

# Sladký život – životní styl generace Z?

SWEET LIFE – LIFESTYLE OF GENERATION Z?

Kamila Veselá, Lucie Severová – Česká zemědělská univerzita v Praze

Generace Z je společně označení pro skupinu lidí narozených zhruba od poloviny 90. let 20. století. Tato skupina osob je také označovaná jako internetová generace, generace 21. století. Tím, že tato generace žije prakticky od narození v digitální době, narozdíl od předchozích generací, tak i její životní styl, návyky a spotřeba vykazují určitá specifika. Výzkum týkající se specifík životního stylu generace Z prováděl v Maďarsku v roce 2014 TÖRÖCSIK ET AL. (1), v případě generace Y pak např. ORDUN (2). Zkoumání očekávání generace Z ohledně budoucích inovací v maloobchodním prostředí pak PRIPORAS (3). U generace Z je jednoznačně patrný odlišný přístup ve spotřebě, tato generace žije v době konzumní společnosti, což se projevuje i v jejich spotřebitelských návycích. Výzkumem měnících se charakteristik dětí a mladé generace z globálního hlediska se zabýval mj. SINGH (4). Z pohledu spotřeby cukru je u generace Z pozorována vyšší spotřeba oproti jiným, starším generacím. I když na jednu stranu jsou lidé vč. generace Z konfrontováni s názory týkající se škodlivosti zvýšené spotřeby cukru na lidské zdraví, přesto je u nich zájem o spotřebu sladkých komodit a cukru obecně vyšší. KIMBER (5) poukazuje, že i když některé studie prokazatelně ukazují, že vysoká spotřeba cukru je spojena s přírůstkem tělesné hmotnosti, neexistují žádné studie, ve kterých by byl srovnáván příjem energie ze slazených nápojů a přírůstek hmotnosti u subjektů s vysokou nebo naopak nízkou hladinou konzumace cukru. Rovněž chybí údaje k určení, zda forma cukru (přidaný cukr ve výrobku/nápoji, nebo jeho přímá konzumace) ovlivňuje jeho potenciál zvyšování hmotnosti. Obdobně RUXTON (6) poukazuje, že dle výsledků výzkumu vyšší příjem cukru souvisí se štíhlostí, nikoliv s obezitou a nemá u lidí žádné škodlivé účinky na příjem mikroživin. Řada výzkumů byla zaměřena na otázku vlivu spotřeby cukru na dentální zdraví, viz např. BURT (7). I přes tyto výzkumy spotřeba cukru a spotřeba potravin s přidaným cukrem je u generace Z stabilně vyšší oproti jiným generacím. Předvídáním spotřeby cukru se zabýval HAGGER (8). Dalším charakteristickým rysem současné doby, a tedy i součástí spotřebitelských návyků generace Z je spotřeba bioproduktů, v tomto směru je zaznamenáván růst poptávky po biocukru či bio potravinách, stejně jako roste poptávka po produktech označených fair-trade. Metodami a procesem výběru spotřebitele při nákupu základních potravin se zabývala STÁVKOVÁ (9). Výzkumem současné situace na trzích s bioprodukty v České republice a vybraných evropských zemích se zabývala např. ŽIVĚLOVÁ (10).

Hlavním cílem předloženého textu je zhodnocení postoje a preferencí ve spotřebě cukru a obecně v přístupu ke slazení u generace Z v Česku. Jedná se o mladou generaci, která reprezentuje současnou, ale i budoucí poptávku po cukru, neboť

její postoj k cukru bude do značné míry ovlivňovat postoje k cukru a slazení i dalších generací. Způsoby rozhodovacích procesů nákupů potravin českých domácností se zabývala MELICHAROVÁ (11), která poukázala právě na důležitost tradic a zvyků při realizaci nákupů.

Hlavního cíle je naplněno prostřednictvím splnění dílčích cílů. Prvním dílčím cílem bylo ověřit, zda se poptávka po cukru této generace Z odlišuje (vykazuje jiné charakteristiky a chování) od poptávky po cukru jiných věkových skupin. Druhým dílčím cílem bylo vyhodnotit preference ve spotřebě cukru této generace na základě vyhodnocení dotazníkového šetření a analyzovat, které faktory mají na tuto poptávku vliv.

