάτων και αποτελεσμάτων. Ο τύπος της έρευνας είναι εν μέρει ποιοτικός καθώς μερικές υπό εξέταση μεταβλητές είναι ποιοτικές. Μια ποιοτική έρευνα έχει το πλεονέκτημα ότι είναι πιο δυναμική και ευέλικτη στα αποτελέσματά της καθώς εμβαθύνει και εντοπίζει στοιχεία που δεν είναι ορατά με την ποσοτική έρευνα. Από την άλλη, όμως, είναι πολύ δύσκολη η μέτρηση των απαντήσεων, η ποσοτικοποίηση τους, ώστε να εξάγουμε χρήσιμα συμπεράσματα και να λειτουργήσει σαν οδηγός για επόμενα βήματα (Berger, 2015).

Με βάση τη μελέτη της βιβλιογραφίας προκύπτει ενδιαφέρον για τη μελέτη της κατανάλωσης καφεΐνης από εφήβους και τις επιπτώσεις που αυτή προκαλεί στην τόσο ευαίσθητη ομάδα στόχο. Χρησιμοποιήθηκε ως πηγή πληροφόρησης η ομάδα νέων ηλικίας 14-18 ετών που διαμένουν στο Λιτόχωρο και τη Λεπτοκαρυά, οι οποίοι προσεγγίστηκαν διά ζώσης μέσω επισκέψεων σε φροντιστήρια μέσης εκπαίδευσης, γυμναστήρια, αθλητικούς συλλόγους καθώς και χώρους εστίασης στην περιοχή.

Τα ερευνητικά ερωτήματα της παρούσας έρευνας είναι τα εξής:

- Ποια είναι τα αίτια κατανάλωσης προϊόντων με καφεΐνη για τους εφήβους 14-18 ετών;
- Πώς αξιολογούν οι έφηβοι τα χαρακτηριστικά των προϊόντων με καφεΐνη;
- Ποια είναι τα δημοφιλέστερα καταστήματα στο Λιτόχωρο και τη Λεπτοκαρυά για την αγορά προϊόντων με καφεΐνη;

Με την χρήση των δεδομένων του ερωτηματολογίου έγινε καταγραφή των διαφορετικών κατηγοριών μέσω στατιστικής ανάλυσης των αποτελεσμάτων.

2.2.2. Δομή ερωτηματολογίου και δείγμα

Το τελικό ερωτηματολόγιο διαμορφώθηκε έπειτα από μελέτη της σύγχρονης βιβλιογραφίας πάνω στο θέμα (Olsen, 2013). Επειδή ο αρχικός στόχος ήταν να γίνει σύνδεση με την τοποθέτηση της αγοράς και τη στατιστική ανάλυση τα ερωτήματα σχεδιάστηκαν με την χρήση της κλίμακας Likert, ώστε να μπορούν να χρησιμοποιηθούν από τα εργαλεία του Excel με αξιόπιστο τρόπο. Το ερωτηματολόγιο είναι δομημένο σε πέντε ενότητες χωρίς όμως αυτές να είναι ορατές στους ερωτηθέντες (Παράρτημα Α).

Η πρώτη ενότητα «Δημογραφικά χαρακτηριστικά, αίτια και συχνότητα κατανάλωσης καφεΐνης» (Ερωτήματα 1-13) αφορά ορισμένα δημογραφικά και άλλα στοιχεία που αφορούν την συμπεριφορά των εφήβων απέναντι στην υγιεινή ζωή, την άσκηση, την κατανάλωση αλκοόλ, το κάπνισμα και την κατανάλωση καφεΐνης (αίτια και περιστάσεις κατανάλωσής της). Πιο συγκεκριμένα, εξετάζεται το φύλο, η ηλικία, η συνήθεια ή μη του καπνίσματος, η κατανάλωση ή μη αλκοόλ περιστασιακά ή και παραπάνω, εάν ακολουθούνται υγιεινές διατροφικές συνήθειες, αν οι συμμετέχοντες εξασκούν κάποια φυσική δραστηριότητα και ποια, αν καταναλώνουν καφεΐνη και από ποια ηλικία, σε τι συχνότητα την καταναλώνουν, ποια προϊόντα με καφεΐνη επιλέγουν, για ποιους λόγους καταναλώνουν καφεΐνη, σε ποιες περιπτώσεις και πόσα χρήματα ξοδεύουν για αυτή σε ημερήσια βάση κατά μέσο όρο.

Η δεύτερη ενότητα «Σημασία των χαρακτηριστικών των προϊόντων με καφεΐνη» (Ερώτημα 14) αφορά τη σημασία και το ρόλο που παίζουν ορισμένα χαρακτηριστικά των προϊόντων με καφεΐνη τα οποία είναι καθοριστικά για την επιλογή τους. Πιο συγκεκριμένα, αξιολογείται η σημασία της ποσότητας καφεΐνης στο προϊόν, η φρεσκάδα του προϊόντος, τα οφέλη για την υγεία, η γεύση, η δημοτικότητα του προϊόντος μεταξύ των φίλων των ερωτηθέντων, το brand name, η διαθεσιμότητα του προϊόντος στα κατά τόπους καταστήματα, η τιμή, η συσκευασία και η ώρα της ημέρας που επιλέγουν οι ερωτηθέντες για αγορά ή και κατανάλωση των προϊόντων με καφεΐνη.

Η τρίτη ενότητα «Αξιολόγηση προϊόντων με καφεΐνη» (Ερώτημα 15) αφορά την άποψη των ερωτηθέντων για συγκεκριμένα προϊόντα με καφεΐνη, δηλαδή για τον καφέ, το τσάι, τα

αναψυκτικά τύπου Cola και τα ενεργειακά ποτά για τα ίδια χαρακτηριστικά που εξετάστηκαν γενικά για τα προϊόντα καφεΐνης στο ερώτημα 14.

Η τέταρτη ενότητα «Καταναλωτικές συνήθειες και προτιμήσεις» (Ερώτημα 16) αφορά τις καταναλωτικές συνήθειες προτιμήσεις και απόψεις των συμμετεχόντων σχετικά με τα προϊόντα με καφεΐνη. Απαρτίζεται από 16 υποερωτήματα μέσα από τα οποία γίνεται πιο κατανοητή η στάση των εφήβων απέναντι στα προϊόντα με καφεΐνη και αποκτάται πληρέστερη εικόνα της διείσδυσής τους στην καθημερινότητά τους.

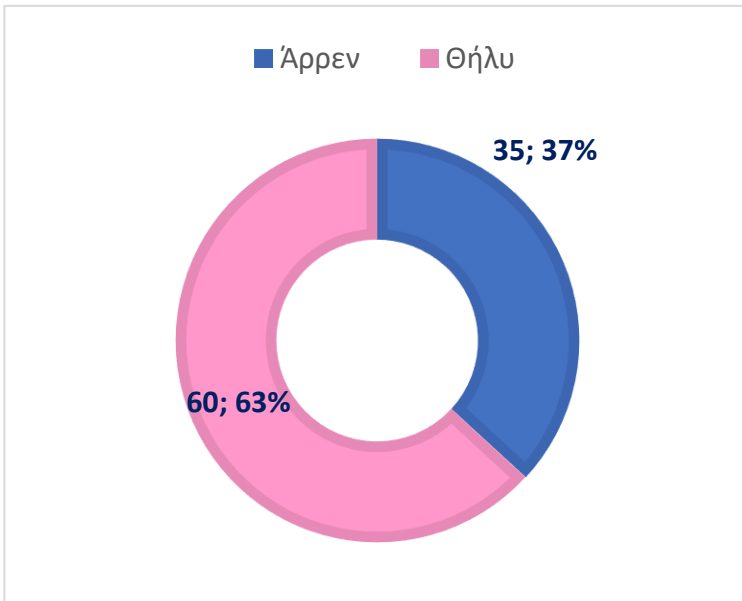
Η πέμπτη ενότητα «Τρόποι κατανάλωσης καφεΐνης και δημοφιλέστερα καταστήματα» (Ερωτήματα 17-22) αφορά τους τρόπους κατανάλωσης του καφέ και του τσαγιού και τα καταστήματα από τα οποία οι ερωτηθέντες προμηθεύονται τις τέσσερις κατηγορίες προϊόντων με καφεΐνη που εξετάζονται στο πλαίσιο της εργασίας (καφές, τσάι, αναψυκτικά τύπου Cola και ενεργειακά ποτά).

Στόχος της γράφουσας ήταν να συμπληρωθούν εκατό (100) ερωτηματολόγια. Στις 27 και 28 Αυγούστου 2018 η γράφουσα επισκέφτηκε δύο φροντιστήρια, τα τοπικά γυμναστήρια, τρεις καφετέριες και αθλητικούς συλλόγους του Λιτοχώρου και της Λεπτοκαρυάς. Για τη διεξαγωγή της έρευνας τηρήθηκαν όλες οι προϋποθέσεις διεξαγωγής της με σεβασμό στα προσωπικά δεδομένα των συμμετεχόντων.

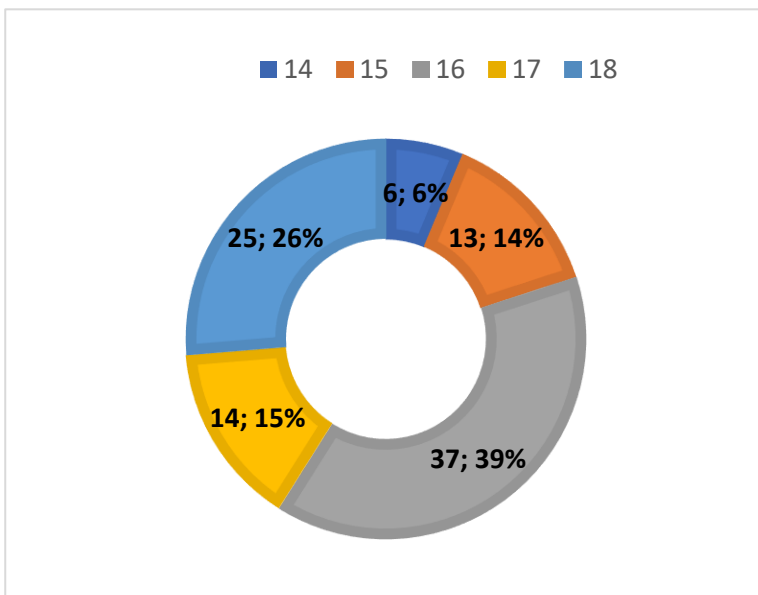
Τα ερωτηματολόγια τελικά διανεμήθηκαν την χρονική περίοδο 10-14/9/2018. Μοιράστηκαν εκατόν τριάντα πέντε (135) ερωτηματολόγια εκ των οποίων συμπληρώθηκαν τα εκατό (100). Ωστόσο, μόνο τα ενενήντα πέντε (95) από αυτά λήφθηκαν υπόψη καθώς τα πέντε (5) είχαν πάνω από τις μισές ερωτήσεις του ερωτηματολογίου ασυμπλήρωτες και κρίθηκε κατάλληλο να μην συνυπολογιστούν στο δείγμα. Τα ερωτηματολόγια συμπληρώθηκαν με φυσικό τρόπο και όχι ηλεκτρονικά καθώς ήταν δύσκολη η εύρεση και πρόσβαση ηλεκτρονικών διευθύνσεων εφήβων της ομάδας στόχο στην περιοχή του Λιτοχώρου και της Λεπτοκαρυάς. Από τους 95 οι 86 δηλαδή το 90,53% του δείγματος καταναλώνουν καφεΐνη έστω και περιστασιακά.

Στο Γράφημα 2.1 και Γράφημα 2.2 παρουσιάζονται πληροφορίες σχετικά με το φύλο και την ηλικία των συμμετεχόντων στην έρευνα, δηλαδή του δείγματος της έρευνας. Πιο συγκεκριμένα, το 37% των συμμετεχόντων είναι αγόρια (35 άτομα από τα 95) και το 63% κορίτσια (60 άτομα από τα 95) (Γράφημα 2.1). Ακόμη, 6% των συμμετεχόντων είναι 14 ετών (6 άτομα από τα 95), 14% των συμμετεχόντων είναι 15 ετών (13 άτομα από τα 95), 39% των συμμετεχόντων είναι 16 ετών (37 άτομα από τα 95), 15% των συμμετεχόντων είναι 17 ετών (14 άτομα από τα 95) και το υπόλοιπο 26% είναι 18 ετών (25 άτομα από τα 95) (Γράφημα 2.2).

Γράφημα 2 1 Φύλο Δείγματος



Γράφημα 2 2 Ηλικία Δείγματος



Κεφάλαιο 3 Αποτελέσματα - Συζήτηση

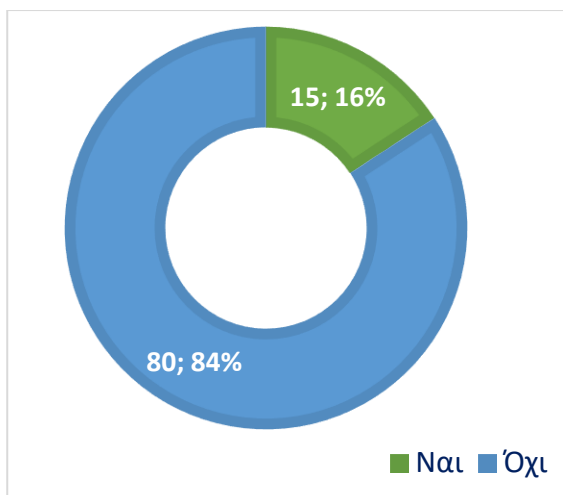
Για να πραγματοποιηθεί η περιγραφική στατιστική και η ανάλυση τμηματοποίησης που ακολουθεί εισήχθησαν τα δεδομένα και οι απαντήσεις των ερωτηματολογίων σε ένα φύλλο Microsoft Excel και δημιουργήθηκαν πίνακες για κάθε απάντηση και αντίστοιχο Γράφημα για τα ερωτήματα. Στο Παράρτημα Β παρουσιάζονται οι απόλυτες και σχετικές συχνότητες στα ερωτήματα του ερωτηματολογίου πάνω στις οποίες βασίστηκαν τα Γραφήματα που παρουσιάζονται στο παρόν κεφάλαιο.

3.1. Δημογραφικά χαρακτηριστικά, αίτια και συχνότητα κατανάλωσης καφεΐνης

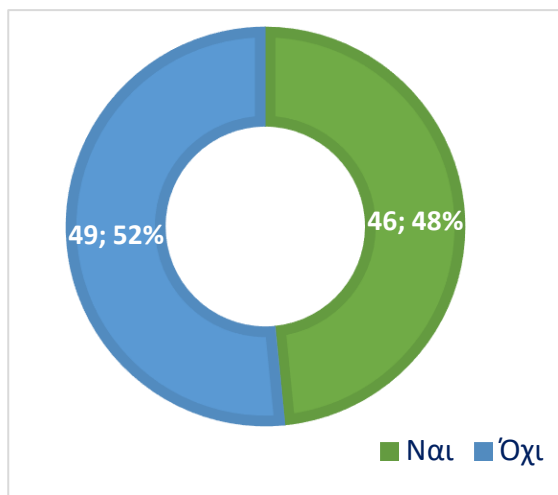
Στο Γράφημα 3.1 παρουσιάζονται οι απαντήσεις στο ερώτημα «Καπνίζεις έστω και περιστασιακά;». Προκύπτει ότι το 84% των συμμετεχόντων (80 από τα 95 άτομα) δεν καπνίζουν, ενώ το υπόλοιπο 16% (15 από τα 95 άτομα) καπνίζουν έστω και περιστασιακά.

Στο Γράφημα 3.2 παρουσιάζονται οι απαντήσεις στο ερώτημα «Καταναλώνεις αλκοόλ έστω και περιστασιακά;» Προκύπτει ότι το 52% (49 άτομα από τα 95) δεν καταναλώνουν αλκοόλ, ενώ το υπόλοιπο 48% (46 άτομα από τα 95) καταναλώνουν έστω και περιστασιακά.

Γράφημα 3 1 Καπνίζεις έστω και περιστασιακά;



Γράφημα 3 2 Καταναλώνεις αλκοόλ έστω και περιστασιακά;

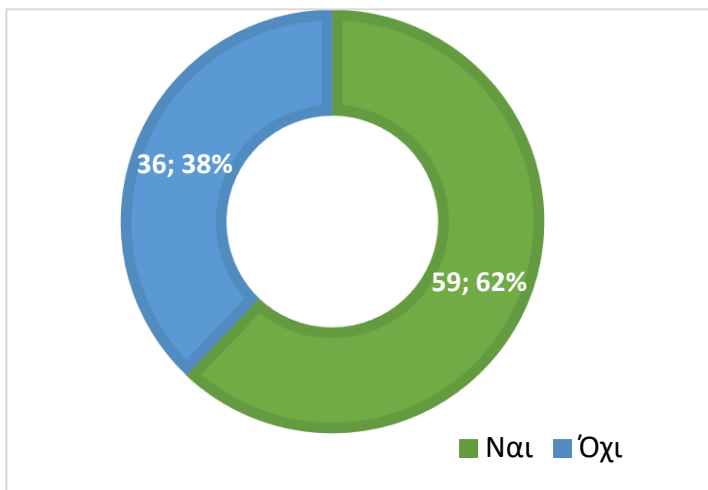


Στο Γράφημα 3.3 παρουσιάζονται οι απαντήσεις στο ερώτημα «Πιστεύεις ότι ακολουθείς υγιεινές διατροφικές συνήθειες;». Προκύπτει ότι το 62% των συμμετεχόντων (59 από τα 95 άτομα) κρίνει

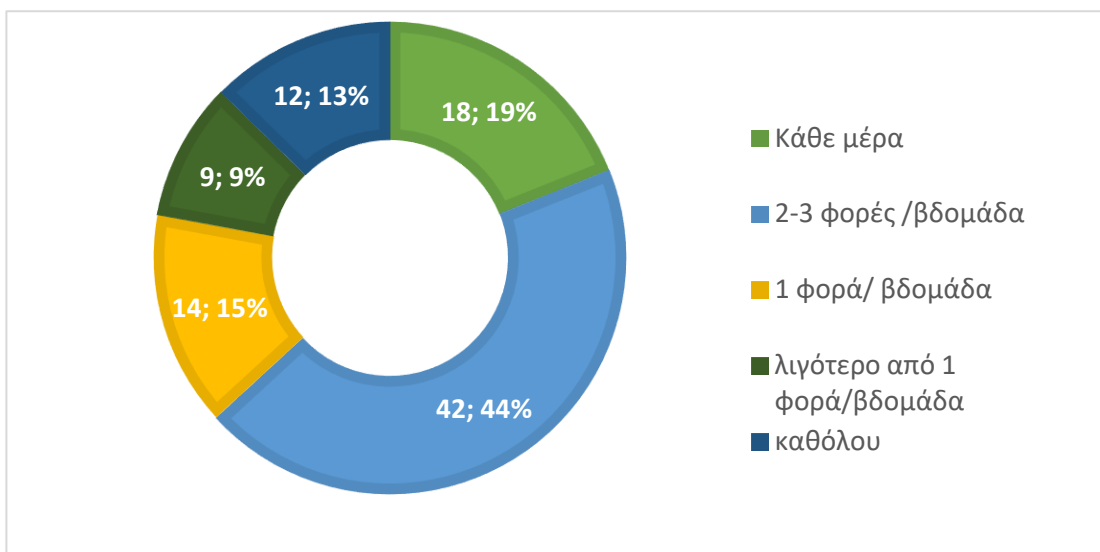
πως ακολουθεί υγιεινές διατροφικές συνήθειες, ενώ το υπόλοιπο 38% (36 από τα 95 άτομα) δεν πιστεύει κάτι τέτοιο.

Στο Γράφημα 3.4 παρουσιάζονται οι απαντήσεις στο ερώτημα «Πόσο συχνά κάνεις κάποια φυσική δραστηριότητα;». Προκύπτει ότι το 19% των συμμετεχόντων (18 άτομα από τα 95) κάνει κάποια φυσική δραστηριότητα καθημερινά, το 44% (42 άτομα από τα 95) δραστηριοποιείται 2-3 φορές την εβδομάδα, το 15% (14 άτομα από τα 95) δραστηριοποιείται μια φορά την εβδομάδα, το 9% (9 άτομα από τα 95) δραστηριοποιείται λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα, ενώ το 13% (12 άτομα από τα 95) δεν δραστηριοποιείται καθόλου.

