

# Jak ovlivní pandemie covidu-19 elektronizaci života lidí?



## JIŘÍ HORECKÝ

prezident Unie zaměstnavatelských svazů ČR



## MARTIN PROKOP

Senior Marketing Manager Lego Trading



## JAN VETYŠKA

výkonný ředitel Asociace pro elektronickou komerci



## MIROSLAV HŘEBECKÝ

programový ředitel EDUin



## KAREL KLATOVSKÝ

manažer vzdělávacích programů Microsoft

Pandemie SARS-CoV-2 nahradila hlavně sociální kontakt lidí elektronickou formou. Většina lidí si rychle osvojila aplikace jako Zoom, Teams, Webex, Meetings, o kterých mnozí předtím ani nevěděli, že existují. Naučili se základní pravidla této komunikace, její přínosy, ale i omezení a limity a využívají je pro konference, vzdělávání, jednání, schůzky, projektová setkání apod. Až pandemie odezní, budou tyto elektronické komunikační nástroje používány i nadále. Samozřejmě ne ve stejném rozsahu a intenzitě, protože lidé chtějí a potřebují sociální kontakt. Navíc pro některé formy není digitální komunikace úplně vhodná, což máme možnost vidět např. u výuky dětí. Obecně je asi jediným pozitivním přínosem pandemie právě zrychlení digitalizace.

Společnost Lego promítá současné digitální trendy do svého portfolia. Reaguje tak na neustále se proměňující potřeby a nároky zákazníků. Současná pandemická situace tento trend posiluje. Každým rokem přinášíme nové herní koncepty, které kombinují svět fyzické hry a digitálního prostředí. V minulém roce jsme obrátili pozornost i k dospělým stavitelům. Globální průzkum Lego Play Well Study odhalil, že bezmála tři čtvrtiny dospělých hledají nové způsoby odpočinku. Stavění přitom dospělí přisuzují vedle zmírňování stresu také rozvoj důležitých dovedností, jako je kreativita či řešení problémů. Právě v situaci, kdy vše probíhá v online prostředí, se navíc ukázalo, že potřeba odpočinku i mimo digitální svět je stále více žádaná.

V rámci asociace sledujeme především online podnikání. Prodej zboží a služeb po internetu zažil v souvislosti s pandemií dynamický rozvoj, a to především v několika oblastech. Spotřebitelé zvýšili frekvenci a objem nákupů v kategoriích, jejichž e-prodej se dosud teprve rozvíjel. Především šlo o prodej zboží denní spotřeby, zejména potravin, drogistického zboží či léků. Významně se rovněž mění způsoby úhrad směrem k bezhotovostním a odběru zboží, pro který zákazníci častěji volí bezkontaktní výdej v automatických boxech. Z pohledu podnikatelského je pandemie dalším impulzem pro tradiční obchodníky ke vstupu do online prostředí a k digitalizaci obchodního modelu.

Na jedné straně jsme udělali tygří skok kupředu v digitalizaci škol, doplnění vybavení i IT gramotnosti učitelů a žáků. Zbývá dokázat transformovat dovednosti z distanční výuky do nějaké hybridní. Tedy tam, kde je to efektivní, kombinovat prezenční výuku s individuální, včetně zapojení IT techniky. Odvrácenou stranou pandemie je velký nárůst nerovnosti ve vzdělávání vlivem rodinného zázemí, odlišné kvality distanční výuky a částečně i dostupnosti technologií. Socializační role školy měla být prezenční výukou co nejdříve obnovena. Po návratu musejí školy citlivě reagovat na individuální rozdíly mezi žáky a ty s mezerami a nedostatky neodradit, ale citlivě se je snažit podchytnout a podat jim pomocnou ruku.

Myslím si, že dopad pandemie na elektronizaci společnosti je vidět už nyní. Firmy poznaly výhody (i nevýhody) práce z domova. Mnozí podnikatelé, kteří doposud neměli zprovozněné e-shopy, je pravděpodobně zprovoznili (otázkou je, zda to nebylo s ohledem na konkurenci pozdě). Vliv na obyvatelstvo je samozřejmě obrovský. Mnohým z nás se život otočil o 180 stupňů a hodně lidí si určitě srovnalo priority. Velkou proměnu vidíme rovněž ve školství. Jsme rádi, že jsme tomu mohli svým dílem pomoci i my, a doufáme, že také školy si z aktuálního dennodenního využívání IT při výuce odnesou to pozitivní a zakomponují nové metody a nástroje do běžné prezenční výuky tak, aby byla efektivnější a aby učitelé nemuseli dělat zbytečnou práci, kterou za ně mohou odvést technologie.