## Metodika a zdroje dat

Teoretická východiska článku byla zpracována prostřednictvím analýzy a následné syntézy sekundárních zdrojů, základní použitou metodou bylo zkoumání zejména vědeckých článků a odborných publikací. Hlavní výzkum, jenž je předmětem tohoto článku, vychází z primárních dat získaných prostřednictvím rozsáhlého dotazníkového šetření. V prvé řadě je zhodnocen celý vzorek respondentů a jejich odpovědi analyzovány podle věku. Tím je zjištěno, zda se poptávka po cukru a slazení, reprezentovaná odpověďmi všech dotazovaných respondentů, liší u generace Z od jiných generací. Odpovědi jsou rovněž testovány pomocí testu relativních četností podle vzorce:

$$U = \frac{P - \pi_0}{\sqrt{\frac{\pi_0 \cdot (1 - \pi_0)}{n}}}$$

kde  $P$  je hodnota pravděpodobnosti;  $\pi_0$  je předpokládaná pravděpodobnost daný počtem variant výběru;  $n$  je velikost vzorku. Zjištěné hodnoty  $U$  jsou porovnány s kritickou hodnotou normálního normovaného rozdělení na hladině pravděpodobnosti 5 %. Výsledky testu relativních četností potvrdí, příp. vyvrátí, zda existuje statisticky významný rozdíl v odpovědích respondentů. V druhé fázi je realizováno zhodnocení odpovědí již pouze generace Z s cílem odhalit faktory, které mají na rozhodování respondentů této generace vliv.

Výzkum byl realizován v roce 2020 v měsících září až říjnu. Dotazníkového šetření se zúčastnilo celkem 952 respondentů, což představovalo 84 % návratnost po vyřazení prázdných či neúplně vyplněných dotazníků. Genderové složení respondentů bylo 421 (44,2 %) muži a 531 (55,8 %) ženy. Věková skladba respondentů byla rozdělena do skupin 0–20 let, 21–25 let, 26–30 let, 31–40 let, 41–50 let, 51–60 let a 61 a více let. Struktura

poptávky respondentů byla zkoumána podle jejich nejvyššího dosaženého vzdělání a výše příjmů.

V rámci deskriptivní statistiky byly využity absolutní a relativní četnosti a pro analýzu získaných dat byly použity kontingenční tabulky a  $\chi^2$  test. Kontingenční tabulka obsahuje pozorované četnosti z dotazníkového šetření jednotlivých kombinací znaků. Z rozdílů (reziduí) pozorovaných četností a četností získaných z předpokladu nulové hypotézy je spočítáno celkové normované reziduum. Je-li jeho hodnota menší než kritická hodnota rozdělení  $\chi^2$  na hladině významnosti 0,95 pro patřičný stupeň volnosti, nulovou hypotézu nelze na 95 % hladině významnosti zamítnout. V případě zamítnutí nulové hypotézy a prokázání závislosti je zjišťováno Cramerovo V pro ověření síly této závislosti.

### Výsledky a diskuse

Vztah respondentů k cukru, slazení a jejich preference ohledně obsahu cukru v potravinách byla zkoumána pomocí výzkumných otázek:

1. Sladíte kávu a čaj?
2. Co je pro Vás při nákupu cukru důležitější? Cena nebo druh cukru?
3. Kupujete sypký cukr (krystal, krupici, příp. moučkový cukr)?
4. Kupujete kostkový cukr?
5. Kupujete slazené nealkoholické nápoje (nápoje s přidaným cukrem)?
6. Preferujete sladká nebo suchá vína? Resp. preferujete spíše vína s vyšším, nebo nižším obsahem cukru?