Γράφημα 3 3 Πιστεύεις ότι ακολουθείς υγιεινές διατροφικές συνήθειες;

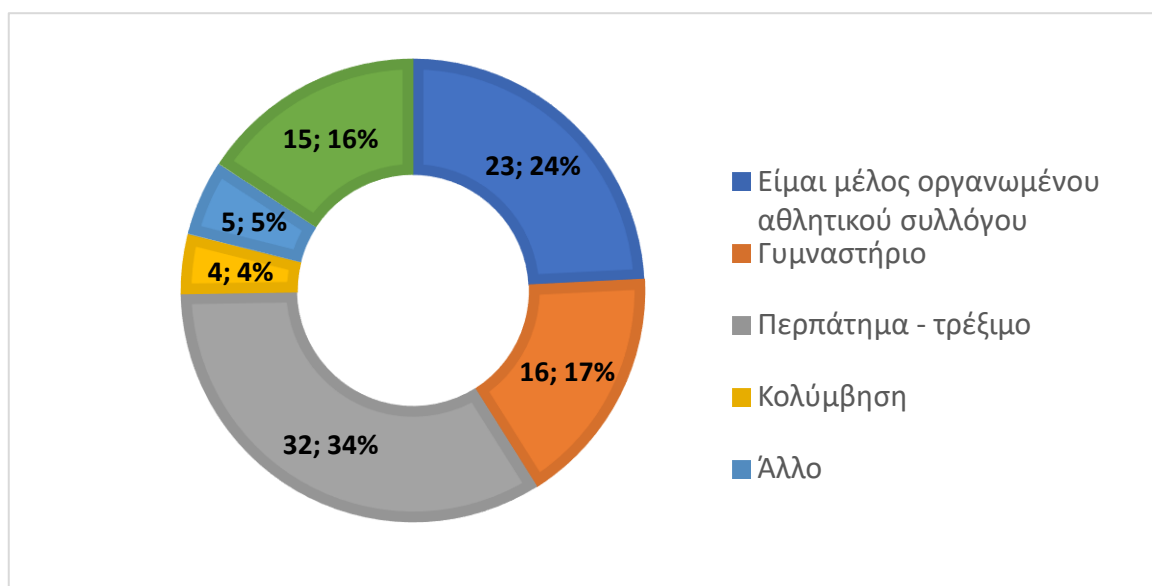


Γράφημα 3 4 Πόσο συχνά κάνεις κάποια φυσική δραστηριότητα;



Το Ερώτημα 6^β σχετίζεται με το προηγούμενο ερώτημα του Γραφήματος 3.4. καθώς όσοι απάντησαν θετικά στο Ερώτημα 6^α δηλαδή όσοι απάντησαν οποιαδήποτε επιλογή εκτός της τελευταίας («Καθόλου»), κλήθηκαν να απαντήσουν και το Ερώτημα 6^β. Ωστόσο, καθώς τα άτομα που απάντησαν αρνητικά στο 6^α ήταν 12, ενώ τα ερωτηματολόγια που δεν είχαν συμπληρωμένο το συγκεκριμένο ερώτημα ήταν 15 κρίθηκε σκόπιμο να συμπεριληφθεί στο Γράφημα 3.5 και ο αριθμός των ατόμων που δεν απάντησαν, δηλαδή το σύνολο του δείγματος να παραμείνει 95 άτομα. Επομένως, στο Γράφημα 3.5 καταγράφονται οι απαντήσεις των 95 ατόμων του συνόλου του δείγματος. Προκύπτει ότι το 24% των συμμετεχόντων (23 άτομα από τα 95) είναι μέλη οργανωμένου αθλητικού συλλόγου (π.χ. ποδοσφαίρου), το 17% (16 άτομα από τα 95) επισκέπτονται το γυμναστήριο για φυσική δραστηριότητα, το 34% (32 άτομα από τα 95) πηγαίνουν για περπάτημα ή/και τρέξιμο, το 4% (4 άτομα από τα 95) πηγαίνουν για κολύμβηση, το 5% (5 άτομα από τα 95) επιλέγουν κάποια άλλη φυσική δραστηριότητα όπως για παράδειγμα μπαλέτο και χορό και το υπόλοιπο 16% (15 άτομα από τα 95) δεν απάντησε την συγκεκριμένη ερώτηση.

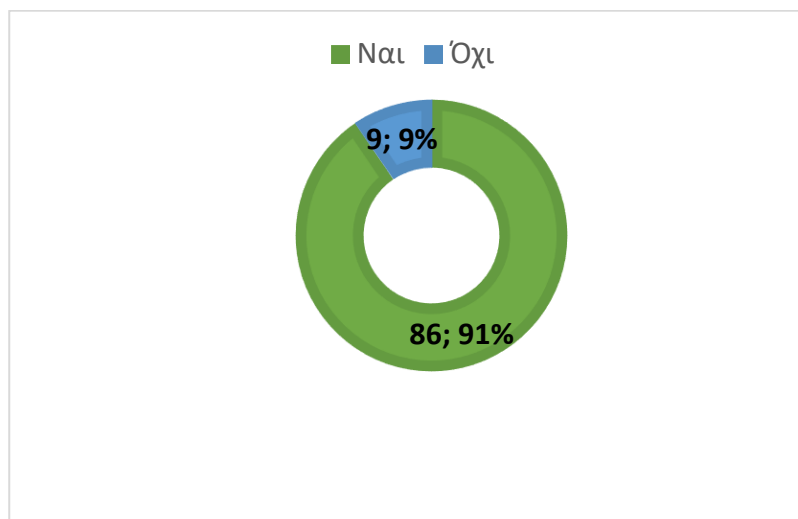
Γράφημα 3 5 Αν ναι, ποια φυσική δραστηριότητα εξασκείς;



Στο Γράφημα 3.6 παρουσιάζονται οι απαντήσεις στο Ερώτημα «Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;» Προκύπτει ότι το 91% των συμμετεχόντων (86 άτομα από τα 95) καταναλώνουν καφεΐνη ακόμη και περιστασιακά, ενώ το υπόλοιπο 9% (9 άτομα από τα 95) δεν καταναλώνει καφεΐνη. Ωστόσο, από τη συμπλήρωση επόμενων ερωτήσεων προκύπτει ότι τα άτομα που απάντησαν «Όχι» σε αυτό το ερώτημα απλώς δεν ήξεραν ότι συγκεκριμένα προϊόντα (π.χ. αναψυκτικά τύπου Cola, σοκολάτες και ασπιρίνες) περιέχουν καφεΐνη. Για αυτό στην συνέχεια

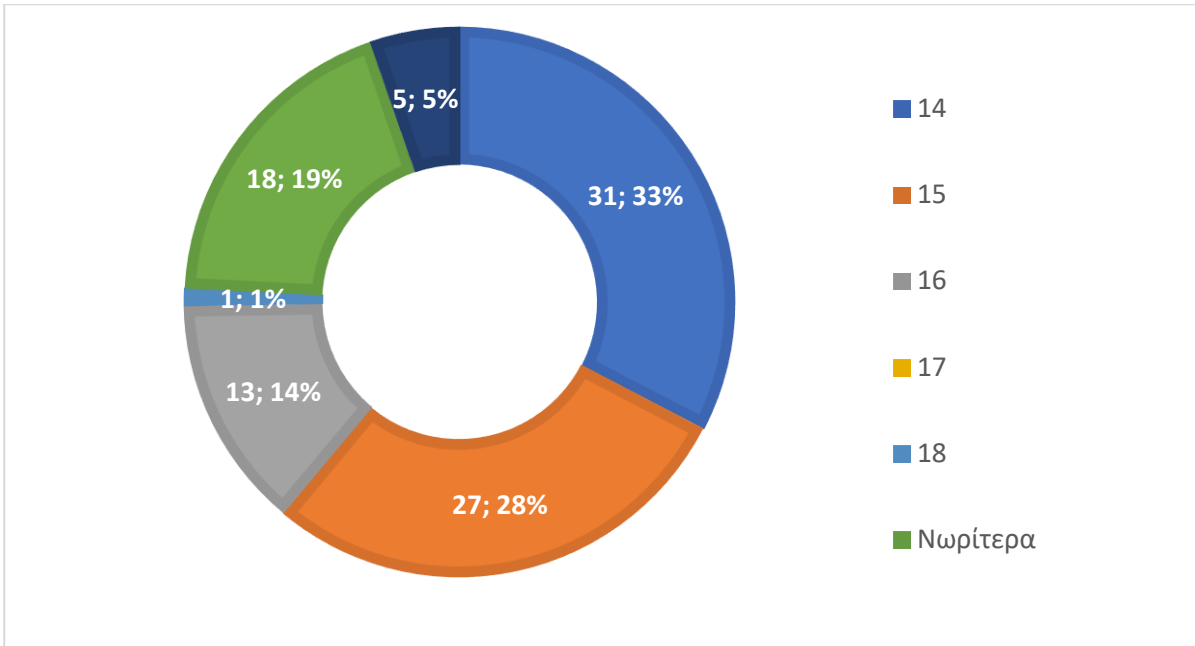
συνέχισαν τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου, αλλά δεν άλλαξαν την απάντησή τους σε αυτό το ερώτημα, γιατί έκριναν ότι η κατανάλωση είναι σπάνια.

Γράφημα 3 6 Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;



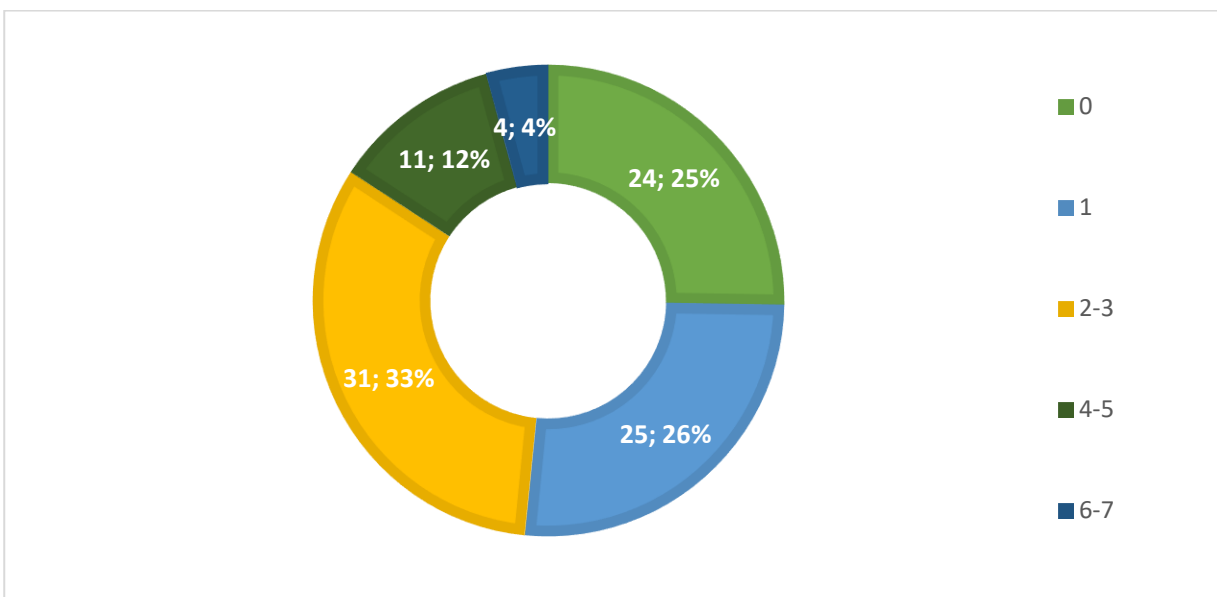
Στο Γράφημα 3.7 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στο ερώτημα «Από ποια ηλικία ξεκίνησες την κατανάλωση καφεΐνης;». Προκύπτει ότι το 33% των συμμετεχόντων (31 άτομα από τα 95) ξεκίνησαν την κατανάλωση καφεΐνης από την ηλικία των 14 ετών, το 28% (27 άτομα από τα 95) ξεκίνησαν από την ηλικία των 15 ετών, το 14% (13 άτομα από τα 95) ξεκίνησαν από την ηλικία των 16 ετών, κανείς από την ηλικία των 17 ετών (0 άτομα από τα 95), το 1% (1 άτομο από τα 95) ξεκίνησε από την ηλικία των 18 ετών, 19% (18 άτομα από τα 95) δήλωσε ότι ξεκίνησε ακόμη νωρίτερα από την ηλικία των 14 ετών, ενώ το υπόλοιπο 5% (5 άτομα από τα 95) δεν απάντησε στο συγκεκριμένο ερώτημα. Πιθανώς τα άτομα που δεν έδωσαν κάποια απάντηση να ανήκουν σε αυτά που θεώρησαν ότι δεν έχουν καταναλώσει καθόλου καφεΐνη στη ζωή τους και δεν βρήκαν κάποια επιλογή για μια τέτοια απάντηση.

Γράφημα 3 7 Από ποια ηλικία ξεκίνησες την κατανάλωση καφεΐνης;



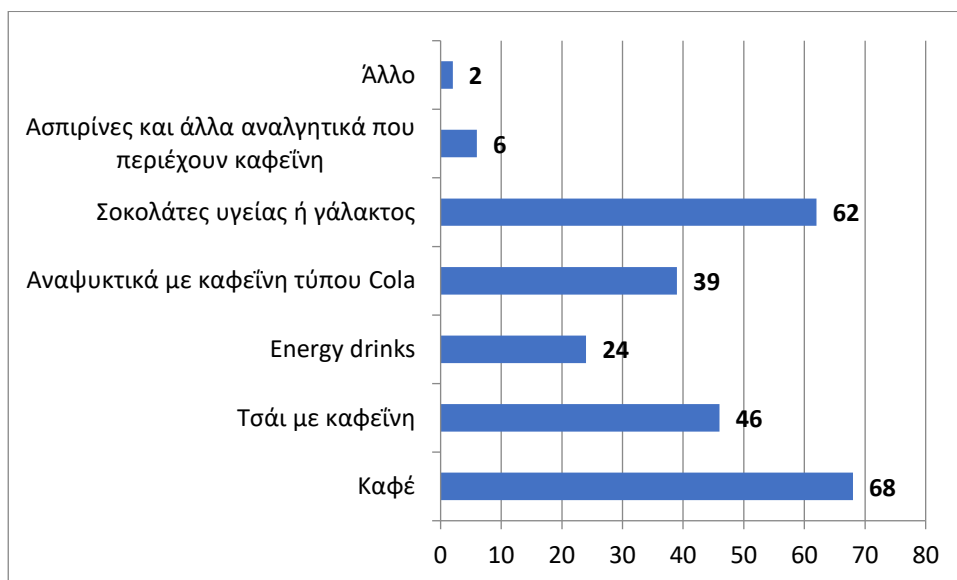
Στο Γράφημα 3.8 παρουσιάζονται οι απαντήσεις στο ερώτημα «Πόσα προϊόντα με καφεΐνη καταναλώνεις καθημερινά;». Προκύπτει ότι το 25% των συμμετεχόντων (24 άτομα από τα 95) δεν καταναλώνουν προϊόντα με καφεΐνη σε καθημερινή βάση, το 26% (25 άτομα από τα 95) καταναλώνουν ένα προϊόν με καφεΐνη, το 33% (31 άτομα από τα 95) καταναλώνουν 2-3 προϊόντα με καφεΐνη, το 12% (11 άτομα από τα 95) καταναλώνουν 4-5 προϊόντα με καφεΐνη, το 4% (4 άτομα από τα 95) καταναλώνουν 6-7 προϊόντα με καφεΐνη, ενώ κανείς δεν καταναλώνει πάνω από 7 προϊόντα με καφεΐνη (0 άτομα από τα 95).

Γράφημα 3 8 Πόσα προϊόντα με καφεΐνη καταναλώνεις καθημερινά;



Στο Γράφημα 3.9 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στο ερώτημα «Ποια από τα παρακάτω προϊόντα με καφεΐνη καταναλώνεις;». Πρόκειται για μια ερώτηση στην οποία οι συμμετέχοντες μπορούσαν να δώσουν παραπάνω από μια απαντήσεις. Προκύπτει ότι τα περισσότερα άτομα και πιο συγκεκριμένα το 72% σχεδόν (68 άτομα στα 95) καταναλώνει καφέ, το 65% (62 άτομα στα 95) καταναλώνουν σοκολάτες υγείας ή γάλακτος που περιέχουν καφεΐνη, το 48% (46 άτομα στα 95) καταναλώνουν τσάι, το 41% (39 άτομα στα 95) καταναλώνουν αναψυκτικά τύπου Cola, το 25% (24 άτομα στα 95) καταναλώνουν energy drinks, το 6% (6 άτομα στα 95) καταναλώνουν ασπιρίνες και άλλα αναλγητικά που περιέχουν καφεΐνη, ενώ το 2% (2 άτομα στα 95) καταναλώνουν άλλα προϊόντα με καφεΐνη.

Γράφημα 3 9 Ποια από τα παρακάτω προϊόντα με καφεΐνη καταναλώνεις;



Στο Γράφημα 3.10 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στο ερώτημα «Για ποιους λόγους καταναλώνεις καφεΐνη;». Προκύπτει ότι οι περισσότεροι συμμετέχοντες και συγκεκριμένα το 46% των συμμετεχόντων (44 άτομα από τα 95) καταναλώνουν καφεΐνη για να αποκτήσουν παραπάνω ενέργεια, το 39% (37 άτομα στα 95) για να ξυπνήσουν, το 37% (35 άτομα στα 95) για να μείνουν ξύπνια μέχρι αργά, το 27% (26 άτομα στα 95) για να μειώσουν την πείνα που νιώθουν, το 25% (24 άτομα στα 95) καταναλώνουν καφεΐνη, γιατί καταναλώνουν και οι φίλοι τους, το 20% (19 άτομα στα 95) για να γίνουν πιο παραγωγικοί, το 15% (14 άτομα στα 95) δεν καταναλώνει καφεΐνη για συγκεκριμένους λόγους (π.χ. ομοιοπαθητική), ίδιο ποσοστό 15% (14 άτομα στα 95) καταναλώνουν καφεΐνη για να έχουν καλύτερες επιδόσεις σε αθλήματα, το 13% (12 άτομα στα 95) επικαλείται

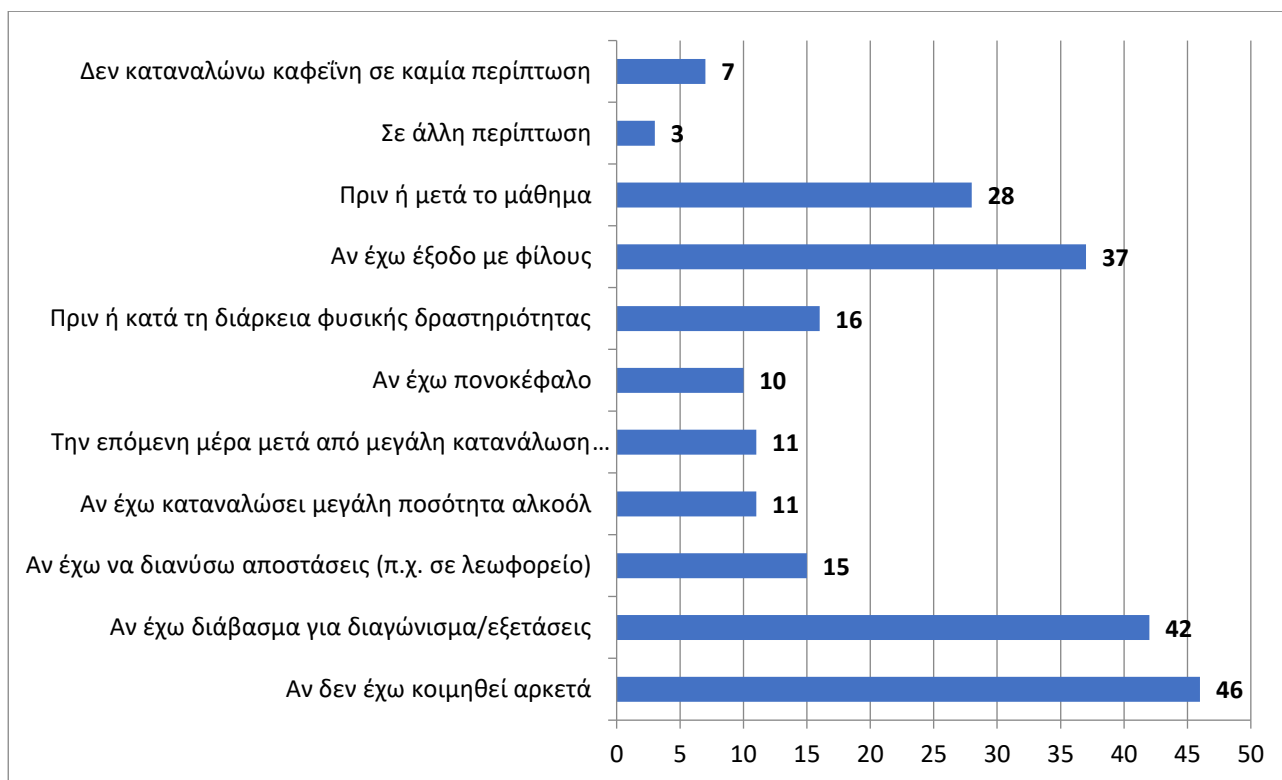
άλλους λόγους όπως για παράδειγμα απλά και μόνο ότι τους αρέσει η καφεΐνη, το 7% (7 άτομα στα 95) για να ξεπεράσει έναν πονοκέφαλο και ίδιο ποσοστό 7% (7 άτομα στα 95) για να ελαφρύνει τις συνέπειες ενός hangover την επόμενη μέρα. Σε γενικές γραμμές, η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα καταναλώνει καφεΐνη προκειμένου να μπορέσει να αντεπεξέλθει στο πρόγραμμά της.