Výzkum je rozdělen do tří fází. Cílem analýzy odpovědí na tyto otázky v první fázi bylo zjistit primárně přístup respondentů k cukru a dále jejich preference k potravinám s vyšším obsahem cukru (reprezentováno otázkou o preferenci slazených nápojů a preferenci sladkých či suchých vín) v návaznosti na věk respondentů a tím prokázat, zda existuje statisticky významný rozdíl v odpovědích v závislosti na věku respondentů. Pro tento účel byly stanoveny tyto nulové hypotézy:

*H01: Neexistuje závislost mezi slazením a věkem.*

Tab. I. Výsledky testování hypotéz H01–H06

Otázka	Hypotéza	Stupeň volnosti	$\chi^2$	Kritická hodnota	Cramerovo V	Výsledek
1	H01	5	10,19851	11,0705	0,11516	H01 potvrzena
2	H02	5	5,13728	11,0705		H02 potvrzena
3	H03	5	12,62622	11,0705		H03 zamítnuta
4	H04	5	4,89303	11,0705		H04 potvrzena
5	H05	5	25,36281	11,0705	0,19854	H05 zamítnuta
6	H06	5	20,16882	11,0705	0,13767	H05 zamítnuta

Pramen: vlastní zpracování

*H02: Neexistuje závislost mezi tím, zda je při nákupu cukru důležitější cena či druh cukru a věkem.*

*H03: Neexistuje závislost mezi nakupováním sypkého cukru a věkem.*

*H04: Neexistuje závislost mezi nakupováním kostkového cukru a věkem.*

*H05: Neexistuje závislost mezi nakupováním slazených nápojů a věkem.*

*H06: Neexistuje závislost mezi preferencí sladkých či suchých vín a věkem.*

Pro jednotlivé hypotézy byly počítány hodnoty  $\chi^2$  testu (tab. I.). Byla-li zjištěná hodnota menší než kritická hodnota rozdělení  $\chi^2$  na hladině významnosti 0,95 pro patřičný stupeň volnosti, nulovou hypotézu nelze na 95 % hladině významnosti zamítnout. V případě zamítnutí nulové hypotézy a prokázání závislosti bylo zjišťováno Cramerovo V pro ověření síly této závislosti.

Výsledky prokázaly, že existuje závislost mezi věkem a nakupováním sypkého cukru. Nutno ovšem poukázat, že síla této závislosti měřená Cramerovým V je ve všech případech poměrně nízká a nepřesahuje hodnotu 0,2. Byla prokázána vyšší míra nákupu, resp. spotřeby sypkého cukru u mladší generace (věkových kategorií 0–20 a 21–25 let). V procentuálním vyjádření spotřebitelé z těchto věkových kategorií kupují sypký cukr v 97,4 % a 86,9 % případů z celkového počtu respondentů těchto kategorií. U ostatních kategorií se jednalo o hodnoty v rozmezí 60–80 % respondentů. Významnější vztah se prokázal u nákupu nealkoholických nápojů s přidaným cukrem a věkem.

Tab. II. Výsledky testu relativních četností odpovědí generace Z

Otázka	Nulová hypotéza	Výsledek testu – U	Kritická hodnota normálního normovaného rozdělení	Výsledek
1	H01: neexistuje rozdíl v preferencích ve spotřebě cukru	3,53787	1,95996	H01 zamítnuta
2	H02: neexistuje rozdíl v upřednostňování ceny nebo druhu cukru při jeho nákupu	1,57628	1,95996	H02 potvrzena
3	H03: neexistuje rozdíl v preferencích ve spotřebě sypkého cukru	20,00126	1,95996	H03 zamítnuta
4	H04: neexistuje rozdíl v preferencích ve spotřebě kostkového cukru	17,82949	1,95996	H04 zamítnuta
5	H05: neexistuje rozdíl v preferencích slazených nealkoholických nápojů	8,30174	1,95996	H05 zamítnuta
6	H06: neexistuje rozdíl v preferencích obsahu cukru ve víně	6,43157	1,95996	H06 zamítnuta

Pramen: vlastní zpracování

Tab. III. Vyhodnocení otázky „Sladíte?“

Hypotéza	Testované kritérium	Stupeň volnosti	$\chi^2$	Kritická hodnota	Cramerovo V	Výsledek
H01	pohlaví	1	11,24985	3,84146	0,11749	H01 zamítnuta
H02	vzdělání	1	12,64662	3,84146	0,12457	H03 zamítnuta
H03	velikost bydliště	4	2,89411	9,48773	—	H05 potvrzena
H04	výše příjmu	4	6,04772	9,48773	—	H06 potvrzena

Pramen: vlastní zpracování

Tab. IV. Vyhodnocení otázky „Co je pro Vás při nákupu cukru důležitější? Cena nebo druh cukru?“

Hypotéza	Testované kritérium	Stupeň volnosti	$\chi^2$	Kritická hodnota	Cramerovo V	Výsledek
H01	pohlaví	1	11,60285	3,84146	0,11931	H0 zamítnuta
H02	vzdělání	1	3,58322	3,84146	—	H0 potvrzena
H03	velikost bydliště	4	7,89512	9,48773	—	H0 potvrzena
H04	výše příjmu	3	15,39053	7,81473	0,13767	H0 zamítnuta

Pramen: vlastní zpracování

Jednoznačně generace Z, tedy věkové kategorie 0–20 a 21–25 let nakupují více slazené nápoje než ostatní generace. Navíc lze vypočítat klesající tendenci spotřeby slazených nápojů s rostoucím věkem. Ověřená závislost je vyjádřena Cramerovým V, vyjadřující sílu závislosti v hodnotě 0,1985. Obdobně byla zjištěna závislost mezi věkem a nákupem vín s menším či větším obsahem cukru. Opět výzkum prokázal, že mladší generace v relativním vyjádření preferuje více vína s vyšším obsahem cukru. U starší generace tomu je naopak.

V další části výzkumu byly hodnoceny odpovědi primárně generace Z, tj. osob z věkové kategorie 0–25 let. Celkový počet těchto respondentů je 815, z toho 45,2 % tvoří muži a 54,8 % ženy.



Nejdříve bylo metodou testu relativních četností ověřováno, zda existují statisticky významné rozdíly v odpovědích na jednotlivé otázky. Jak uvádí tab. II., byly stanoveny nulové hypotézy o neexistenci statisticky významných rozdílů (a alternativní hypotézy potvrzující existenci těchto rozdílů). Kromě jednoho případu byla vždy potvrzena alternativní hypotéza (resp. zamítnuta nulová) o existenci rozdílu v odpovědích. Pouze se potvrdilo, že neexistuje statisticky významný rozdíl generace Z v tom, zda je pro ně při nákupu cukru důležitější cena, nebo druh cukru. Výzkum rovněž prokázal, že celkově roste poptávka po třtinovém cukru, avšak u této mladší generace více než u starší hraje roli cena. To však může být nyní způsobeno jejich nižšími příjmy a ve velké míře statutem studentů. Je tedy předpoklad, že s jejich rostoucím věkem i u nich bude více hrát roli preference druhu cukru než ceny.

V poslední fázi výzkumu byly analyzovány odpovědi respondentů generace Z a testována jejich závislost na kritériích: pohlaví, nejvyšší dosažené vzdělání, velikost bydliště a výše příjmu. Tab. III. zobrazuje detailní výsledky z analýzy odpovědí generace Z na otázku „Sladíte?“ Porovnání  $\chi^2$  hodnoty s kritickou hodnotou prokázalo, že existuje závislost mezi pohlavím a slazením mezi generací Z. Ve slazení dominují muži, 62,5 % mužů potvrdilo, že pravidelně sladí, u žen to bylo pouze 50,8 %. Síla závislosti měřená Cramerovým V je nicméně nízká. Rovněž byla prokázána závislost mezi slazením a nejvyšším dosaženým vzděláním. Výzkum prokázal, že více sladí osoby s nižším vzděláním, resp. že s rostoucím vzděláním klesá počet osob, které sladí. Síla závislosti měřená Cramerovým V je nicméně také nízká. Nebylo prokázáno, že by slazení bylo závislé na výši příjmu či velikosti bydliště respondentů.

Výsledky analýzy odpovědí generace Z na otázku, zda je pro ně při nákupu cukru důležitější cena cukru, nebo druh cukru, uvádí tab. IV. Výsledky mj. prokázaly, že roste zájem o nákup třtinového cukru, neboť na něj mnozí respondenti nahlíží jako na „ten zdravější“, avšak zároveň se prokazuje, že u mladší generace

Tab. V. Vyhodnocení otázky „Kupujete sypký cukr (krystal, krupici, moučkový cukr)?“

Hypotéza	Testované kritérium	Stupeň volnosti	$\chi^2$	Kritická hodnota	Cramerovo V	Výsledek
H01	pohlaví	1	8,65660	3,84146	0,10306	H0 zamítnuta
H02	vzdělání	1	2,13092	3,84146	—	H0 potvrzena
H03	velikost bydliště	4	3,10167	9,48773	—	H0 potvrzena
H04	výše příjmu	5	11,07051	12,90171	—	H0 potvrzena