Γράφημα 3 10 Για ποιους λόγους καταναλώνεις καφεΐνη;



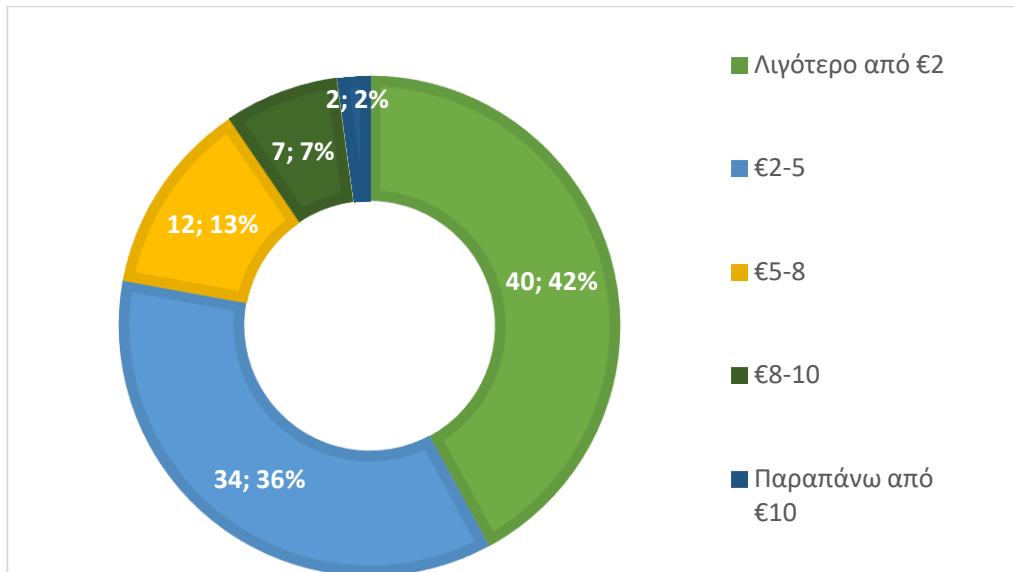
Στο Γράφημα 3.11 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στο ερώτημα «Σε ποια από τις παρακάτω περιπτώσεις θα καταναλώνεις καφεΐνη σε οποιαδήποτε μορφή;». Προκύπτει ότι το 48% των συμμετεχόντων (46 άτομα στα 95) καταναλώνει καφεΐνη αν δεν έχουν κοιμηθεί αρκετά, το 44% (42 άτομα στα 95) αν έχω διάβασμα για διαγώνισμα ή εξετάσεις, το 39% (37 άτομα στα 95) αν έχει έξοδο με φίλους, το 29% (28 άτομα στα 95) πριν ή μετά το μάθημα, το 17% (16 άτομα στα 95) πριν ή κατά τη διάρκεια φυσικής δραστηριότητας, το 16% (15 άτομα στα 95) αν έχει να διανύσει αποστάσεις (π.χ. σε λεωφορείο), το 12% (11 άτομα στα 95) την επόμενη μέρα μετά από μεγάλη κατανάλωση αλκοόλ, άλλο ένα 12% (11 άτομα στα 95) αν έχει καταναλώσει μεγάλη ποσότητα αλκοόλ, το 11% (10 άτομα στα 95) αν έχει πονοκέφαλο, το 7% (7 άτομα στα 95) δεν καταναλώνει καφεΐνη σε καμία περίπτωση και 3% (3 άτομα στα 95) δηλώνει ότι θα καταναλώνει καφεΐνη σε κάποια άλλη από τις αναφερόμενες περιπτώσεις.

Γράφημα 3 11 Σε ποια από τις παρακάτω περιπτώσεις θα καταναλώνες καφεΐνη σε οποιαδήποτε μορφή;



Το τελευταίο ερώτημα της πρώτης ενότητας του ερωτηματολογίου αφορά το ερώτημα «Κατά μέσο όρο πόσα χρήματα ξοδεύεις την ημέρα σε προϊόντα με καφεΐνη;». Στο Γράφημα 3.12 προκύπτει ότι το 42% των συμμετεχόντων (40 άτομα στα 95) ξοδεύει λιγότερο από €2, το 36% (34 άτομα στα 95) ξοδεύει €2-5, το 13,5% (12 άτομα στα 95) ξοδεύει €5-8, το 7% (7 άτομα στα 95) ξοδεύει €8-10 ενώ το 2% (2 άτομα στα 95) ξοδεύει πάνω από €10.

Γράφημα 3 12 Κατά μέσο όρο πόσα χρήματα ξοδεύεις την ημέρα σε προϊόντα με καφεΐνη;

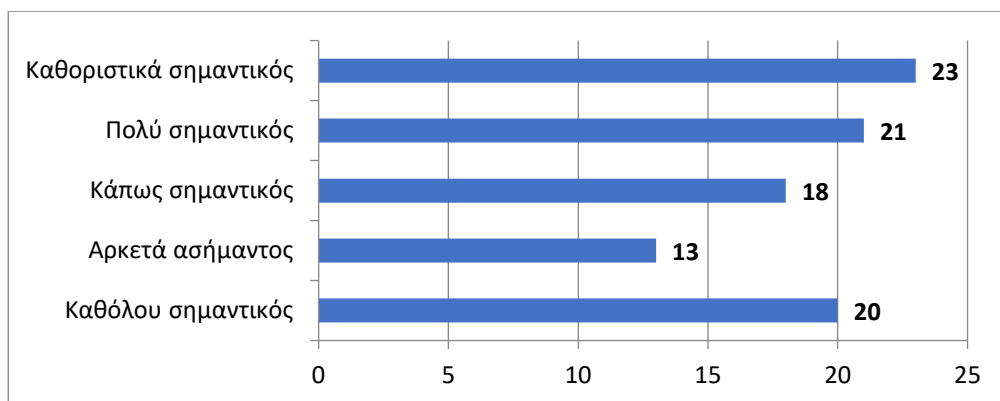


3.2. Σημασία των χαρακτηριστικών των προϊόντων με καφεΐνη

Τα ερωτήματα της επόμενης ενότητας του ερωτηματολογίου «Σημασία των χαρακτηριστικών των προϊόντων με καφεΐνη» αφορούν την αξιολόγηση όλων των προϊόντων με καφεΐνη ως προς ορισμένα χαρακτηριστικά που παρουσιάζονται παρακάτω.

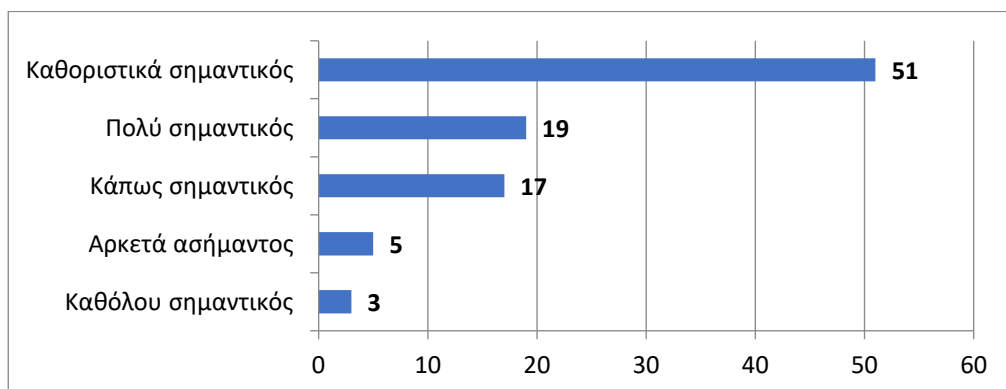
Στο Γράφημα 3.13 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης για το χαρακτηριστικό «ποσότητα καφεΐνης» των προϊόντων. Προκύπτει ότι η πλειοψηφία, δηλαδή το 24% (23 άτομα στα 95) θεωρεί καθοριστικά σημαντική την ποσότητα της καφεΐνης. Αυτό σημαίνει ότι γνωρίζουν αρχικά πως διαφορετικά προϊόντα περιέχουν διαφορετικές ποσότητες καφεΐνης, και είτε ελέγχουν αντίστοιχα τις ετικέτες των προϊόντων με καφεΐνη, είτε ενημερώνονται από τους υπαλλήλους του καταστήματος από όπου αγοράζουν τα προϊόντα αυτά (π.χ. υπάλληλοι του Coffee Island ενημερώνουν σχετικά με την ποσοστιαία σύσταση του προϊόντος που προσφέρουν) είτε εμπειρικά αντιλαμβάνονται ποια προϊόντα επηρεάζουν τον οργανισμό τους περισσότερο λόγω της καφεΐνης και τείνουν να τα αποφεύγουν. Επιπλέον, οι 21 στα 95 άτομα (22%) θεωρούν πολύ σημαντική την ποσότητα, οι 18 στα 95 κάπως σημαντική (19%), οι 13 στα 95 αρκετά ασήμαντη (14%) και οι 20 στα 95 καθόλου σημαντική (21%). Ουσιαστικά το 43% θεωρεί πολύ σημαντικό τον παράγοντα «ποσότητα καφεΐνης».

Γράφημα 3 13 Πόσο σημαντική είναι η: Ποσότητα καφεΐνης



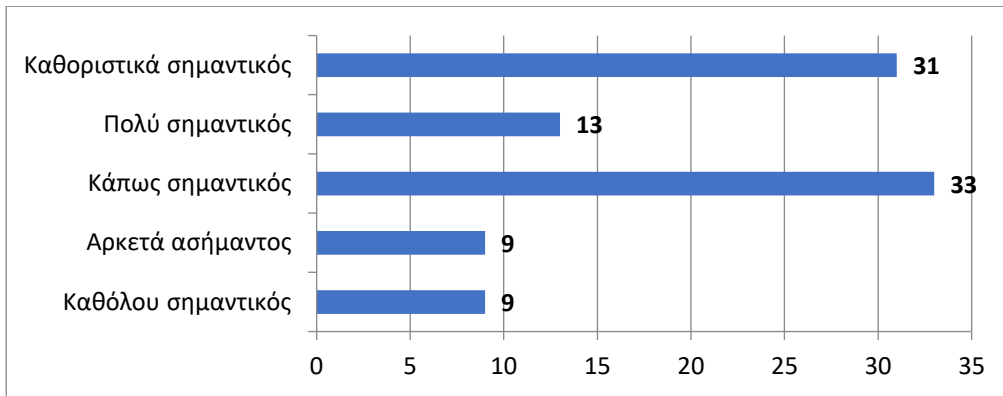
Στο Γράφημα 3.14 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης για το χαρακτηριστικό «φρεσκάδα» των προϊόντων με καφεΐνη. Προκύπτει ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων και συγκεκριμένα οι 51 στους 95 (54%) κρίνουν καθοριστικά σημαντική την φρεσκάδα του προϊόντος που καταναλώνουν. Επιπρόσθετα, 19 στους 95 (20%) την θεωρούν πολύ σημαντική, οι 17 στους 95 (18%) κάπως σημαντική, οι 5 στους 95 αρκετά ασήμαντη (5%) και μόλις 3 στους 95 καθόλου σημαντική (3%). Συνολικά, προκύπτει ότι σχεδόν το 74% θεωρεί πολύ σημαντικό τον παράγοντα «φρεσκάδα προϊόντος».

Γράφημα 3 14 Πόσο σημαντική είναι η: Φρεσκάδα προϊόντος



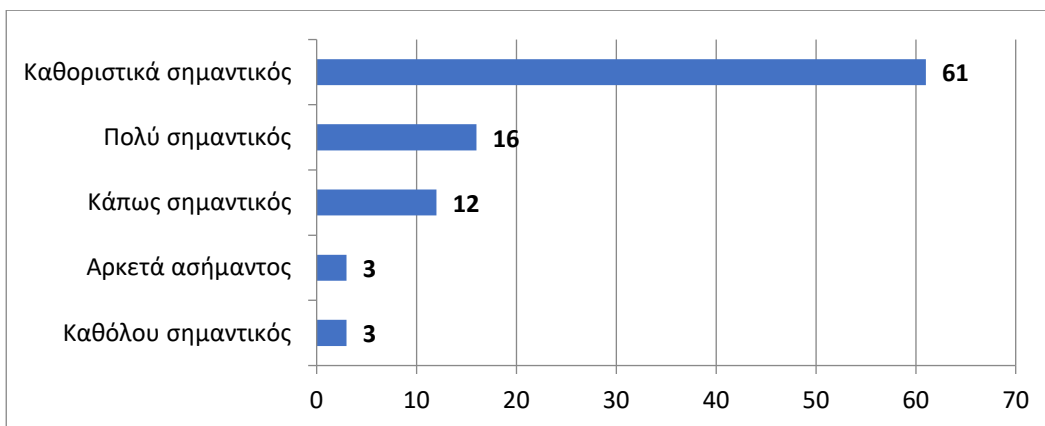
Στο Γράφημα 3.15 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης για το χαρακτηριστικό «Οφέλη για την υγεία». Προκύπτει ότι οι 31 στους 95 (33%) θεωρούν αυτόν τον παράγοντα καθοριστικά σημαντικό για την επιλογή των προϊόντων με καφεΐνη, οι 13 στους 95 (14%) τον θεωρούν πολύ σημαντικό, οι 33 στους 95 (35%) κάπως σημαντικό, οι 9 στους 95 (9%) αρκετά ασήμαντο και οι υπόλοιποι 9 στους 95 (9%) καθόλου σημαντικό. Συνολικά, το 47% θεωρεί τα «Οφέλη για την υγεία» πολύ σημαντικό παράγοντα.

Γράφημα 3 15 Πόσο σημαντικά είναι τα: Οφέλη για την υγεία



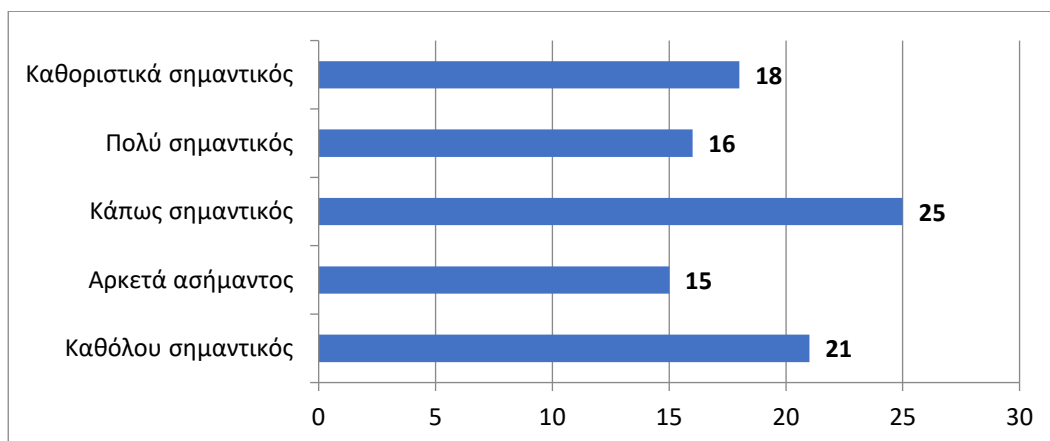
Στο Γράφημα 3.16 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης για το χαρακτηριστικό «Γεύση». Προκύπτει ότι οι 61 στους 95 (64%) θεωρούν την γεύση καθοριστικά σημαντικό παράγοντα, οι 16 στους 95 (17%) τη θεωρούν πολύ σημαντική, οι 12 στους 95 κάπως σημαντική (13%), οι 3 στους 95 (3%) αρκετά ασήμαντη και οι υπόλοιποι 3 καθόλου σημαντική (3%). Συνολικά, το 81% θεωρεί πολύ σημαντικό τον παράγοντα «Γεύση».

Γράφημα 3 16 Πόσο σημαντική είναι η: Γεύση



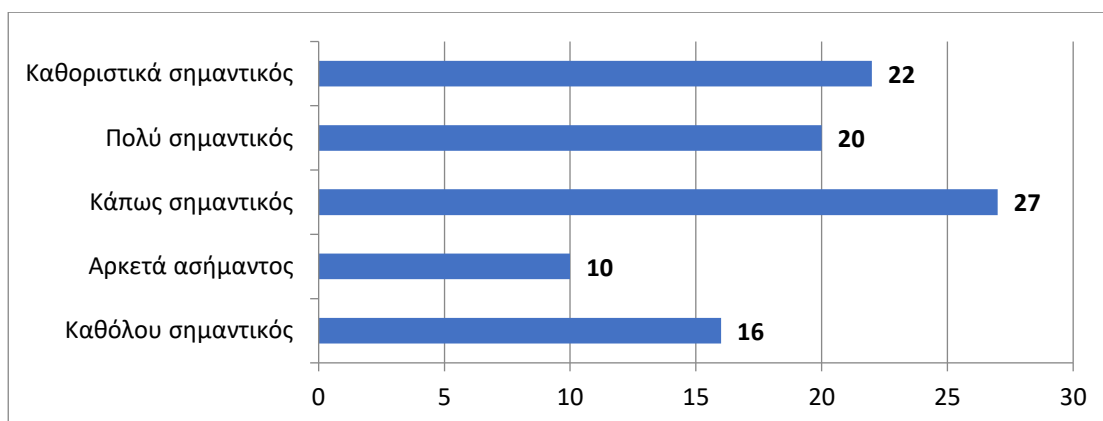
Στο Γράφημα 3.17 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης για το χαρακτηριστικό «Δημοφιλές προϊόν μεταξύ των φίλων μου». Προκύπτει ότι οι 18 στους 95 (19%) κρίνουν τη δημοτικότητα του προϊόντος μεταξύ των φίλων τους καθοριστικά σημαντική, οι 16 στους 95 πολύ σημαντική (17%), οι 25 στους 95 κάπως σημαντική (26%), οι 15 στους 95 αρκετά ασήμαντη (16%) και οι 21 στους 95 καθόλου σημαντική (22%). Συνολικά, το 36% θεωρεί πολύ σημαντικό παράγοντα τη δημοτικότητα του προϊόντος μεταξύ των φίλων του.