Pramen: vlastní zpracování

Tab. VI. Vyhodnocení otázky „Kupujete kostkový cukr?“

Hypotéza	Testované kritérium	Stupeň volnosti	$\chi^2$	Kritická hodnota	Cramerovo V	Výsledek
H01	pohlaví	1	3,87117	3,84146	0,06892	H0 zamítnuta
H02	vzdělání	1	3,44429	3,84146	—	H0 potvrzena
H03	velikost bydliště	4	13,60690	9,48773	0,12921	H0 zamítnuta
H04	výše příjmu	3	3,36263	7,81473	—	H0 potvrzena

Pramen: vlastní zpracování

hraje větší roli při nákupu cena, než je tomu u generace starší. To zejména dokazuje prokázaná míra závislosti odpovědí na výši příjmu respondentů. V tomto ohledu relativní četnosti ukázaly, že s rostoucím příjmem přibývá osob upřednostňující druh cukru bez ohledu na jeho cenu. Rovněž se prokázal vliv pohlaví, 58,2 % mužů potvrdilo, že nakupují cukr podle jeho ceny, naopak 53,8 % žen se rozhoduje při nákupu podle druhu cukru.

Následující dvě otázky byly testovány zejména o ohledem na to, jak si u mladé generace stojí ve spotřebě kostkový cukr v porovnání se sypkým – krystalem, krupicí, příp. moučkovým cukrem (tab. V. a VI.). Obecně není překvapením, že spotřeba kostkového cukru je v porovnání se spotřebou sypkého cukru minoritní, což je logicky dáno šíří jeho využití. Z celkového počtu respondentů generace Z kupuje sypký cukr 85,1 % respondentů, kostkový cukr pouze 18,8 % respondentů. Výzkum dále prokázal závislost mezi pohlavím a nákupem sypkého cukru, nicméně závislost měřená Cramerovým V je velmi nízká.

V případě kostkového cukru je spotřeba u generace Z nižší než u starší generace. Zároveň se prokázala závislost mezi spotřebou kostkového cukru a pohlavím a velikostí bydliště. Relativní četnosti ukazují, že z generace Z nakupuje kostkový cukr více žen než mužů, přesto se však jedná pouze o nízký

podíl v porovnání s nákupem sypkého cukru a zároveň tato zjištěná závislost je velmi malá. Dále byla prokázaná závislost mezi nakupováním kostkového cukru a velikostí bydliště, i když tato závislost je také nízká. Vyšší relativní četnost nákupu kostkového cukru je u osob s bydlištěm o nízkém počtu obyvatel.

Výsledky testování otázky ohledně spotřeby nealkoholických nápojů s vyšším obsahem cukru zobrazuje tab. VII. V porovnání se staršími generacemi výzkum ukázal vyšší spotřebu slazených nápojů generací Z. Nebyla prokázaná závislost mezi spotřebou slazených nápojů a pohlavím či velikostí bydliště. Byla prokázaná závislost mezi vzděláním a nakupováním nápojů s přidaným cukrem, kdy s rostoucím vzděláním spotřeba těchto nápojů klesala. Dále platí, že s růstem velikosti bydliště klesá spotřeba doslazovaných nápojů. V obou případech však zjištěné závislosti vykazují poměrně slabou závislost měřenou Cramerovým V.

Vliv spotřeby nápojů s přidaným cukrem na BMI mladé generace prováděl např. LUDWIG (12), který prokázal výskyt obezity u mladé generace závislé na jejich spotřebě nápojů s přidaným cukrem. Obdobný výzkum prováděl ve Spojených státech amerických ROSINGER (13), který ve svém výzkumu dospěl k závěru, že nápoje s přidaným cukrem přispívají k obezitě mladé generace v USA.