Γράφημα 3 17 Πόσο σημαντική είναι η: Δημοτικότητα του προϊόντος μεταξύ των φίλων μου



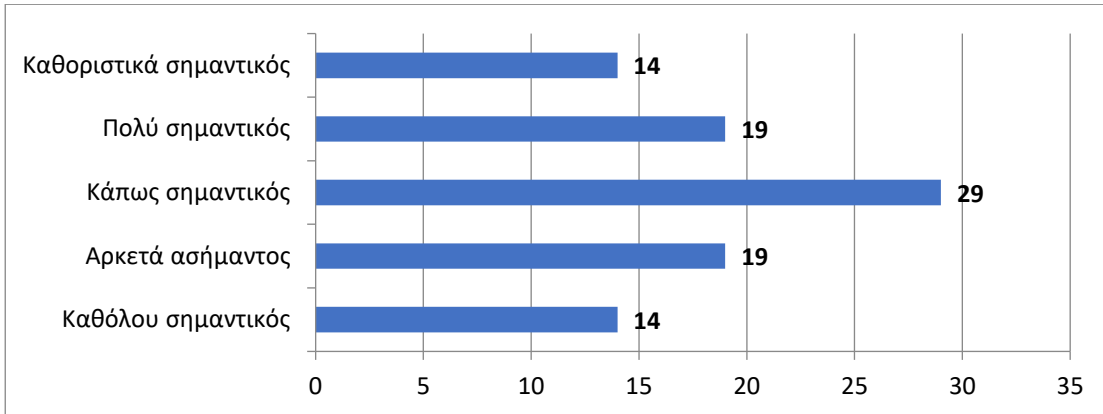
Στο Γράφημα 3.18 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης για το χαρακτηριστικό «Brand name». Προκύπτει ότι οι 22 στους 95 (23%) κρίνουν το brand name ως καθοριστικά σημαντικό στην επιλογή προϊόντος που κάνουν, οι 20 στους 95 (21%) το θεωρούν πολύ σημαντικό, οι 27 στους 95 (28%) κάπως σημαντικό, οι 10 στους 95 (11%) αρκετά ασήμαντο, ενώ οι 16 στους 95 καθόλου σημαντικό (17%). Συνολικά, το 44% θεωρεί πολύ σημαντικό παράγοντα το brand name στην επιλογή προϊόντος με καφεΐνη.

Γράφημα 3 18 Πόσο σημαντικό είναι το : Brand name



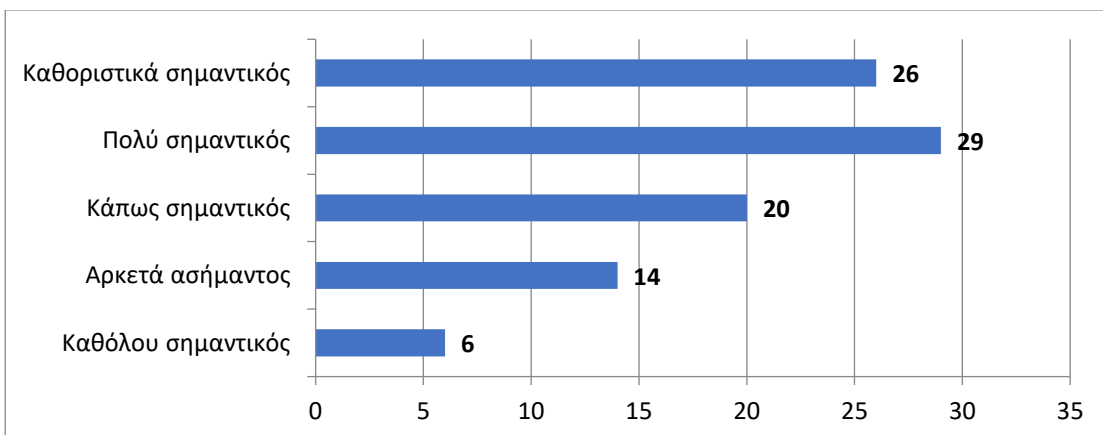
Στο Γράφημα 3.19 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης για το χαρακτηριστικό «Διαθεσιμότητα προϊόντος». Προκύπτει ότι οι 14 στους 95 (15%) θεωρούν τη διαθεσιμότητα καθοριστικά σημαντική, οι 19 στους 95 πολύ σημαντική (20%), οι 29 στους 95 κάπως σημαντική (31%), οι 19 στους 95 αρκετά ασήμαντη (20%) και οι 14 στους 95 καθόλου σημαντική (15%). Συνολικά, το 35% θεωρεί πολύ σημαντικό παράγοντα τη διαθεσιμότητα του προϊόντος με καφεΐνη.

Γράφημα 3 19 Πόσο σημαντική είναι η: Διαθεσιμότητα προϊόντος



Στο Γράφημα 3.20 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης για το χαρακτηριστικό «Τιμή». Προκύπτει ότι οι 26 στους 95 (27%) κρίνουν την τιμή ως καθοριστικά σημαντικό παράγοντα, οι 29 στους 95 (31%) ως πολύ σημαντικό, οι 20 στους 95 (21%) κάπως σημαντικό, οι 14 στους 95 αρκετά ασήμαντο (15%) και οι 6 στους 95 καθόλου σημαντικό (6%). Όπως είναι λογικό, οι έφηβοι δε διαθέτουν δικό τους εισόδημα, αλλά έχουν χαρτζιλίκι από τους γονείς και τους συγγενείς. Επομένως, ο παράγοντας «τιμή» είναι λογικό να παίζει καθοριστικό ρόλο στις καταναλωτικές επιλογές που κάνουν σε όλα τα προϊόντα. Συνολικά, το 58% των συμμετεχόντων θεωρεί πολύ σημαντικό παράγοντα την τιμή για την επιλογή προϊόντων με καφεΐνη.

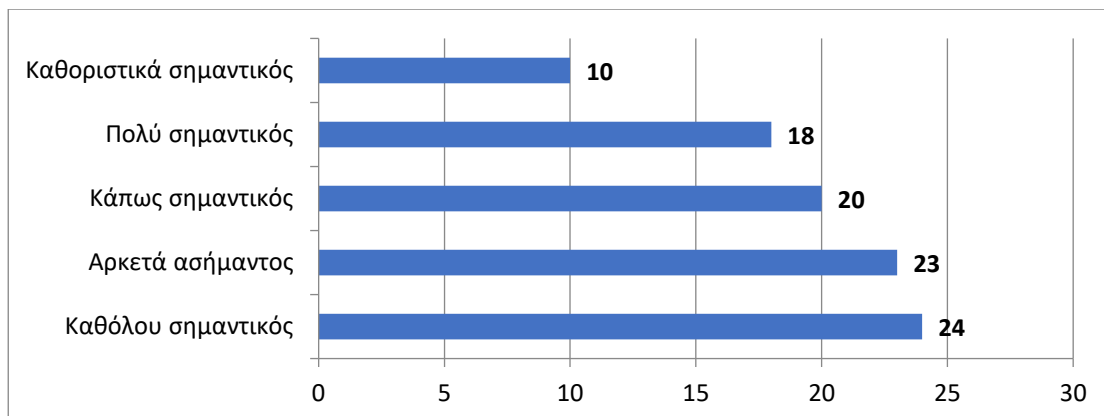
Γράφημα 3 20 Πόσο σημαντική είναι η: Τιμή



Στο Γράφημα 3.21 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης για το χαρακτηριστικό «Συσκευασία». Προκύπτει ότι οι 10 στους 95 (11%) θεωρούν τη συσκευασία καθοριστικά σημαντική στην επιλογή τους σε προϊόντα με καφεΐνη, οι 18 στους 95 (19%) τη θεωρούν πολύ σημαντική, οι 20 στους 95 (21%) κάπως σημαντική, οι 23 στους 95 (24%) αρκετά ασήμαντη και οι

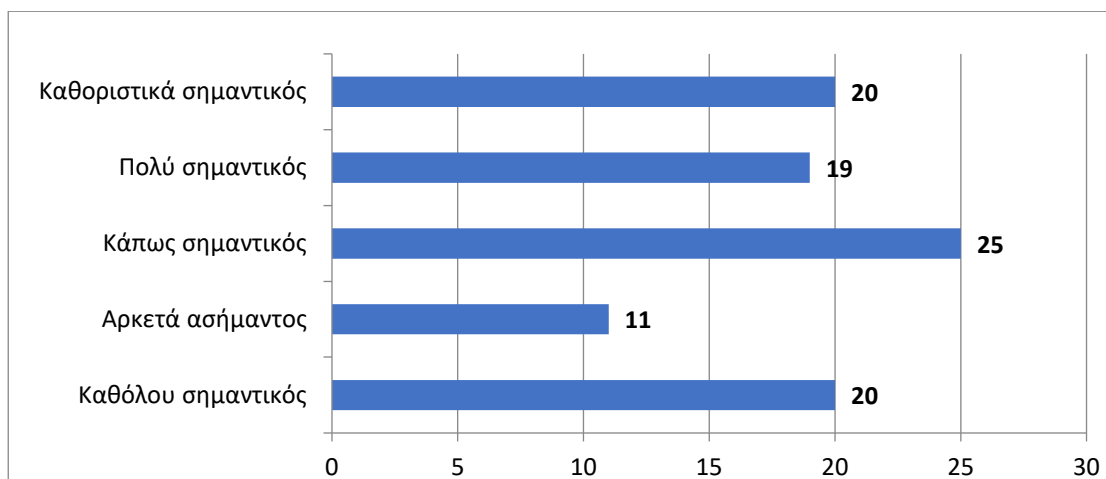
24 στους 95 (25%) καθόλου σημαντική. Συνολικά, το 30% θεωρεί πολύ σημαντικό παράγοντα τη συσκευασία.

Γράφημα 3 21 Πόσο σημαντική είναι η: Συσκευασία



Στο Γράφημα 3.22 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της αξιολόγησης για το χαρακτηριστικό «Η ώρα της ημέρας». Προκύπτει ότι οι 20 στους 95 (21%) θεωρούν την ώρα της ημέρας που επιλέγουν να καταναλώσουν προϊόντα με καφεΐνη καθοριστικά σημαντικό παράγοντα, οι 19 στους 95 (20%) πολύ σημαντικό, οι 25 στους 95 κάπως σημαντικό (26%), οι 11 στους 95 αρκετά ασήμαντο (12%) και οι 20 στους 95 (21%) καθόλου σημαντικό. Συνολικά, το 41% θεωρεί πολύ σημαντικό παράγοντα την ώρα της ημέρας που επιλέγει να καταναλώσει προϊόντα με καφεΐνη.

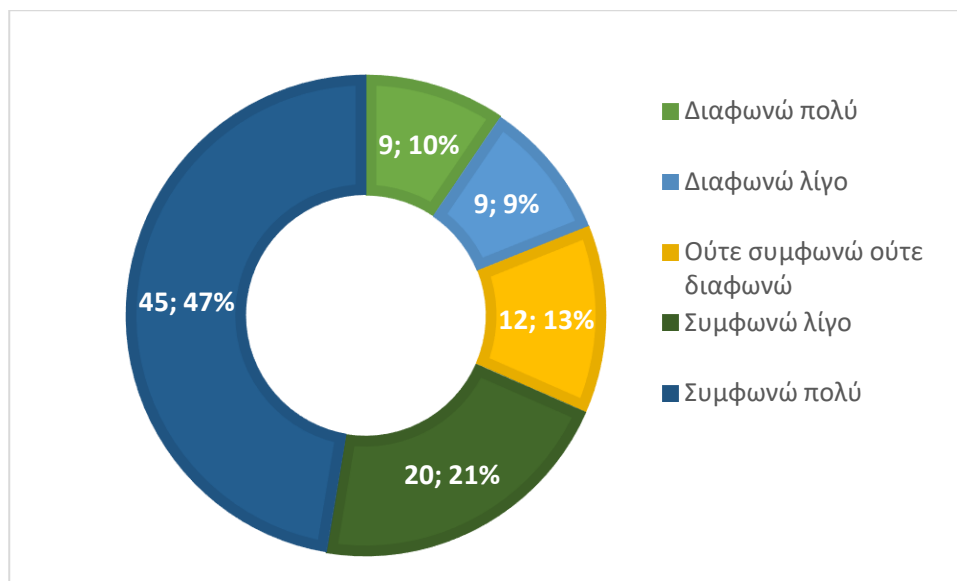
Γράφημα 3 22 Πόσο σημαντική είναι: Η ώρα της ημέρας



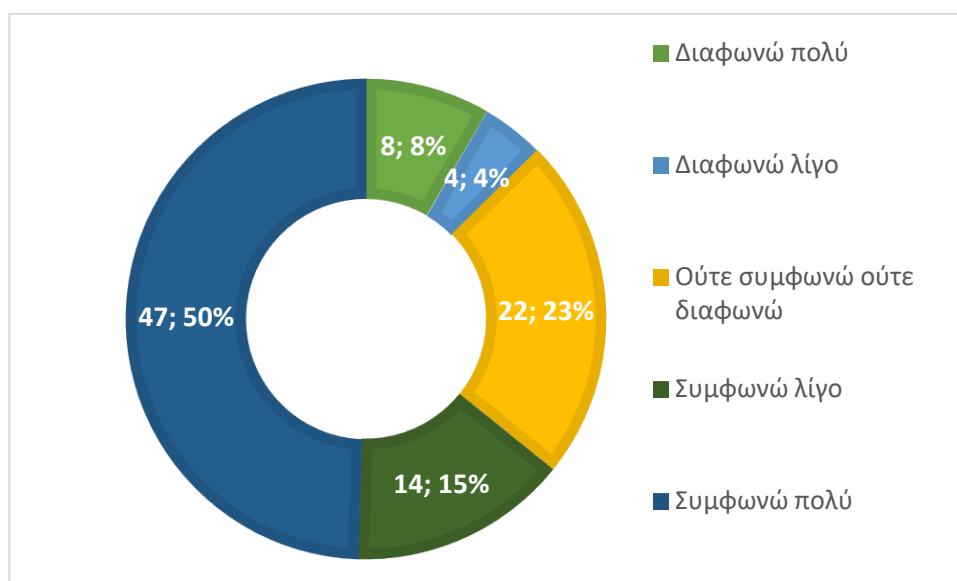
3.3. Καταναλωτικές συνήθειες και προτιμήσεις

Από την περιγραφική στατιστική ανάλυση προκύπτει αρχικά ότι οι έφηβοι ηλικίας 14-18 ετών φαίνεται να αντιλαμβάνονται σε μεγάλο βαθμό τις αρνητικές επιδράσεις που μπορεί να έχει η μεγάλη κατανάλωση καφεΐνης είτε μόνη της (Ερώτηση 16λ – 68% συμφωνούν ότι η μεγάλη κατανάλωση καφεΐνης είναι βλαβερή για την υγεία) (Γράφημα 3.23) είτε και σε συνδυασμό με το αλκοόλ (Ερώτηση 16 ο – 65% συμφωνούν ότι η ανάμειξη καφεΐνης με αλκοόλ είναι επικίνδυνη για την υγεία τους) (Γράφημα 3.24), ενώ ταυτόχρονα φαίνεται να μην είναι τόσο ενημερωμένοι σχετικά με τα οφέλη κατανάλωσής της (Ερώτηση 16μ – το 55% διαφωνεί με την άποψη ότι τα οφέλη κατανάλωσης καφεΐνης είναι πολύ περισσότερα από τους κινδύνους) (Γράφημα 3.25). Η πλειοψηφία των συμμετεχόντων είτε συνολικά είτε και στην ανάλυση τοποθέτησης που προηγήθηκε δεν επηρεάζεται από τις διαφημίσεις στην τηλεόραση (Ερώτηση 16κ – το 54% διαφωνεί με την άποψη ότι οι διαφημίσεις στην τηλεόραση τους ωθούν να αγοράσουν συγκεκριμένα προϊόντα) (Γράφημα 3.26) ή τις αναρτήσεις διασήμων προσώπων που υποστηρίζουν και προωθούν συγκεκριμένα προϊόντα με καφεΐνη στα κοινωνικά μέσα δικτύωσης όπως το Instagram (Ερώτηση 16ι – το 59% διαφωνεί με την άποψη ότι τα μέσα ενημέρωσης και οι influencers (μέσω Instagram) επηρεάζουν την επιλογή του προϊόντος με καφεΐνη που επιλέγουν) (Γράφημα 3.27).

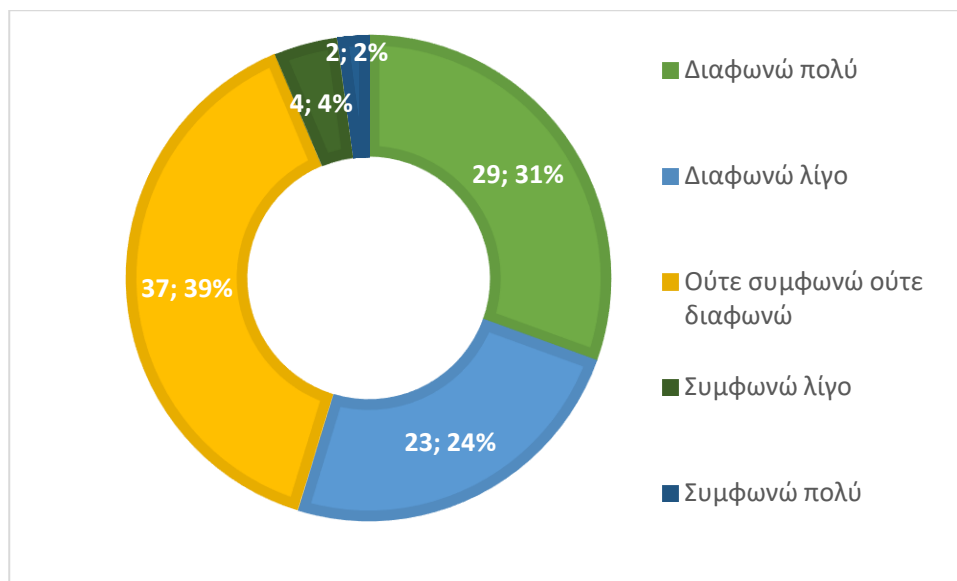
Γράφημα 3 23 Η μεγάλη κατανάλωση καφεΐνης είναι βλαβερή για την υγεία.



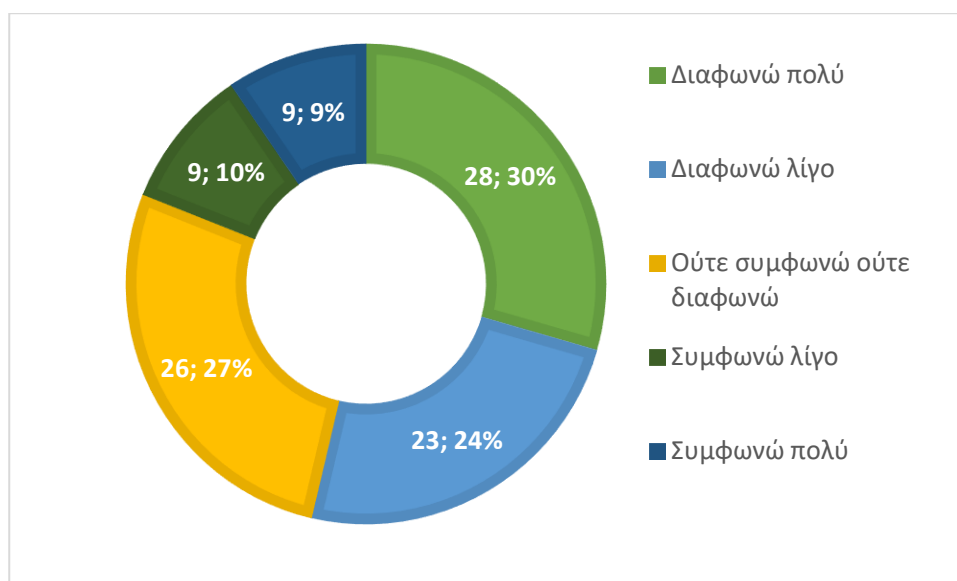
Γράφημα 3 24 Η ανάμειξη καφεΐνης με αλκοόλ είναι πολύ επικίνδυνη για την υγεία μου.