Tab. VII. Vyhodnocení otázky „Kupujete slazené nealkoholické nápoje (nápoje s přidaným cukrem)?“

Hypotéza	Testované kritérium	Stupeň volnosti	$\chi^2$	Kritická hodnota	Cramerovo V	Výsledek
H01	pohlaví	1	1,27331	3,84146	—	H0 potvrzena
H02	vzdělání	1	12,59730	3,84146	0,18561	H0 zamítnuta
H03	velikost bydliště	4	5,64211	9,48773	—	H0 potvrzena
H04	výše příjmu	3	9,55626	7,81473	0,11598	H0 zamítnuta

Pramen: vlastní zpracování

Tab. VIII. Vyhodnocení otázky „Preferujete sladká nebo suchá vína“

Hypotéza	Testované kritérium	Stupeň volnosti	$\chi^2$	Kritická hodnota	Cramerovo V	Výsledek
H01	pohlaví	2	21,97902	5,99146	0,14474	H0 zamítnuta
H02	vzdělání	2	7,31209	5,99146	0,08944	H0 zamítnuta
H03	velikost bydliště	8	15,77591	12,59160	0,13137	H0 zamítnuta
H04	výše příjmu	8	5,37917	15,5073	—	H0 potvrzena

Pramen: vlastní zpracování

Tab. VIII. uvádí souhrnné výsledky výzkumu, zda generace Z preferuje spíše vína s vyšším obsahem cukru, nebo s nižším obsahem cukru. Dle výsledků, generace věku 0–25 let preferuje spíše vína s vyšším obsahem cukru, navíc se potvrdila závislost mezi nakupováním vín podle obsahu cukru ve vínech a pohlavím, vzděláním a velikostí bydliště. Všechny zjištěné závislosti jsou však poměrně nízké.

Relativní četnosti prokázaly, že vína s vyšším obsahem cukru nakupují více muži než ženy. Dále výzkum prokázal, že s rostoucím vzděláním se preference spotřebitelů přesouvají spíše ve prospěch vín s nižším obsahem cukru. Rovněž lze konstatovat, že vína s vyšším obsahem cukru jsou preferována spíše u osob s bydlištěm o menším počtu obyvatel.

### Závěr

Přístup generace Z k cukru lze hodnotit jako kladný, v mnoha směrech je jejich spotřeba cukru vyšší než spotřeba cukru jiných věkových kategorií. Předložený výzkum poukázal na specifika spotřebitelských preferencí generace Z, generace ve věku 0–25 let. Z testování všech respondentů bez ohledu na věk se prokázalo, že existuje závislost mezi věkem a nakupováním sypkého cukru, nápojů s přidaným cukrem a nákupem vín dle obsahu cukru. V tomto směru byly prokázány odlišnosti v odpovědích mezi generací Z a ostatními věkovými kategoriemi. Při hodnocení odpovědí výhradně generace Z lze zdůraznit zejména následující závěry: sladí více mužů než žen; sladí více

lidé s nižším než vysokoškolským vzděláním; muži se při nákupu cukru rozhodují spíše podle ceny cukru, ženy více zohledňují preferovaný druh cukru; v nákupu dominuje sypký cukr nad kostkovým, více nakupují kostkový cukr osoby z bydliště s nižším počtem obyvatel a více ženy; jednoznačně také generace Z prokázala pozitivní vztah k doslazovaným nealkoholickým nápojům a vínům s vyšším obsahem cukru.

*Tato studie byla podpořena Interní grantovou agenturou Provozně ekonomickou fakultou České zemědělské univerzity v Praze (projekt č. 2020B0002 – Dopady klimatických změn na ekonomickou výkonnost českého vinařství a vinobradnictví).*

### Souhrn

Generace Z je společné označení pro skupinu lidí narozených zhruba od poloviny 90. let 20. století. Tato skupina osob je také označovaná jako internetová generace, generace 21. století. Tím, že tato generace žije prakticky od narození v digitální době, na rozdíl od předchozích generací, tak i její životní styl, návyky a spotřeba vykazují určitá specifika. Tento článek prezentuje výsledky výzkumu realizovaného pomocí dotazníkového šetření mezi osobami ve věku do 25 let. Výzkum prokázal, že generace Z má pozitivní vztah k cukru, v porovnání se staršími generacemi je u nich i relativně vyšší spotřeba slazených nápojů a vín s vyšším obsahem cukru.