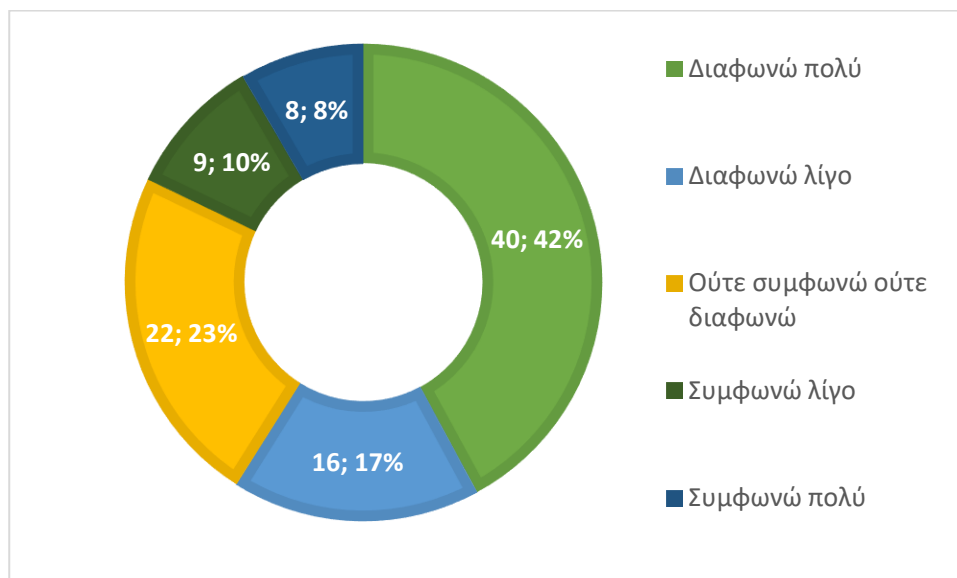
Γράφημα 3 25 Τα οφέλη κατανάλωσης καφεΐνης είναι πολύ περισσότερα από τους κινδύνους



Γράφημα 3 26 Οι διαφημίσεις στην τηλεόραση με ωθούν να αγοράσω συγκεκριμένα προϊόντα



Γράφημα 3 27 Τα μέσα ενημέρωσης και οι influencers (μέσω Instagram) επηρεάζουν την επιλογή του προϊόντος με καφεΐνη που επιλέγω



3.4. Επαγωγική Στατιστική

Προκειμένου να προκύψουν αξιόπιστα συμπεράσματα από την έρευνα πραγματοποιήθηκαν κάποιοι στατιστικοί έλεγχοι και συγκεκριμένα Chi-square (cross-tabulation), Pearson test και R^2 . Σε όλες τις περιπτώσεις η κατανάλωση καφεΐνης θεωρήθηκε κύρια μεταβλητή και εξετάστηκε σε σχέση με το φύλο, την ηλικία, το αν καπνίζουν οι συμμετέχοντες ή όχι, αν καταναλώνουν και αλκοόλ ή όχι και αν αθλούνται ή όχι. Σε όλους τους ελέγχους που πραγματοποιήθηκαν θεωρήθηκε το 5% ως επίπεδο σημαντικότητας.

Από την ανάλυση Chi-square προκύπτει ότι η κατανάλωση καφεΐνης δεν παρουσιάζει στατιστικά σημαντική σχέση με το φύλο (Chisquare = 1,075, B.E. = 2, p-value= 0,584>0,05) (Γράφημα 3.28), με την ηλικία (Chisquare = 5,623, B.E. = 5, p-value= 0,345>0,05) (Γράφημα 3.29), με το κάπνισμα (Chisquare = 2,014, B.E. = 2, p-value= 0,365>0,05) (Γράφημα 3.30) ούτε με το αλκοόλ (Chisquare = 5,859, B.E. = 2, p-value= 0,053>0,05) (Γράφημα 3.31). Ωστόσο, παρουσιάζεται στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της κατανάλωσης καφεΐνης και της φυσικής δραστηριότητας (Chisquare = 15,276, B.E. = 4, p-value= 0,04<0,05) (Γράφημα 3.32).

Γράφημα 3 28 Chi – square test Κατανάλωση καφεΐνης - Φύλο

7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά; * 1. Φύλο Crosstabulation

		1. Φύλο			Total	
		Άρρεν	Θήλυ	4		
7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	Ναι	Count	33	52	1	86
		Expected Count	31,7	53,4	,9	86,0
	Όχι	Count	2	7	0	9
		Expected Count	3,3	5,6	,1	9,0
Total		Count	35	59	1	95
		Expected Count	35,0	59,0	1,0	95,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	1,075 ^a	2	,584
Likelihood Ratio	1,229	2	,541
Linear-by-Linear Association	,532	1	,466
N of Valid Cases	95		

a. 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,09.

Γράφημα 3 29 Chi – square test Κατανάλωση καφεΐνης - ηλικίας

7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά; * 2. Ηλικία Crosstabulation

		2. Ηλικία						Total	
		14	15	16	17	18	6		
7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	Ναι	Count	5	10	33	14	22	2	86
		Expected Count	5,4	11,8	33,5	12,7	20,8	1,8	86,0
	Όχι	Count	1	3	4	0	1	0	9
		Expected Count	,6	1,2	3,5	1,3	2,2	,2	9,0
Total		Count	6	13	37	14	23	2	95
		Expected Count	6,0	13,0	37,0	14,0	23,0	2,0	95,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,623 ^a	5	,345
Likelihood Ratio	6,512	5	,260
Linear-by-Linear Association	3,816	1	,051
N of Valid Cases	95		

a. 7 cells (58,3%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,19.

Γράφημα 3 30 Chi – square test Κατανάλωση καφεΐνης - καπνίσματος

7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά; * 3. Καπνίζεις έστω και περιστασιακά; Crosstabulation

		3. Καπνίζεις έστω και περιστασιακά;			Total	
		Ναι	Όχι	5		
7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	Ναι	Count	15	70	1	86
		Expected Count	13,6	71,5	,9	86,0
	Όχι	Count	0	9	0	9
		Expected Count	1,4	7,5	,1	9,0
	Total	Count	15	79	1	95
		Expected Count	15,0	79,0	1,0	95,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	2,014 ^a	2	,365
Likelihood Ratio	3,505	2	,173
Linear-by-Linear Association	,663	1	,415
N of Valid Cases	95		

a. 3 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,09.

Γράφημα 3 31 Chi – square test Κατανάλωση καφεΐνης – κατανάλωσης αλκοόλ

7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά; * 4. Καταναλώνεις αλκοόλ έστω και περιστασιακά; Crosstabulation

		4. Καταναλώνεις αλκοόλ έστω και περιστασιακά;			Total	
		Ναι	Όχι	4		
7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	Ναι	Count	45	40	1	86
		Expected Count	41,6	43,5	,9	86,0
	Όχι	Count	1	8	0	9
		Expected Count	4,4	4,5	,1	9,0
	Total	Count	46	48	1	95
		Expected Count	46,0	48,0	1,0	95,0

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	5,859 ^a	2	,053
Likelihood Ratio	6,650	2	,036
Linear-by-Linear Association	3,910	1	,048
N of Valid Cases	95		

a. 4 cells (66,7%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,09.

Γράφημα 3 32 Chi – square test Κατανάλωση καφεΐνης – φυσικής δραστηριότητας

7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά; * 6α. Πόσο συχνά κάνεις κάποια φυσική δραστηριότητα; Crosstabulation

		6α. Πόσο συχνά κάνεις κάποια φυσική δραστηριότητα;					Total
		Κάθε μέρα	2-3 φορές την εβδομάδα	1 φορά την εβδομάδα	Λιγότερο από μια φορά την εβδομάδα	Καθόλου	
7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	Ναι	Count 13	41	14	9	9	86
		Expected 16,3	38,0	12,7	8,1	10,9	86,0
	Όχι	Count 5	1	0	0	3	9
		Expected 1,7	4,0	1,3	,9	1,1	9,0
Total	Count 18	42	14	9	12	95	
	Expected 18,0	42,0	14,0	9,0	12,0	95,0	
	Count						

Chi-Square Tests

	Value	df	Asymp. Sig. (2-sided)
Pearson Chi-Square	15,276 ^a	4	,004
Likelihood Ratio	15,321	4	,004
Linear-by-Linear Association	,042	1	,838
N of Valid Cases	95		

a. 5 cells (50,0%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,85.

Στη συνέχεια, πραγματοποιήθηκε συσχέτιση με τον έλεγχο Pearson προκειμένου να εξεταστεί και πάλι η ύπαρξη ή μη στατιστικά σημαντικής σχέσης μεταξύ των εξεταζόμενων μεταβλητών. Προκύπτει ότι δεν υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ του φύλου και της κατανάλωσης καφεΐνης ($p\text{-value} = 0,469 > 0,05$) (Γράφημα 3.33), μεταξύ του καπνίσματος και της κατανάλωσης καφεΐνης ($p\text{-value} = 0,418 > 0,05$) (Γράφημα 3.35) ούτε μεταξύ της φυσικής άσκησης και της κατανάλωσης καφεΐνης ($p\text{-value} = 0,839 > 0,05$) (Γράφημα 3.37). Ωστόσο, φαίνεται ότι υπάρχει στατιστικά σημαντική σχέση μεταξύ της κατανάλωσης καφεΐνης και της ηλικίας ($p\text{-value} = 0,05$) (Γράφημα 3.34) και της κατανάλωσης αλκοόλ ($p\text{-value} = 0,047$) (Γράφημα 3.36).

Γράφημα 3 33 Pearson test Κατανάλωση καφεΐνης - Φύλο

		1. Φύλο	7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;
1. Φύλο	Pearson Correlation	1	,075
	Sig. (2-tailed)		,469
	N	95	95
7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	Pearson Correlation	,075	1
	Sig. (2-tailed)	,469	
	N	95	95

Γράφημα 3 34 Pearson test Κατανάλωση καφεΐνης –ηλικίας

		7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	2. Ηλικία
7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	Pearson Correlation	1	-,201
	Sig. (2-tailed)		,050
	N	95	95
2. Ηλικία	Pearson Correlation	-,201	1
	Sig. (2-tailed)	,050	
	N	95	95

Γράφημα 3 35 Pearson test Κατανάλωση καφεΐνης - καπνίσματος

		7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	3. Καπνίζεις έστω και περιστασιακά;
7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	Pearson Correlation	1	,084
	Sig. (2-tailed)		,418
	N	95	95
3. Καπνίζεις έστω και περιστασιακά;	Pearson Correlation	,084	1
	Sig. (2-tailed)	,418	
	N	95	95

Γράφημα 3 36 Pearson test Κατανάλωση καφεΐνης – κατανάλωσης αλκοόλ

Pearson Correlations			
		7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	4. Καταναλώνεις αλκοόλ έστω και περιστασιακά;
7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	Pearson Correlation	1	,204*
	Sig. (2-tailed)		,047
	N	95	95
4. Καταναλώνεις αλκοόλ έστω και περιστασιακά;	Pearson Correlation	,204*	1
	Sig. (2-tailed)	,047	
	N	95	95

*. Correlation is significant at the 0.05 level (2-tailed).

Γράφημα 3 37 Pearson test Κατανάλωση καφεΐνης – φυσικής δραστηριότητας

Pearson Correlations			
		7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	6α. Πόσο συχνά κάνεις κάποια φυσική δραστηριότητα;
7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;	Pearson Correlation	1	-,021
	Sig. (2-tailed)		,839
	N	95	95
6α. Πόσο συχνά κάνεις κάποια φυσική δραστηριότητα;	Pearson Correlation	-,021	1
	Sig. (2-tailed)	,839	
	N	95	95

Τέλος, πραγματοποιήθηκε έλεγχος R^2 ως ένα μέτρο επεξήγησης των εξεταζόμενων μεταβλητών σε σχέση με την κατανάλωση της καφεΐνης. Προκύπτει ότι τα υψηλότερα ποσοστά επεξήγησης παρατηρούνται για τις μεταβλητές «ηλικία» (0,041) (Γράφημα 3.39) και «αλκοόλ» (0,042) (Γράφημα 3.41). Πολύ μικρά ποσοστά επεξήγησης προκύπτουν για τις μεταβλητές «φυσική δραστηριότητα» (0,00) (Γράφημα 3.42), «Φύλο» (0,006) (Γράφημα 3.38) και «κάπνισμα» (0,07) (Γράφημα 3.40).

Γράφημα 3 38 R Square Φύλο

Model Summary – Φύλο

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,075 ^a	,006	-,005	,543

a. Predictors: (Constant), 7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;

Γράφημα 3 39 R Square Ηλικία

Model Summary - Ηλικία

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,201 ^a	,041	,030	1,216

a. Predictors: (Constant), 7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;

Γράφημα 3 40 R Square Κάπνισμα

Model Summary - Κάπνισμα

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,084 ^a	,007	-,004	,490

a. Predictors: (Constant), 7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;

Γράφημα 3 41 R Square Αλκοόλ

Model Summary - Αλκοόλ

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,204 ^a	,042	,031	,553

a. Predictors: (Constant), 7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;

Γράφημα 3 42 Φυσική δραστηριότητα

Model Summary – Φυσική δραστηριότητα

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,021 ^a	,000	-,010	1,268

a. Predictors: (Constant), 7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;

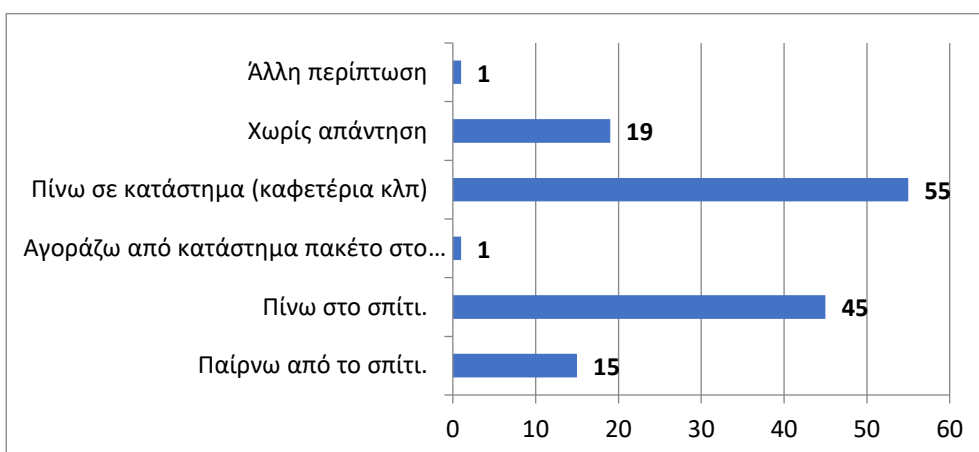
3.5. Τρόποι κατανάλωσης καφεΐνης και δημοφιλέστερα καταστήματα

Τα ερωτήματα των ενοτήτων «Αξιολόγηση προϊόντων με καφεΐνη» και «Καταναλωτικές συνήθειες και προτιμήσεις» αφορούν την αξιολόγηση τεσσάρων προϊόντων με καφεΐνη και συγκεκριμένα του καφέ, του τσαγιού, των αναψυκτικών τύπου Cola και των ενεργειακών ποτών για ορισμένα χαρακτηριστικά τα οποία καθορίζουν και τα τμήματα της αγοράς που προκύπτει.

Τα ερωτήματα της τελευταίας ενότητας «Τρόποι κατανάλωσης καφεΐνης και δημοφιλέστερα καταστήματα» αφορούν τον τρόπο με τον οποίο επιλέγουν να καταναλώσουν οι συμμετέχοντες στην έρευνα τον καφέ και το τσάι τους και τα καταστήματα από τα οποία προμηθεύονται στο Λιτόχωρο και στη Λεπτοκαρυά οι έφηβοι καφέ, τσάι, αναψυκτικά τύπου cola και energy drinks.

Στο Γράφημα 3.43 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στην ερώτηση «Με ποιον τρόπο καταναλώνεις καφέ;» και οι συμμετέχοντες είχαν τη δυνατότητα να δώσουν παραπάνω από μια απαντήσεις ή και καμία σε περίπτωση που δεν καταναλώνουν καφέ. Προκύπτει ότι οι 55 στους 95 (58%) πίνουν καφέ σε κάποιο κατάστημα (π.χ. καφετέρια κλπ), οι 45 στους 95 (47%) πίνουν καφέ στο σπίτι τους, οι 19 στους 95 (20%) δεν απάντησαν το ερώτημα επομένως δεν επιλέγουν (τουλάχιστον όχι συνήθως) να καταναλώνουν καφέ, οι 15 στους 95 (16%) παίρνουν μαζί τους από το σπίτι, ενώ ένα άτομο (1%) απάντησε ότι καταναλώνει με κάποιον άλλο τρόπο και ένα άλλο άτομο(1%) ότι αγοράζει από κατάστημα πακέτο στο χέρι (take away).

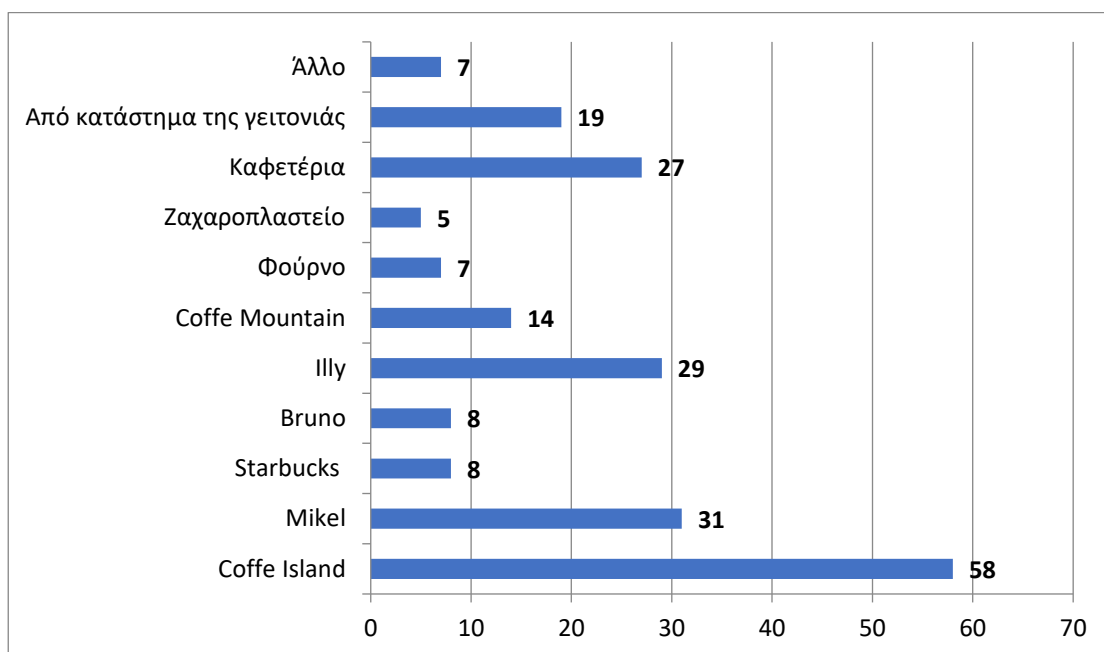
Γράφημα 3 43 Με ποιον τρόπο καταναλώνεις καφέ;



Στο Γράφημα 3.44 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στην ερώτηση «Από πού προμηθεύεσαι έτοιμο καφέ στην περιοχή σου;». Προκύπτει ότι οι 58 στους 95 (61%) επιλέγουν το Coffee Island,

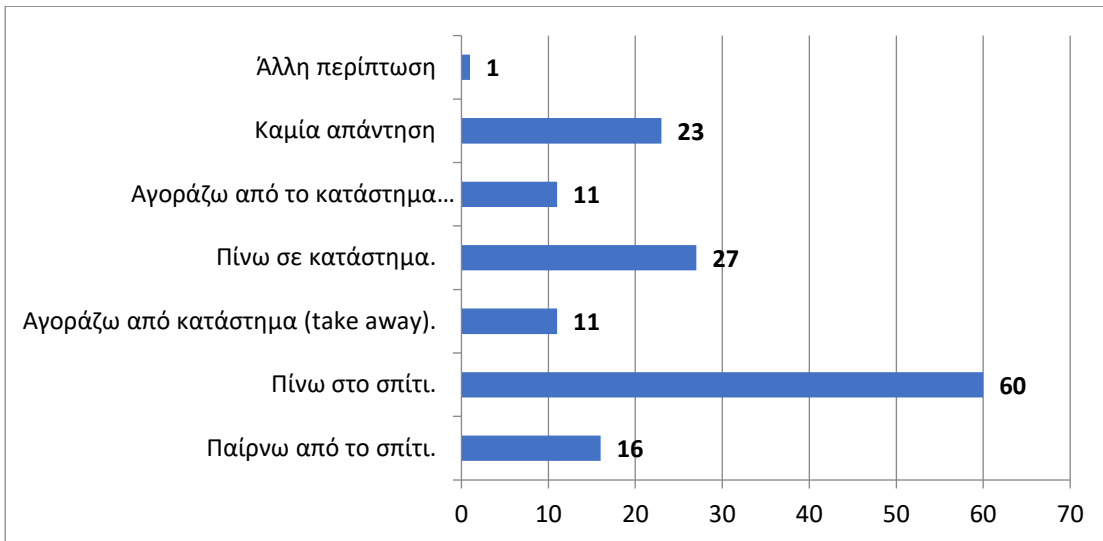
οι 31 στους 95 (33%) τα Mikel, οι 29 στους 95 (31%) από καταστήματα με καφέ Illy, οι 27 στους 95 (28%) από κάποια άλλη καφετέρια, οι 19 στους 95 (20%) από κάποιο κατάστημα της γειτονιάς τους, οι 14 στους 95 (15%) από καταστήματα Coffee Mountain, οι 8 στους 95 (8%) από καταστήματα Bruno, οι 8 στους 95 (8%) από τα Starbucks, οι 7 στους 95 (7%) από κάποιο φούρνο και οι 5 στους 95 (5%) από κάποιο ζαχαροπλασείο. Η συντριπτική πλειοψηφία ωστόσο επιλέγει καφέ από τα Coffee Island.

Γράφημα 3 44 Από πού προμηθεύσαι έτοιμο καφέ στην περιοχή σου;



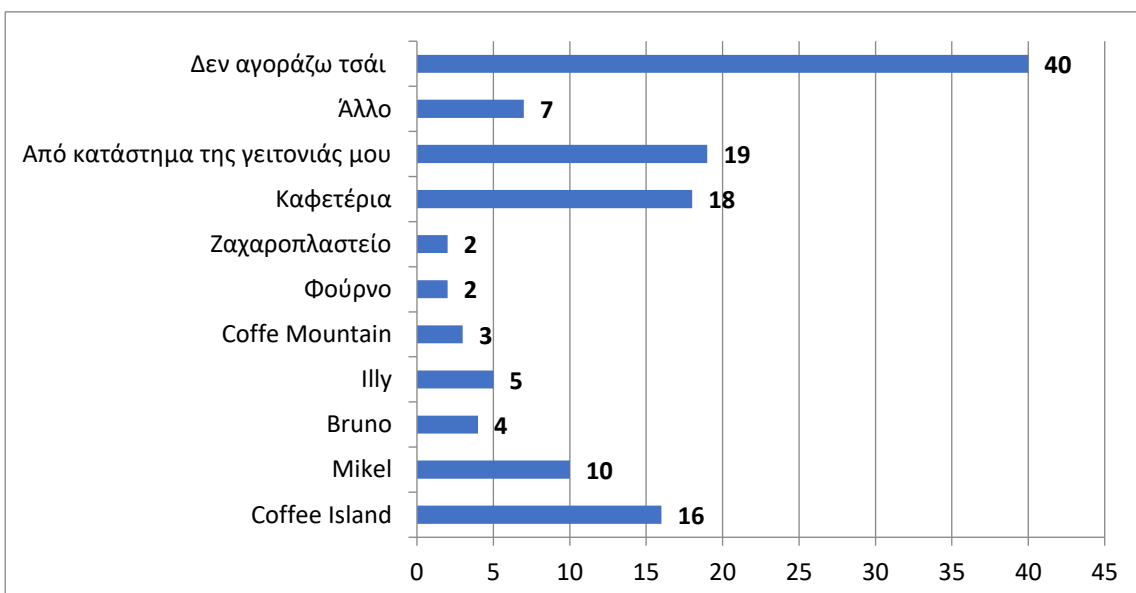
Στο Γράφημα 3.45 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στην ερώτηση «Με ποιον τρόπο καταναλώνεις τσάι;». Προκύπτει ότι οι 60 στους 95 (63%) πίνουν τσάι στο σπίτι τους, οι 27 στους 95 (28%) πίνουν τσάι σε κατάστημα, οι 23 στους 95 (24%) δεν απάντησαν το ερώτημα γιατί δεν καταναλώνουν τσάι, οι 16 στους 95 (17%) δήλωσαν ότι παίρνουν από το σπίτι τους τσάι, οι 11 στους 95 (12%) αγοράζουν από το κατάστημα προπαρασκευασμένο (π.χ. φακελάκι, σκόνη) και προσθέτουν νερό και οι 11 στους 95 (12%) αγοράζουν έτοιμο από κάποιο κατάστημα (take away). Όπως φαίνεται η πλειοψηφία καταναλώνει τσάι κατά κύριο λόγο στο σπίτι.

Γράφημα 3 45 Με ποιον τρόπο καταναλώνεις τσάι;



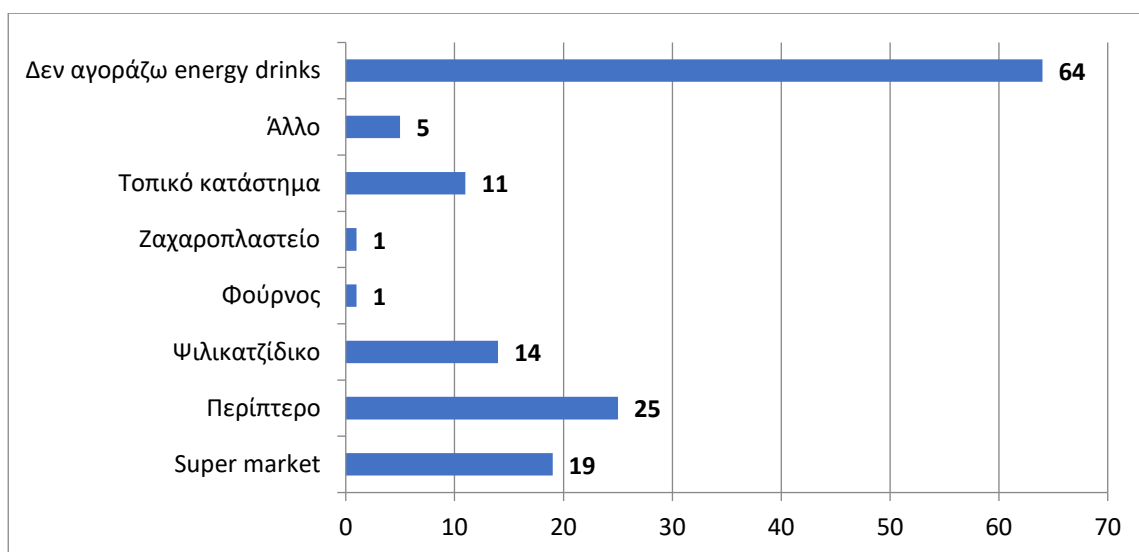
Στο Γραφήμα 3.46 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στην ερώτηση «Από πού αγοράζεις τσάι;». Προκύπτει ότι οι 40 στους 95 δεν αγοράζουν τσάι, οι 19 στους 95 (42%) από κατάστημα της γειτονιάς τους, οι 18 στους 95 (19%) από κάποια καφετέρια, οι 16 στους 95 (17%) από τα Coffee Island, οι 10 στους 95 (11%) από τα Mikel, οι 7 στους 95 (7%) επέλεξαν την επιλογή «Άλλο» και συγκεκριμένα έγραψαν ότι αγοράζουν από «ΚΨΜ», οι 5 στους 95 (5%) αγοράζουν από κατάστημα με προϊόντα Illy, οι 4 στους 95 (4%) από κατάστημα Bruno, οι 3 στους 95 (3%) από Coffee Mountain, οι 2 στους 95 (2%) από ζαχαροπλαστείο και οι 2 στους 95 (2%) από φούρνο. Προκύπτει ότι δεν υπάρχει τόσο μεγάλη τάση αγοράς τσαγιού σε σχέση με την αγορά του καφέ.

Γράφημα 3 46 Από πού αγοράζεις τσάι;



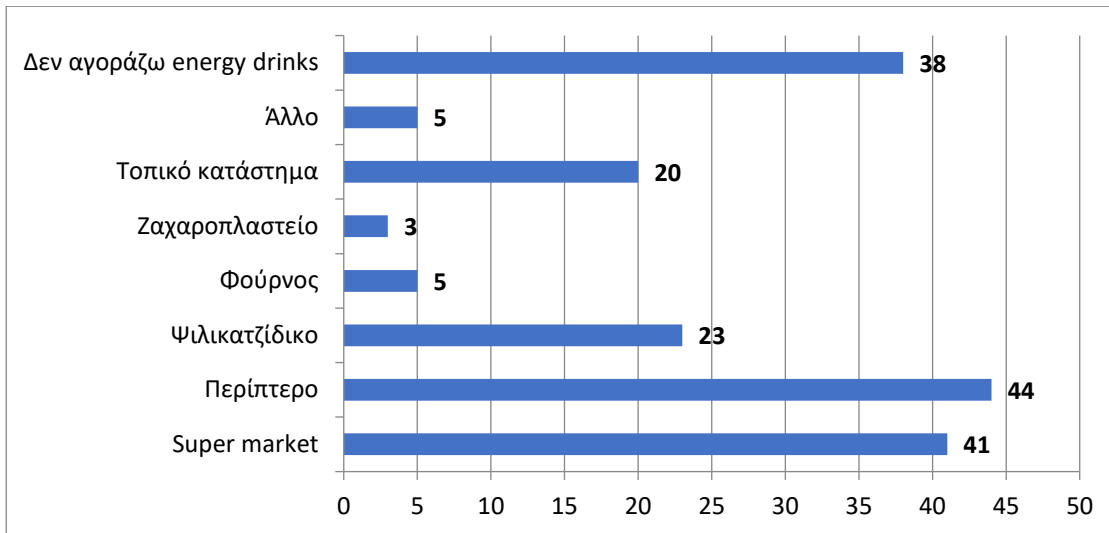
Στο Γράφημα 3.47 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα στην Ερώτηση «Από πού αγοράζεις energy drinks;». Προκύπτει ότι η πλειοψηφία δηλαδή οι 64 στους 95 (67%) δεν αγοράζουν energy drinks, οι 25 στους 95 (26%) αγοράζουν από περίπτερο, οι 19 στους 95 (20%) από supermarket, οι 14 στους 95 (15%) από ψιλικατζίδικο, οι 11 στους 95 (12%) από τοπικό κατάστημα, οι 5 στους 95 (5%) επέλεξαν την απάντηση «Άλλο» και κατέγραψαν συγκεκριμένα το «ΚΨΜ», ένας απάντησε ότι αγοράζει από ζαχαροπλαστείο (1%) και ένας από φούρνο (1%). Προκύπτει όμως ότι η πλειοψηφία των συμμετεχόντων στην έρευνα δεν αγοράζει energy drinks.

Γράφημα 3 47 Από πού αγοράζεις energy drinks;



Στο Γράφημα 3.48 παρουσιάζονται τα αποτελέσματα της ερώτησης «Από πού αγοράζεις αναψυκτικά με καφεΐνη;». Προκύπτει ότι οι 44 στους 95 (46%) αγοράζουν από περίπτερο, οι 41 στους 95 (43%) από supermarket, οι 38 στους 95 (40%) δεν αγοράζουν αναψυκτικά με καφεΐνη, οι 23 στους 95 (24%) από ψιλικατζίδικο, οι 20 στους 95 (21%) από τοπικό κατάστημα, οι 5 στους 95 (5%) από φούρνο, οι 5 στους 95 (5%) επέλεξαν την επιλογή «Άλλο» και συγκεκριμένα απάντησαν το «ΚΨΜ» και οι 3 στους 95 (3%) από ζαχαροπλαστείο.

Γράφημα 3 48 Από πού αγοράζεις αναψυκτικά με καφεΐνη;



Σημαντικό αποτέλεσμα είναι επίσης το γεγονός ότι ο καφές θεωρείται το πιο άμεσα διαθέσιμο σε σχέση με τα άλλα τρία προϊόντα (Παράρτημα Γ, βαθμολογία 4 και 5 το 40% - 37 ερωτηθέντες για τον καφέ, το 24% - 22 συμμετέχοντες για το τσάι, το 31% - 30 συμμετέχοντες για τα αναψυκτικά και το 20% - 18 συμμετέχοντες για τα ενεργειακά ποτά) και υπάρχουν πολλά καταστήματα και brands τα οποία μπορεί κανείς να επιλέξει στο Λιτόχωρο και τη Λεπτοκαρυά. Πιο συγκεκριμένα, τα Coffee Island βρέθηκε ότι είναι η πιο δημοφιλής αλυσίδα καταστημάτων με προϊόντα που περιέχουν καφεΐνη (Γράφημα 3.44) και μάλιστα εξυπηρετούν την πώληση όχι μόνο του καφέ αλλά και του τσαγιού (Γράφημα 3.45). Η επιτυχία των Coffee Island εξηγείται όχι τόσο από την ύπαρξη πολλών καταστημάτων σε πολλές περιοχές του Λιτοχώρου και της Λεπτοκαρυάς, αλλά εξαιτίας της έμφασης στην γεύση και την φρεσκάδα των προϊόντων που παρέχουν και φαίνεται και από την έρευνα να παίζουν πολύ σημαντικό ρόλο στην επιλογή καταναλωτικών αγορών των εφήβων. Δεν είναι τυχαίο επομένως που πάνω από το 60% των συμμετεχόντων επιλέγει αυτή την αλυσίδα για να αγοράσει καφέ.

Άλλα καταστήματα που τα καταφέρνουν καλά στην περιοχή του Λιτοχώρου και της Λεπτοκαρυάς είναι τα Mikel τα οποία επιλέγονται από λίγο παραπάνω από το 30% των συμμετεχόντων στην έρευνα και το brand name Illy που φαίνεται να επιλέγεται από το 30% των συμμετεχόντων. Παρατηρούμε ότι οι έφηβοι ξεκινούν από αρκετά μικρή ηλικία να καταναλώνουν καφεΐνη και είναι σε θέση να συγκρίνουν πολύ γρήγορα μεταξύ των επιλογών που διαθέτουν (Γράφημα 3.7).

Κεφάλαιο 4 Συμπεράσματα – Περιορισμοί – Προτάσεις

Τα ερευνητικά ερωτήματα που τέθηκαν στην αρχή της αφορούσαν τα αίτια κατανάλωσης προϊόντων με καφεΐνη για τους εφήβους ηλικίας 14-18 ετών, η αξιολόγηση από πλευράς τους των κύριων χαρακτηριστικών των προϊόντων με καφεΐνη όπως είναι για παράδειγμα η γεύση, η φρεσκάδα και η τιμή του προϊόντος και αν υπάρχουν κάποια καταστάματα στα οποία δείχνουν κάποια προτίμηση οι έφηβοι στο Λιτόχωρο και τη Λεπτοκαρυά.

Όσον αφορά τα αίτια κατανάλωσης προϊόντων με καφεΐνη προκύπτει ότι σχεδόν το 50% των συμμετεχόντων καταναλώνει τέτοια προϊόντα προκειμένου να αποκτήσει ενέργεια. Αυτό σημαίνει ότι οι έφηβοι φαίνεται να έχουν γνώση των επιπτώσεων της καφεΐνης όσον αφορά την εγρήγορση και την επίδραση που έχει στο ανθρώπινο νευρικό σύστημα. Για αυτό άλλωστε η δεύτερη δημοφιλέστερη απάντηση στο συγκεκριμένο ερώτημα αφορούσε το πρωινό τους ξύπνημα και η τρίτη την απόκτηση ενέργειας προκειμένου να παραμείνουν ξύπνιοι μέχρι αργά – πιθανώς για διάβασμα.

Όσον αφορά την αξιολόγηση των κύριων χαρακτηριστικών των προϊόντων με καφεΐνη από την περιγραφική στατιστική προκύπτει ότι η γεύση (81,05%) και η φρεσκάδα (73,68%) θεωρούνται τα πιο σημαντικά και τα πιο καθοριστικά στην επιλογή προϊόντων με καφεΐνη από τους εφήβους. Από αυτά τα χαρακτηριστικά είναι πολύ πιθανό να οδηγούνται και στην επιλογή συγκεκριμένων καταστημάτων ή brands για τα προϊόντα με καφεΐνη που καταναλώνουν.

Η παρούσα εργασία προσέφερε πολλά χρήσιμα συμπεράσματα και κατάφερε να απαντήσει και στα τρία αρχικώς τεθέντα ερευνητικά ερωτήματα (αιτίες κατανάλωσης καφεΐνης, αξιολόγηση χαρακτηριστικών καφεΐνης, δημοφιλέστερα καταστάματα στο Λιτόχωρο και τη Λεπτοκαρυά).

Από τα αποτελέσματα της έρευνας τα οποία αναλύθηκαν στο προηγούμενο κεφάλαιο προκύπτει ότι οι έφηβοι δεν επηρεάζονται στο σύνολό τους από προωθητικές ενέργειες και διαφημίσεις όσο από άλλους παράγοντες όπως η φρεσκάδα του προϊόντος και η γεύση. Ασφαλώς και η τιμή παίζει σημαντικό ρόλο καθώς το διαθέσιμο εισόδημα των εφήβων είναι περιορισμένο και προκαθορισμένο από τους γονείς τους για αυτό άλλωστε η πλειοψηφία (42,11%) διαθέτει ημερησίως το πολύ έως €2 για προϊόντα με καφεΐνη. Από την άλλη, αυτό που πρέπει να διερευνηθεί περαιτέρω είναι αν πράγματι οι έφηβοι έχουν περιορισμένο εισόδημα ή αν επιλέγουν να το καταναλώσουν σε άλλα προϊόντα και όχι στα προϊόντα με καφεΐνη.

Επίσης, το δείγμα δε φαίνεται να είναι και τόσο εξαρτημένο στην πλειοψηφία του από τον καφέ, καθώς εναλλάσσεται μεταξύ των υποκατάστατων (καφέ, τσάι, ενεργειακά ποτά, αναψυκτικά με καφεΐνη, σοκολάτες, αναλγητικά – Γράφημα 3.9) και της ημερήσιας πρόσληψης καφεΐνης (Γράφημα 3.8). Αυτό το συμπέρασμα προκύπτει από το γεγονός ότι πάνω από το 50% καταναλώνει ημερησίως έως ένα προϊόν με καφεΐνη με την πλειοψηφία αυτών να είναι καφές. Ωστόσο, από την έρευνα δεν φαίνεται να υπάρχει η εξάρτηση που ίσως παρατηρείται σε εφήβους της Αμερικής ή άλλων χωρών σε έρευνες που αναφέρθηκαν στο βιβλιογραφικό μέρος της έρευνας.

Υπάρχει ένδειξη ότι η πλειοψηφία των εφήβων είναι ενήμερη για τις αρνητικές επιδράσεις της καφεΐνης με το αλκοόλ και της μεγάλης πρόσληψης καφεΐνης και αυτό φαίνεται να επηρεάζει τις καταναλωτικές τους συνήθειες και αντιλήψεις για την καφεΐνη. Για αυτό και δεν καταναλώνουν προϊόντα με καφεΐνη αργά το βράδυ, ενώ ταυτόχρονα η πλειοψηφία δεν καπνίζει και δεν πίνει τόσο συχνά αλκοόλ. Από την άλλη, όμως όπως προκύπτει από το Ερώτημα 16μ υπάρχει έλλειψη γνώσης σχετικά με τα θετικά χαρακτηριστικά της καφεΐνης και τις θετικές επιδράσεις της. Η σωστή ενημέρωση μέσα στο πλαίσιο του σχολείου θα ήταν μια καλή ενέργεια από την πλευρά της διεύθυνσης των σχολείων αλλά θα πρέπει να γίνει συντονισμένα σε επίπεδο του Υπουργείου (Παιδείας). Για παράδειγμα, η διοργάνωση ημερίδας για τις θετικές αλλά και αρνητικές επιδράσεις της καφεΐνης, για τη σωστή ηλικία έναρξης κατανάλωσής της και σε συνδυασμό με την ενημέρωση για κάποιο άλλο ζήτημα όπως η χρήση ναρκωτικών ή η κατανάλωση αλκοόλ θα μπορούσε να ενταχθεί στο ετήσιο σχολικό πρόγραμμα εκπαίδευσης των νέων. Επιπλέον, η παρουσίαση αποτελεσμάτων ερευνών όπως αυτές που παρουσιάστηκαν στη βιβλιογραφική επισκόπηση (π.χ. των Arria et al., 2010) στο πλαίσιο ενημέρωσης των μαθητών (ίσως και των πρωτοετών φοιτητών στα πανεπιστήμια) θα ήταν χρήσιμη και θα αποτελούσε πιο πρακτική ενημέρωση πάνω στο θέμα με εμπειριστατωμένα τεκμήρια.