**Klíčová slova:** cukr; druh cukru; preference; spotřeba; slazení.

### Literatura

- TÖRÖCSIK, M.; KEHL, D.; SZÜCS, K.: How Generation Think: Research on Generation Z. *Acta Universitatis Sapientiae, Communicatio*, 23, 2014 (1), s. 23–45.
- ORDUN, G.: Millennial (Gen Y) Consumer Behavior, Their Shopping Preferences and Perceptual Maps Associated With Brand Loyalty. *Canadian Social Sci.*, 11, 2015 (4), s. 40–55, DOI: 10.3968/6697.
- PRIPORAS, C.-V.; STYLOS, N.; FOTIADIS, A. K.: Generation Z consumers' expectations of interactions in smart retailing: A future agenda. *Computers in Human Behavior.*, 77, 2016, s. 374–381, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.01.058>.
- SINGH, A.: Challenges and Issues of Generation Z. *J. of Business and Manag.*, 16, 2014 (7), s. 59–63, DOI: 10.9790/487X-16715963.
- KIMBER, L., S.: Sugar consumption, metabolic disease and obesity: The state of the controversy. *Critical Reviews in Clinical Laboratory Sciences* 53, 2015 (1), s. 52–67, DOI: <https://doi.org/10.3109/10408363.2015.1084990>.
- RUNTON, CH.; GARCEAU, F.; COTTRELL, R.: Review Guidelines for sugar consumption in Europe: Is a quantitative approach justified? *European J. Clinical Nutrition*, 53, 1999, s 503–513, DOI: <https://doi.org/10.1038/sj.ejcn.1600831>.



7. BURT, B.: Sugar Consumption and Caries Risk: A Systematic Review. *Journal of Dental Education*, 65, 2001 (10), s. 1017–1023, DOI: <https://doi.org/10.1002/j.0022-0337.2001.65.10.tb03444.x>.
8. HAGGER, M. S. ET AL.: Predicting sugar consumption: Application of an integrated dual-process, dual-phase model. *Appetite*, 116, 2017 (1), s. 147–156, DOI: <https://doi.org/10.1016/j.appet.2017.04.032>.
9. STÁVKOVÁ, J.; TURČÍNKOVÁ, J.: Consumer choice process when purchasing the staple food. *Agric. Econ. – Czech*, 51, 2005, s. 389–394. DOI: <https://doi.org/10.17221/5125-AGRICECON>.
10. ŽIVĚLOVÁ, I.; JÁNSKÝ, J.; KOUDELKOVÁ, T.: The analysis of contemporary markets with selected organic products in the Czech Republic and in selected foreign countries. *Agric. Econ. – Czech*, 50, 2004, s. 417–422, DOI: <https://doi.org/10.17221/5227-AGRICECON>.
11. MELICHAROVÁ, A.: Decision-making process of households on food consumption. *Agric. Econ. – Czech*, 52, 2006, s. 328–334, DOI: <https://doi.org/10.17221/5030-AGRICECON>.
12. LUDWIG, D., S.; PETERSON, K., E.; GORTMAKER, S., L.: Relation between consumption of sugar-sweetened drinks and childhood obesity: a prospective, observational analysis. *Lancet*, 357, 2001 (9255), s. 505–508, DOI: [https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(00\)04041-1](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(00)04041-1).
13. ROSINGER, A. ET AL.: Sugar-sweetened Beverage Consumption Among U.S. Youth, 2011–2014. *NCHS Data Brief*, 2017 (271), s. 1–8.

### Veselá K., Severová L.: Sweet Life – Lifestyle of Generation Z?

Generation Z is a common name for a group of people born from the mid-1990s onward. This group of people is also called the Internet Generation or the generation of the 21<sup>st</sup> century. Unlike previous generations, members of this generation have spent practically their whole lives in the digital age, giving their lifestyle, habits and consumption specific characteristics. This article presents the results of research among people under the age of 25 years. Research has shown that Generation Z has a positive attitude to sugar and a relatively higher consumption of beverages with added sugar and wines with a higher sugar content compared to older generations.

**Key words:** sugar; sugar type; preference; consumption; sweetening.

---

### Kontaktní adresa – Contact address:

Ing. Kamila Veselá, Ph. D., Česká zemědělská univerzita, Provozně ekonomická fakulta, Katedra ekonomických teorií, Kamýcká 129, 165 21 Praha 6–Suchbát, Česká republika, e-mail: [veselakamila@pef.czu.cz](mailto:veselakamila@pef.czu.cz)