Η ενημέρωση για την κατανάλωση της καφεΐνης, τα οφέλη αλλά κυρίως τις συνέπειές της όταν αυτή καταναλώνεται από εφήβους είναι ένα θέμα που πρέπει να απασχολήσει και τους γονείς οι οποίοι σε μεγάλο βαθμό είναι υπεύθυνοι για τις διατροφικές συνήθειες των παιδιών τους, καλές και κακές. Η σωστή ενημέρωση των γονέων μπορεί να γίνει και πάλι μέσα από το πλαίσιο του σχολείου ή και την συνδρομή ΜΚΟ με σκοπό την προστασία της υγείας των παιδιών είτε μέσω σχετικών διαφημιστικών φυλλαδίων ή σποτ ή ακόμη και την ενθάρρυνση των παιδιών να συμμετέχουν σε δράσεις ενημερωτικές οδηγώντας τελικά και στην ενημέρωση των γονέων μέσα από την ενημέρωση των παιδιών.

Όσον αφορά το τσάι φαίνεται ότι υπάρχουν δύο μεγάλες κατηγορίες στο δείγμα. Από τη μια το 42% των συμμετεχόντων στην έρευνα δεν αγοράζει τσάι και από την άλλη το 63% καταναλώνει τσάι στο σπίτι. Σε συνδυασμό με τα αποτελέσματα του χάρτη τοποθέτησης καταλήγει κανείς στο συμπέρασμα ότι οι έφηβοι αναγνωρίζουν τα οφέλη της χρήσης τσαγιού για την υγεία και τον οργανισμό τους και πιθανώς σε περιπτώσεις αρρώστιας (π.χ. πονόλαιμου) να επιλέγουν την κατανάλωση τσαγιού έναντι άλλου ροφήματος αλλά κατά κύριο λόγο στο σπίτι τους. Φαίνεται μάλιστα ότι μια σημαντική μερίδα προτιμά προϊόντα φυσικά (π.χ. τσάι του βουνού).

Από την περιγραφική ανάλυση των ερωτηματολογίων προέκυψε ότι οι κύριοι λόγοι για τους οποίους οι έφηβοι καταναλώνουν προϊόντα με καφεΐνη είναι για να αποκτήσουν παραπάνω ενέργεια, να μείνουν ξύπνιοι πιο αργά και για να ξυπνήσουν. Ακόμη, οι περιπτώσεις για τις οποίες η πλειοψηφία θα κατανάλωνε καφεΐνη είναι σε περίπτωση που δεν έχει κοιμηθεί αρκετά και σε περιπτώσεις που έχουν διάβασμα για κάποιο τεστ ή διαγώνισμα ή έχουν να βγουν έξω με τους φίλους τους. Δηλαδή στις περιπτώσεις που ήδη αναφέρθηκαν από τα αίτια.

Τέλος, ιδιαίτερα ενθαρρυντικό και θετικό είναι το αποτέλεσμα της περιγραφικής στατιστικής ανάλυσης σχετικά με την κατανάλωση αναψυκτικών τύπου cola και ενεργειακών ποτών από εφήβους. Σχεδόν το 70% των εφήβων δεν αγοράζει και δεν καταναλώνει ενεργειακά ποτά. Όπως αναφέρθηκε στο θεωρητικό μέρος της εργασίας, η κατανάλωση ενεργειακών ποτών από εφήβους έχει κατά καιρούς συνδεθεί με πολύ αρνητικά περιστατικά και επιβλαβείς συνέπειες ειδικά όταν συνδυάζεται ταυτόχρονα με κατανάλωση ποσότητας αλκοόλ. Φαίνεται ότι οι έφηβοι του Λιτοχώρου και της Λεπτοκαρυάς, είτε λόγω ίδιας γνώσης (θεωρητικής ή εμπειρικής) είτε λόγω έλλειψης προτίμησης δεν επιλέγουν στην πλειονότητά τους την κατανάλωση ενεργειακών ποτών. Επιπρόσθετα, το 40% του δείγματος δεν προχωρά ούτε σε αγορές αναψυκτικών με καφεΐνη τα οποία δεν έχουν βέβαια τις ίδιες έντονες επιδράσεις στον ανθρώπινο οργανισμό αλλά σίγουρα σε συνδυασμό με το αλκοόλ μπορούν να έχουν ολέθριες συνέπειες για τους εφήβους.

Βιβλιογραφία

1. AASM (2001). *International Classification of Sleep Disorders, revised: Diagnostic and coding manual*. Chicago, Illinois: American Academy of Sleep Medicine.
2. ABA – American Beverage Association (2008). Industry Terms. Διαθέσιμο από: <https://www.ameribev.org/education-resources/beverage-dictionary/>.
3. Anderson L.B., Juliano M.L. (2012). Behavior, Sleep and Problematic Caffeine Consumption in a College – Aged Sample. *Journal of Caffeine Research*, 2 (1).
4. Andrews, KW, Schweitzer, A., Zhao, C., Holden JM., Roselnad, JM, Brandt, M., Dwyer, JT, Picciano, MF, Saldanha, LG, Fisher, KD, Yetley, E., Betz JM, Douglass, L. (2007). The caffeine contents of dietary supplements commonly purchased in the US: analysis of 53 products with caffeine – containing ingredients. *Analytical and Bioanalytical Chemistry*, 389: 231-239.
5. Arab, JB, Blumberg, L. (2008). Introduction to the proceedings of the fourth international scientific symposium on tea and human health. *Journal of Nutrition*, 138: 1526-1528.
6. Arolfo, M., Yao, L., Gordon, AS, Diamnod, I., Janak, PH. (2004). Ethanol operant self-administration in rats is regulated by adenosine A2 receptors. *Alcohol Clinical and Experimental Research*, 28 (9): 1308-1316.
7. Arria M.A., Kimberly, C.M., Kasperski, J.S., Vincent, B.K., Griffiths, R., O’Grady, E.K. (2010). Energy Drink Consumption and Increased Risk for Alcohol Dependence. *Alcoholism Clinical and Experimental Research*, 35 (2), 365-375.
8. Barone, J.J., Roberts, H.R. (1996). Caffeine consumption. *Food and Chemical Toxicology*, 34 (1), 119-129.
9. Brache, K. , Stockwell, T. (2011). Drinking patterns and risk behaviors associated with combined alcohol and energy drink consumption in college drinkers. *Addictive Behaviors*, 36 (12), 1133- 1140.
10. Blandini, F., Nappi, G., Tassorelli, C., Martignoni, E. (2000). Functional changes of the basal ganglia circuitry in Parkinson’s disease. *Experimental Neurobiology*, 62, 63-88.

11. Bonita, JS., Mandarano, M., Shuta, D., Vinson, J. (2007). Coffee and Cardiovascular disease: in vitro, cellular, animal and human studies. *Pharmacological Research*, 55, 187-198.
12. Charles, BG., Townsend, SR., Steer, PA, Flenady, VJ, Gray PH, Shearman, A. (2008). Caffeine citrate treatment for extremely premature infants with apnea: population pharmacokinetics, absolute bioavailability and implications for therapeutic drug monitoring. *Therapeutic Drug Monitoring*, 30, 709-716.
13. Clauson, KA., Shileds KM., McQueen, CE., Persad, N.(2008). Safety issues associated with commercially available energy drinks. *Journal of the American Pharmacists Association*, 48 (3), 5-63.
14. Cobb, O. C., Nasim A., Jentink, K., Blank, D.M. (2013). The Role of Caffeine in the Alcohol Consumption Behaviors of College Students. *Journal of Substance Abuse*, 36 (1): 90-98.
15. Cysneiros, RM, Farkas, D., Harmatz, JS, von Moltke, LL., Greenblatt, DJ. (2007). Pharmacokinetic and pharmacodynamic interactions between zolpidem and caffeine. *Clinical Pharmacology & Therapeutics*, 82, 54-62.
16. Doherty, M., Smith, PM. (2004). Effects of caffeine ingestion on exercise testing: a metaanalysis. *International Journal of Sport Nutrition and Exercise Metabolism*, 14, 626-646.
17. European Union (2002). Commission Directive 2002/67/EC 18 July 2002 on the labeling of foodstuffs containing quinine, and of foodstuffs containing caffeine.
18. Ferreira, SE, de Mello, MT., Pompeia, S., de Souza-Formigoni, ML. (2006). Effects of energy drink ingestion on alcohol intoxication. *Alcoholism: Clinical and Experimental Research*, 30 (4), 598-605.
19. Frary, CD, Johnson, RK., Wang, MQ. (2005). Food sources and intakes of caffeine in the diets of persons in the United States. *Journal of American Dietetic Association*, 105, 110-113.
20. Griffin, M. (2006). Coffee history. Coffee Research Institute. Διαθέσιμο από: <http://www.coffeeresearch.org/coffee/history.htm>.
21. Heck, CI, de Mejia, EG. (2007). Yerba mate tea (*Ilex paraguariensis*): a comprehensive review on chemistry, health implications, and technological considerations. *Journal of Food Science*, 72, 135-151.

22. Heckman, A.M., Weil, J., De Mejia, E.G. (2010a). Caffeine (1,3,7-trimethylxanthine) in Foods: A Comprehensive Review on Consumption, Functionality, Safety, and Regulatory Matters. *Journal of Food Science*, 75 (3), 77 – 87.
23. Heckman, MA., Sherry, K., Gonzalez de Mejia E. (2010b). Energy drinks: An assessment of their market size, consumer demographics, ingredient profile, functionality, and regulations in the United States. *Comprehensive Reviews in Food Science and Food Safety*, 9, 303-317.
24. Hering-Hanit, R., Gadoth, N. (2003). Caffeine-induced headache in children and adolescents. *Cephalalgia*, 23, 332-335.
25. Hindmarch, I., Rigney, U., Stanley, N., Quinlan, P., Rycroft, J., Lane, J. (2000). A naturalistic investigation of the effects of day-long consumption of tea, coffee and water on alertness, sleep onset and sleep quality. *Psychopharmacology*, 149 (3), 203-216.
26. Hino, JO, Wyatt, HR, Reed GW, Peters, JC. (2003). Obesity and the environment: where do we go from here? *Science*, 299, 853-855.
27. Kaplan, GB, Greenblatt, DJ, Ehrenberg, BL, Goddard, JE, Cotreau, MM, Harmatz, JS, Shader, RI (1997). Dose dependent pharmacokinetics and psychomotor effects of caffeine in humans. *Journal of Clinical Pharmacology*, 37, 693-703.
28. Kerzendorfer, C., O'Driscoll (2009). UVB and caffeine: inhibiting the DNA damage response to protect against the adverse effects of UVB. *Journal of Investigative Dermatology*, 129, 1611-1613.
29. Kristjansson, L. A., Sigfusdottir, I.D., Frost, S.S., James, J.E. (2013). Adolescent Caffeine Consumption and Self-Reported Violence and Conduct Disorder. *Journal of Youth and Adolescence*, 42 (7), 1053-1062.
30. Lieberman, H., Marriott, B., Judelson, D., Glickman, E., Geiselman, P., Giles, G., Mahoney, C. (2015). Intake of Caffeine from all sources including energy drinks and reasons for use in US college students. *The FASEB Journal*, 29 (1).
31. Lim, S., Zoellner, JM, Lee, JM, Burt, BA, Sandretto, AM, Sohn, W., Ismail, AI, Lepkowski, JM. (2009). Obesity and sugar-sweetened beverages in African – American children: a longitudinal study. *Obesity*, 17 (6), 1262-1268.

32. Lohsoonthorn, V. Khidir, H., Casillas, G., Lertmaharit, S., Tadesse, G.M., Pensuksan, C.W., Rattanupong, T., Gelaye, B. Williams, A.M. (2013). Sleep quality and sleep patterns in relation to consumption of energy drinks, caffeinated beverages and other stimulants among Thai college students. *Sleep and Breathing*, 17 (3), 1017-1028.
33. Lorist, M., Tops, MM. (2003). Caffeine, fatigue and cognition. *Brain Cognition*, 53, 82-94
34. McCusker, RR, Goldberger, BA, Cone, EJ (2003). Caffeine content of specialty coffees. *Journal of Analytical Toxicology*, 27, 520-522.
35. McLlvain, E.G., Huntington, WV., Noland, P.M., Bickel, R. (2013). Caffeine Consumption Patterns and Beliefs of College Freshmen. *American Journal of Health Education*, 42 (4): 235-244.
36. Norton, R.T., Lazev, B.A., Sullivn J.M. (2011). The “Buzz” on Caffeine: Patterns of Caffeine Use in a Convenience Sample of College Students. *Journal of Caffeine Research*, 1 (1).
37. Ogawa, H., Ueki, N. 92007). Clinical importance of caffeine dependence and abuse. *Psychiatry Clinical Neuroscience*, 61, 263-268.
38. Olsen, N.L. (2013). Caffeine Consumption Habits and Perceptions among University of New Hampshire Students. Honors Theses and Capstones, 103. Διαθέσιμο από: <https://scholars.unh.edu/honors/103>.
39. Reissig, CJ., Strain, EC, Griffiths, RR. (2009). Caffeinated energy drinks: a growing problem. *Drug alcohol Dependence*, 99, 1-10
40. Sharma, R., Engemann, SC., Sahota, P., Thakkar, MM. (2010). Effects of ethanol on extracellular levels of adenosine in the basal forebrain: An in vivo microdialysis study in freely behaving rats. *Alcohol Experimental Research*, 34 (5), 813-818.
41. Slager, G., Pengo, MF., Kosky, C, Steier, J. (2013). Obesity as an independent predictor of subjective excessive daytime sleepiness. *Respiratory Medicine*, 107: 305-309.
42. Smit, HJ, Rogers, PJ. (2002). Effects of energy drinks on mood and mental performance: critical methodology. *Food Quality Preferences*, 13, 317-326

43. Tran, J., Lertmaharit, S., Lohsoonthorn, V., Penuksan, W., Rattanupong, T., Tadesse, G.M., Gelaye, B., Williams, A.M. (2014). Daytime Sleepiness, Circadian Preference, Caffeine Consumption and Use of Other Stimulants among Thai College Students. *Journal of Public Health Epidemiology*, 8 (6): 202-210.
44. Velazquez, E.C., Poulos, S.N., Latimer, A.L., Pasch, E.K. (2012). Associations between energy drinks consumption and alcohol use behaviors among college students. *Drug and Alcohol Dependence*, 123 (1-3): 167-172
45. Warzak, J.W, Evans, S., Floress, T.M., Gross, C.A., Stoolman, S.MD (2011). Caffeine Consumption in Young Children. *The Journal of Pediatrics*, 158 (3): 508-509
46. Yang, A., Palmer A.A., de Wit, H. (2010). Genetics of caffeine consumption and responses to caffeine. *Psychopharmacology*, 21 (3): 245-257
47. Zampelas, A., Panagiotakos, DB, Pitsavos, C., Crysohoou, C., Stefanidis, C. (2004). Associations between coffee consumption and inflammatory markers in healthy persons: the ATTICA study. *The American Journal of Clinical Nutrition*, 80, 862-867.

Παράρτημα Α

Οι συνήθειες και οι αντιλήψεις κατανάλωσης καφεΐνης μεταξύ εφήβων ηλικίας 14-18 ετών

Για τη συμπλήρωση του ερωτηματολογίου απαιτούνται περίπου 5 λεπτά. Δεν απαιτείται συμπλήρωση ατομικών στοιχείων, καθώς η έρευνα είναι ανώνυμη. Παρακαλούμε να συμπληρώσετε όλες τις ερωτήσεις, ωστόσο αν υπάρχουν ερωτήσεις τις οποίες θα προτιμούσατε να παραλείψετε μην ολοκληρώσετε την έρευνα.

Οδηγίες συμπλήρωσης ερωτηματολογίου

- Πριν απαντήσετε στο ερωτηματολόγιο διαβάστε προσεκτικά τις ερωτήσεις – δηλώσεις.
- Για κάθε απάντηση κλειστού τύπου κυκλώστε τον αντίστοιχο αριθμό.
- Οι απαντήσεις είναι απόρρητες, ανώνυμες και προσωπικές, όπως τις βιώνει ο καθένας και ως εκ τούτου δεν υπάρχουν λάθος ή σωστές απαντήσεις.
- Παρακαλούμε να απαντήσετε σε όλες τις ερωτήσεις. Αν έχετε ερωτήσεις ή χρειάζεστε περαιτέρω διευκρινίσεις παρακαλούμε επικοινωνήστε με την υπεύθυνη για την έρευνα (Μυλωνέρου Νικολίνα – 6936504215)

Η βοήθειά σας είναι πολύτιμη.

1. Φύλο Α Θ
2. Ηλικία 14 15 16 17 18
3. Καπνίζεις έστω και περιστασιακά; Ναι Όχι
4. Καταναλώνεις αλκοόλ έστω και περιστασιακά; Ναι Όχι
5. Πιστεύεις ότι ακολουθείς υγιεινές διατροφικές συνήθειες; Ναι Όχι
6. Πόσο συχνά κάνεις κάποια φυσική δραστηριότητα; κάθε μέρα 2-3 φορές/εβδομάδα
 1 φορά/ εβδομάδα λιγότερο από 1 φορά/εβδομάδα καθόλου

Αν ναι ποια φυσική δραστηριότητα εξασκείς; είμαι μέλος οργανωμένου αθλητικού συλλόγου
(π.χ. ποδόσφαιρο) γυμναστήριο περπάτημα-τρέξιμο κολύμβηση Άλλο:

-
7. Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά; Ναι Όχι
 8. Από ποια ηλικία ξεκίνησες την κατανάλωση καφεΐνης; 14 15 16 17 18
Νωρίτερα
 9. Πόσα προϊόντα με καφεΐνη καταναλώνεις καθημερινά; 0 1 2-3 3-5 5-7
7+
 10. Ποια από τα παρακάτω προϊόντα με καφεΐνη καταναλώνεις (μπορείτε να επιλέξετε παραπάνω από ένα);

- Καφέ
- Τσάι με καφεΐνη (ζεστό ή κρύο)
- Energy drinks (τύπου Red Bull, Monster κλπ)
- Αναψυκτικά με καφεΐνη τύπου Cola
- Σοκολάτες υγείας ή γάλακτος
- Ασπιρίνες και άλλα αναλγητικά που περιέχουν καφεΐνη
- Άλλο: _____

11. Για ποιους λόγους καταναλώνεις καφεΐνη (μπορείτε να διαλέξετε παραπάνω από έναν);

- Για να ξυπνήσω
- Για να αποκτήσω παραπάνω ενέργεια
- Για να μείνω ξύπνιος/α μέχρι αργά
- Για να ελαφρύνω τις συνέπειες ενός hangover την επόμενη μέρα
- Για να ξεπεράσω έναν πονοκέφαλο
- Για να μειώσω την πείνα που νιώθω
- Για καλύτερες επιδόσεις σε αθλήματα
- Για να γίνω πιο παραγωγικός/ή
- Γιατί καταναλώνουν οι φίλοι μου
- Για άλλους λόγους: _____
- Δεν καταναλώνω καφεΐνη για συγκεκριμένους λόγους (π.χ. ομοιοπαθητική)

12. Σε ποια από τις παρακάτω περιπτώσεις θα καταλάωνες καφεΐνη σε οποιαδήποτε μορφή (μπορείς να επιλέξεις παραπάνω από μια απάντηση);

- εάν δεν έχω κοιμηθεί αρκετά
- εάν έχω διάβασμα για διαγώνισμα / εξετάσεις
- εάν έχω να διανύσω αποστάσεις (π.χ. σε λεωφορείο)
- εάν έχω καταναλώσει μεγάλη ποσότητα αλκοόλ
- Την επόμενη μέρα μετά από μεγάλη κατανάλωση αλκοόλ
- εάν έχω πονοκέφαλο
- πριν ή κατά τη διάρκεια της φυσικής δραστηριότητας
- εάν έχω έξοδο με φίλους
- πριν ή μετά το μάθημα
- Σε άλλη περίπτωση: _____

Δεν καταναλώνω καφεΐνη σε καμία περίπτωση

13. Κατά μέσο όρο πόσα χρήματα ξοδεύεις την ημέρα για προϊόντα με καφεΐνη;

Λιγότερο από €2 €2-5 €5-8 €8-10 Παραπάνω από €10

14. Όταν αγοράζεις προϊόντα με καφεΐνη (π.χ. καφέ, τσάι, αναψυκτικά, energy drinks), πόσο σημαντικό είναι για εσένα τα παρακάτω;

1= Καθόλου σημαντικός 2= Αρκετά ασήμαντος 3= Κάπως σημαντικός 4 = Πολύ σημαντικός 5= Καθοριστικά σημαντικός

	1	2	3	4	5
Ποσότητα καφεΐνης στο προϊόν	°	°	°	°	°
Φρεσκάδα του προϊόντος	°	°	°	°	°
Οφέλη για την υγεία	°	°	°	°	°
Γεύση	°	°	°	°	°
Δημοφιλές προϊόν μεταξύ των φίλων μου	°	°	°	°	°
Brand name	°	°	°	°	°
Διαθεσιμότητα προϊόντος στα καταστήματα	°	°	°	°	°
Τιμή	°	°	°	°	°
Συσκευασία	°	°	°	°	°
Η ώρα της ημέρας	°	°	°	°	°

15. Κατά την άποψή σας, πώς βαθμολογείτε τον καφέ, τα προϊόντα τσαγιού, τα ενεργειακά ποτά και τα αναψυκτικά τύπου cola που περιέχουν καφεΐνη σε σχέση με τα ακόλουθα χαρακτηριστικά; Απαντήστε την ερώτηση μόνο αν καταναλώνετε κάποιο προϊόν που περιέχει καφεΐνη.

1= Φτωχό / κακό 2 = Ικανοποιητικό 3 = Καλό 4 = Πολύ καλό 5 = Εξαιρετικό (κυκλώστε τον αριθμό)

	καφές	τσάι	Αναψυκτικά Cola	Ενεργειακά ποτά
Ποσότητα καφεΐνης	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Φρεσκάδα προϊόντος	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Οφέλη για την υγεία	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Γεύση	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Δημοφιλές μεταξύ των φίλων μου	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Brand name	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Διαθεσιμότητα προϊόντος στα καταστήματα	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Τιμή	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5
Συσκευασία	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5	1 2 3 4 5

16. Επιλέξτε κατά πόσο συμφωνείτε ή διαφωνείτε με τις παρακάτω δηλώσεις:

1= Διαφωνώ πολύ 2 = Διαφωνώ λίγο 3= Ούτε συμφωνώ ούτε διαφωνώ 4= Συμφωνώ λίγο 5 = Συμφωνώ πολύ

	1	2	3	4	5
--	---	---	---	---	---

Πάντα καταναλώνω τον ίδιο τύπο προϊόντος (με καφεΐνη)					
Η τιμή είναι ο πιο σημαντικός παράγοντας επιλογής ενός προϊόντος (με καφεΐνη)					
Θεωρώ ότι επιλέγω πιστά μια συγκεκριμένη εταιρία/ μάρκα (προϊόντων με καφεΐνη)					
Επιλέγω συνέχεια το ίδιο κατάστημα για να αγοράσω προϊόντα (με καφεΐνη)					
Οι προωθητικές ενέργειες και οι εκπτώσεις είναι σημαντικές για την επιλογή του προϊόντος (με καφεΐνη, π.χ. 1+1)					
Χρειάζομαι καφεΐνη για να λειτουργήσω μέσα στη διάρκεια της ημέρας					
Οι συνομήλικοί μου με επηρεάζουν στην επιλογή του προϊόντος (με καφεΐνη) που καταναλώνω					
Μπορεί να αλλάξω τη διαδρομή μου προκειμένου να περάσω από το κατάστημα από όπου επιθυμώ να αγοράσω προϊόν *με καφεΐνη)					
Τα μέσα ενημέρωσης και οι influencers (μέσω Instagram) επηρεάζουν την επιλογή του προϊόντος (με καφεΐνη) που επιλέγω					
Οι διαφημίσεις στην τηλεόραση με ωθούν να αγοράσω συγκεκριμένα προϊόντα					
Η μεγάλη κατανάλωση καφεΐνης είναι βλαβερή για την υγεία					
Τα οφέλη κατανάλωσης καφεΐνης είναι πολύ περισσότερα από τους κινδύνους.					
Συνήθως καταναλώνω προϊόντα με καφεΐνη αργά το βράδυ.					
Δε δίνω σημασία στην ποσότητα καφεΐνης των προϊόντων που καταναλώνω.					
Η ανάμιξη καφεΐνης με αλκοόλ είναι πολύ επικίνδυνη για την υγεία μου					
Αν χρειάζομαι καφεΐνη, αγοράζω ένα οποιοδήποτε προϊόν με καφεΐνη ανεξαρτήτου τιμής.					

17. Με ποιον τρόπο καταναλώνεις καφέ (μπορείς να επιλέξεις παραπάνω από έναν); Απάντησε την ερώτηση μόνο αν καταναλώνεις καφέ.

- Παίρνω από το σπίτι
- Πίνω στο σπίτι
- Αγοράζω από κατάστημα πακέτο στο χέρι (take away)
- Πίνω σε κατάστημα (καφετέρια κτλ)
- Άλλη περίπτωση: _____

18. Από πού προμηθεύεσαι έτοιμο καφέ στην περιοχή σας; Απάντησε την ερώτηση μόνο αν καταναλώνεις καφέ.

- Coffee Island
- Michel
- Starbucks (από το μάρκετ)
- Bruno
- Illy
- Coffee Mountain
- Φούρνο
- Ζαχαροπλαστείο
- Καφετέρια

- Από κατάστημα της γειτονιάς μου
- Άλλο: _____
- Δεν προμηθεύομαι από κατάστημα τον καφέ μου

19. Με ποιον τρόπο καταναλώνεις τσάι (μπορείς να επιλέξεις παραπάνω από έναν); Απάντησε την ερώτηση μόνο αν καταναλώνεις τσάι.

- Παίρνω από το σπίτι
- Πίνω στο σπίτι
- Αγοράζω από κατάστημα έτοιμο (take away)
- Πίνω σε κατάστημα
- Αγοράζω από το κατάστημα προπαρασκευασμένο (π.χ. φακελάκι, σκόνη) και προσθέτω νερό
- Άλλη περίπτωση: _____

20. Από πού αγοράζεις τσάι;

- Coffee Island
- Michel
- Bruno
- Illy
- Coffee Mountain
- Φούρνο
- Ζαχαροπλαστείο
- Καφετέρια
- Από κατάστημα της γειτονιάς μου
- Άλλο: _____
- Δεν αγοράζω τσάι

21. Από πού αγοράζετε energy drinks;

- Super market
- Περίπτερο
- Ψιλικατζίδικο
- Φούρνος
- Ζαχαροπλαστείο
- Τοπικό κατάστημα που πουλάει καφέ, τσάι και energy drinks
- Άλλο: _____
- Δεν αγοράζω energy drinks

22. Από πού αγοράζετε αναψυκτικά με καφεΐνη;

- Super market
- Περίπτερο
- Ψιλικατζίδικο
- Φούρνος
- Ζαχαροπλαστείο
- Τοπικό κατάστημα που πουλάει καφέ, τσάι, energy drinks και αναψυκτικά
- Άλλο: _____
- Δεν αγοράζω αναψυκτικά με καφεΐνη

Παράρτημα Β – Απόλυτες και Σχετικές Συχνότητες

Ερώτημα 3 Καπνίζεις έστω και περιστασιακά;		
Απαντήσεις	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Ναι	15	15,79%
Όχι	80	84,21%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 4 Καταναλώνεις αλκοόλ έστω και περιστασιακά;		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Ναι	46	48,42%
Όχι	49	51,58%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 5 Πιστεύεις ότι ακολουθείς υγιεινές διατροφικές συνήθειες;		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Ναι	59	62,11%
Όχι	36	37,89%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 6α Πόσο συχνά κάνεις κάποια φυσική δραστηριότητα;		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Κάθε μέρα	18	18,95%
2-3 φορές /βδομάδα	42	44,21%
1 φορά/ βδομάδα	14	14,74%
λιγότερο από 1 φορά/βδομάδα	9	9,47%
καθόλου	12	12,63%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 6β Αν ναι, ποια φυσική δραστηριότητα εξασκείς;		
--	--	--

	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Είμαι μέλος οργανωμένου αθλητικού συνλόγου	23	24,21%
Γυμναστήριο	16	16,84%
Περπάτημα - τρέξιμο	32	33,68%
Κολύμβηση	4	4,21%
Άλλο	5	5,26%
Καμία απάντηση	15	15,79%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 7 Καταναλώνεις καφεΐνη έστω και περιστασιακά;		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Ναι	86	90,53%
Όχι	9	9,47%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 8 Από ποια ηλικία ξεκίνησες την κατανάλωση καφεΐνης;		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
14	31	32,63%
15	27	28,42%
16	13	13,68%
17	0	0,00%
18	1	1,05%
Νωρίτερα	18	18,95%
Καμία απάντηση	5	5,26%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 9 Πόσα προϊόντα με καφεΐνη καταναλώνεις καθημερινά;		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
0	24	25,26%
1	25	26,32%
2-3	31	32,63%
4-5	11	11,58%
6-7	4	4,21%
7+	0	0,00%
Σύνολο	95	100%

Ερώτημα 13 Κατά μέσο όρο πόσα χρήματα ξοδεύεις την ημέρα σε προϊόντα με καφεΐνη;		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Λιγότερο από €2	40	42,11%
€2-5	34	35,79%
€5-8	12	12,63%
€8-10	7	7,37%
Παραπάνω από €10	2	2,11%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 14α Ποσότητα καφεΐνης		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Καθόλου σημαντικός	20	21,05%
Αρκετά ασήμαντος	13	13,68%
Κάπως σημαντικός	18	18,95%
Πολύ σημαντικός	21	22,11%
Καθοριστικά σημαντικός	23	24,21%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 14β Φρεσκάδα προϊόντος		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Καθόλου σημαντικός	3	3,16%
Αρκετά ασήμαντος	5	5,26%
Κάπως σημαντικός	17	17,89%
Πολύ σημαντικός	19	20,00%
Καθοριστικά σημαντικός	51	53,68%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 14γ Οφέλη για την υγεία		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Καθόλου σημαντικός	9	9,47%
Αρκετά ασήμαντος	9	9,47%
Κάπως σημαντικός	33	34,74%
Πολύ σημαντικός	13	13,68%
Καθοριστικά σημαντικός	31	32,63%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 14δ Γεύση		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Καθόλου σημαντικός	3	3,16%
Αρκετά ασήμαντος	3	3,16%
Κάπως σημαντικός	12	12,63%
Πολύ σημαντικός	16	16,84%
Καθοριστικά σημαντικός	61	64,21%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 14ε Δημοφιλές προϊόν μεταξύ των φίλων μου		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Καθόλου σημαντικός	21	22,11%
Αρκετά ασήμαντος	15	15,79%
Κάπως σημαντικός	25	26,32%
Πολύ σημαντικός	16	16,84%
Καθοριστικά σημαντικός	18	18,95%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 14στ Brand name		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Καθόλου σημαντικός	16	16,84%
Αρκετά ασήμαντος	10	10,53%
Κάπως σημαντικός	27	28,42%
Πολύ σημαντικός	20	21,05%
Καθοριστικά σημαντικός	22	23,16%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 14ζ Διαθεσιμότητα προϊόντος		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Καθόλου σημαντικός	14	14,74%
Αρκετά ασήμαντος	19	20,00%
Κάπως σημαντικός	29	30,53%
Πολύ σημαντικός	19	20,00%
Καθοριστικά σημαντικός	14	14,74%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 14η Τιμή		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Καθόλου σημαντικός	6	6,32%
Αρκετά ασήμαντος	14	14,74%
Κάπως σημαντικός	20	21,05%
Πολύ σημαντικός	29	30,53%
Καθοριστικά σημαντικός	26	27,37%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 14θ Συσκευασία		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Καθόλου σημαντικός	24	25,26%
Αρκετά ασήμαντος	23	24,21%
Κάπως σημαντικός	20	21,05%
Πολύ σημαντικός	18	18,95%
Καθοριστικά σημαντικός	10	10,53%
Σύνολο	95	100,00%

Ερώτημα 14ι Η ώρα της ημέρας		
	Απόλυτη συχνότητα	Σχετική συχνότητα
Καθόλου σημαντικός	20	21,05%
Αρκετά ασήμαντος	11	11,58%
Κάπως σημαντικός	25	26,32%
Πολύ σημαντικός	19	20,00%
Καθοριστικά σημαντικός	20	21,05%
Σύνολο	95	100,00%

Παράρτημα Γ Απαντήσεις Ερώτησης 15

Ποσότητα καφεΐνης								
	καφές		τσάι		αναψυκτικά		ενεργειακά ποτά	
	απόλυτη	σχετική	απόλυτη	σχετική	απόλυτη	σχετική	απόλυτη	σχετική
Φτωχό/κακό	3	3%	8	9%	9	10%	7	8%
Ικανοποιητικό	4	4%	15	16%	5	5%	1	1%
Καλό	13	14%	27	30%	19	21%	9	10%
Πολύ καλό	22	24%	11	12%	8	9%	12	13%
Εξαιρετικό	39	43%	6	7%	15	16%	14	15%
Καμία απάντηση	10	11%	24	26%	35	38%	48	53%
Σύνολο	91	100%	91	100%	91	100%	91	100%

Φρεσκάδα προϊόντος								
	καφές		τσάι		αναψυκτικά		ενεργειακά ποτά	
	απόλυτη	σχετική	απόλυτη	σχετική	απόλυτη	σχετική	απόλυτη	σχετική
Φτωχό/κακό	4	4%	3	3%	11	12%	11	12%
Ικανοποιητικό	4	4%	1	1%	6	7%	3	3%
Καλό	20	22%	8	9%	10	11%	10	11%
Πολύ καλό	17	19%	17	19%	8	9%	5	5%
Εξαιρετικό	35	38%	38	42%	22	24%	14	15%
Καμία απάντηση	11	12%	24	26%	34	37%	48	53%
Σύνολο	91	100%	91	100%	91	100%	91	100%

Οφέλη για την υγεία								
	καφές		τσάι		αναψυκτικά		ενεργειακά ποτά	
	απόλυτη	σχετική	απόλυτη	σχετική	απόλυτη	σχετική	απόλυτη	σχετική
Φτωχό/κακό	15	16%	3	3%	26	29%	22	24%
Ικανοποιητικό	17	19%	3	3%	13	14%	7	8%
Καλό	28	31%	3	3%	10	11%	8	9%
Πολύ καλό	7	8%	12	13%	2	2%	4	4%
Εξαιρετικό	12	13%	46	51%	6	7%	3	3%
Καμία απάντηση	12	13%	24	26%	34	37%	47	52%
Σύνολο	91	100%	91	100%	91	100%	91	100%

Γεύση								
	καφές		τσάι		αναψυκτικ ά		ενεργειακά ποτά	
	απόλυτ η	σχετικ ή	απόλυτ η	σχετικ ή	απόλυτη	σχετικ ή	απόλυτη	σχετικ ή
Φτωχό/κακό	3	3%	1	1%	4	4%	6	7%
Ικανοποιητικό	6	7%	3	3%	2	2%	4	4%
Καλό	6	7%	11	12%	8	9%	6	7%
Πολύ καλό	20	22%	18	20%	7	8%	4	4%
Εξαιρετικό	44	48%	34	37%	36	40%	23	25%
Καμία απάντηση	12	13%	24	26%	34	37%	48	53%
Σύνολο	91	100%	91	100%	91	100%	91	100%

Δημοφιλές μεταξύ των φίλων μου								
	καφές		τσάι		αναψυκτικ ά		ενεργειακά ποτά	
	απόλυτ η	σχετικ ή	απόλυτ η	σχετικ ή	απόλυτη	σχετικ ή	απόλυτη	σχετικ ή
Φτωχό/κακό	9	10%	17	19%	6	7%	8	9%
Ικανοποιητικό	12	13%	23	25%	7	8%	4	4%
Καλό	16	18%	20	22%	11	12%	9	10%
Πολύ καλό	11	12%	3	3%	9	10%	3	3%
Εξαιρετικό	31	34%	4	4%	24	26%	20	22%
Καμία απάντηση	12	13%	24	26%	34	37%	47	52%
Σύνολο	91	100%	91	100%	91	100%	91	100%

Brand name								
	καφές		τσάι		αναψυκτικ ά		ενεργειακά ποτά	
	απόλυτ η	σχετικ ή	απόλυτ η	σχετικ ή	απόλυτη	σχετικ ή	απόλυτη	σχετικ ή
Φτωχό/κακό	11	12%	15	16%	5	5%	6	7%
Ικανοποιητικό	9	10%	12	13%	4	4%	2	2%
Καλό	13	14%	19	21%	7	8%	9	10%
Πολύ καλό	19	21%	13	14%	11	12%	5	5%
Εξαιρετικό	27	30%	8	9%	30	33%	22	24%
Καμία απάντηση	12	13%	24	26%	34	37%	47	52%
Σύνολο	91	100%	91	100%	91	100%	91	100%

Διαθεσιμότητα προϊόντος στα καταστήματα								
	καφές		τσάι		αναψυκτικ ά		ενεργειακά ποτά	

	απόλυτ η	σχετικ ή	απόλυτ η	σχετικ ή	απόλυτη	σχετικ ή	απόλυτη	σχετικ ή
Φτωχό/κακό	10	11%	11	12%	5	5%	6	7%
Ικανοποιητικό	9	10%	13	14%	9	10%	9	10%
Καλό	24	26%	20	22%	12	13%	10	11%
Πολύ καλό	13	14%	12	13%	8	9%	6	7%
Εξαιρετικό	23	25%	10	11%	22	24%	12	13%
Καμία απάντηση	12	13%	25	27%	35	38%	48	53%
Σύνολο	91	100%	91	100%	91	100%	91	100%

Τιμή								
	καφές		τσάι		αναψυκτικ ά		ενεργειακά ποτά	
	απόλυτ η	σχετικ ή	απόλυτ η	σχετικ ή	απόλυτη	σχετικ ή	απόλυτη	σχετικ ή
Φτωχό/κακό	5	5%	2	2%	3	3%	5	5%
Ικανοποιητικό	16	18%	21	23%	19	21%	8	9%
Καλό	21	23%	17	19%	11	12%	18	20%
Πολύ καλό	20	22%	14	15%	10	11%	5	5%
Εξαιρετικό	18	20%	13	14%	14	15%	8	9%
Καμία απάντηση	11	12%	24	26%	34	37%	47	52%
Σύνολο	91	100%	91	100%	91	100%	91	100%

Συσκευασία								
	καφές		τσάι		αναψυκτικ ά		ενεργειακά ποτά	
	απόλυτ η	σχετικ ή	απόλυτ η	σχετικ ή	απόλυτη	σχετικ ή	απόλυτη	σχετικ ή
Φτωχό/κακό	17	19%	21	23%	14	15%	8	9%
Ικανοποιητικό	14	15%	13	14%	9	10%	5	5%
Καλό	18	20%	19	21%	15	16%	9	10%
Πολύ καλό	19	21%	9	10%	11	12%	9	10%
Εξαιρετικό	10	11%	5	5%	8	9%	12	13%
Καμία απάντηση	13	14%	24	26%	34	37%	48	53%
Σύνολο	91	100%	91	100%	91	100%	91	100%