

תקציר הספר

שירות נגיש לאנשים עם מוגבלות תפיסה, הטמעה והדרכה בארגונים

גילה גרטל ולירון נתן



בהוצאת: נציבות שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות
מדינת ישראל, משרד המשפטים, תשע"א, 2011

הקדמה

בישראל כמיליון וחצי אנשים עם מוגבלות. אנשים עם מוגבלות מהווים כ-20% מאוכלוסיית הלקוחות הקיימים והפוטנציאליים של ארגוני שירות. כדי לספק שירות איכותי ללקוחות עם מוגבלות, על השירות להיות נגיש. שירות נגיש הינו שירות הממוקד ביצירת מענה איכותי לצרכיהם של אנשים מוגבלות. חוברת זו מציגה מהו שירות נגיש על מרכיביו השונים, ותפיסה ארגונית מערכתית להפיכת הארגון לנגיש ללקוחותיו.

הנגשת שירות כתפיסה וכתהליך ארגוני

התאמה של הארגון על מנת לספק שירות נגיש ואיכותי לאנשים עם מוגבלות מצריכה התמודדות במישורים שונים: פיזיים, נוהליים והתנהגותיים. בדרך אל ההנגשה נדרש הארגון לטפל בעמדות של עובדים ובתפיסות ארגוניות, אשר מקשות על היכולת לערוך התאמות איכותיות. חלק זה עוסק בתהליכים הארגוניים המרכזיים המשפיעים על יכולתו של הארגון להנגיש את השירות שהוא מספק לאנשים עם מוגבלות ומציע מתודולוגיה לשינוי תהליכים אלה.

שירות נגיש בתפיסה ארגונית

מהו שירות ומהו שירות נגיש

שירות הוא תהליך של מתן מענה לצורכי לקוח. השירות ניתן ברמה הקונקרטית – מעשית, לדוגמה פתיחת חשבון בנק, וברמה החווייתית – הרגשית, כלומר עד כמה הלקוח חש כי ניתן מענה מדויק לצרכיו. שירות איכותי מתמקד בצמצום הפער בין צרכי הלקוח ורצונותיו לבין מה שנותן השירות מסוגל לספק, כך שינתן מענה הולם הן ברמה הקונקרטית והן ברמה החווייתית. שירות נגיש לאנשים עם מוגבלות הוא שירות הנותן מענה לצרכים של אנשים עם מוגבלות, כך שיוכלו לצרוך את השירות באופן דומה לאנשים בלי מוגבלות. הנגשת שירות היא תהליך של צמצום הפער בין צרכיהם של לקוחות עם טווח רחב של יכולות לבין מה שנותן השירות מספק.

שירות ותרבות ארגונית

יכולתו של ארגון השירות לספק שירות איכותי, נובעת מהתרבות הארגונית השוררת בארגון. תרבות ארגונית מורכבת מרמות שונות - התנהגות וסממנים גלויים כגון לבוש, שפה, וריהוט; עמדות ואמונות כגון ערכים של איכות הסביבה והאמונה כי הלקוח תמיד צודק; והנחות בסיסיות.

הנחות בסיסיות הינן החלק העמוק, הבלתי מודע והסמוי בתרבות הארגונית. להנחות הבסיסיות השפעה על עמדות חברי הארגון ועל התנהגותם כמו גם על ההיבטים הגלויים בתרבות הארגונית. הן משפיעות על היחסים והתהליכים בתוך הארגון ועל היחסים עם הלקוחות. בפרט, היכולת של ארגון לספק שירות נגיש מושפעת מהנחות בסיסיות של התרבות הארגונית. ארגון שבסיס התרבות הארגונית שלו מצויות

הנחות התומכות בשירות נגיש יצליח להטמיע שירות נגיש ביתר קלות ויצליח לשמרו טוב יותר מארגון שבבסיס התרבות הארגונית שלו מצויות הנחות שאינן תומכות בשירות נגיש.

הנחות בסיסיות שאינן תומכות בשירות נגיש

קיימות שתי הנחות בסיסיות של תרבות ארגונית הרווחות במרבית ארגוני השירות אשר אינן תומכות במתן שירות נגיש. הנחה אחת היא "הנחת האדם הממוצע" והשנייה "הנחת הקטגוריות". הנחת האדם הממוצע גורסת כי לאנשים תכונות, יכולות ומאפיינים ממוצעים. למשל, מצב כספי ממוצע, יכולת ראייה ממוצעת, גובה ממוצע. על-כן המערך השירותי כולו מותאם לאדם הממוצע. כך, משך שיחת שירות ממוצעת מותאם למענה ללקוחות בעלי יכולת קליטה ממוצעת, שמיעה ממוצעת, יכולת קבלת החלטות ממוצעת וכד'. דלפקי השירות מותאמים לגובה לקוח ממוצע וגודל האותיות במסמכים המיועדים ללקוחות מתאים ליכולת ראייה ממוצעת וכד'. כאשר מגיע לקוח החורג מהממוצע, כדוגמת לקוח בעל יכולת שמיעה הנמוכה משמעותית מהממוצע, הוא מפר את ההנחה הבסיסית של האדם הממוצע. הפרה זו גורמת לנותן השירות לתחושת אי נוחות ואף לחרדה הפוגעות באיכות האינטראקציה השירותית ומביאות לירידה בשביעות רצון הלקוחות עם המוגבלות. זאת ועוד, סביבת השירות הפיזית עצמה אינה ערוכה למתן שירות לאנשים עם מוגבלות, שכן היא מתוכננת לאנשים ממוצעים וכך לדוגמא המעברים בה מיועדים לאנשים הולכים ולא למתנייעים על כסאות גלגלים.

ההנחה השנייה - הנחת הקטגוריות נובעת מהנטייה האנושית לחלק את העולם לקטגוריות, כגון טוב-רע, בריא-חולה, מצליח-נכשל. חלוקה זו לקטגוריות מחלחלת גם לתהליכים ארגוניים. כך, יש נטייה להפריד בין תהליכי פיתוח לתהליכי מכירה ולתהליכי שיווק. לקוח יבחין בכך כאשר הוא עובר מקטגוריית לקוח פוטנציאלי ואז מופעלים עליו מנגנוני מכירה ושיווק, אל קטגוריית לקוח קיים אז מופעלים עליו מנגנוני שירות ושימור לקוחות. הנחה בסיסית זו, מביאה לכך שלקוחות עם מוגבלות עשויים להיתפס כלקוחות בעלי מאפיינים וצרכים שונים מלקוחות שאינם עם מוגבלות. כך, הם יקבלו שירות בעמדה נפרדת, לבניין תהייה כניסה צדדית לנכים וכד'.

הנחות בסיסיות התומכות בשירות נגיש

כדי שהתרבות הארגונית תתמוך בהנגשת השירות יש להחליף את הנחת האדם הממוצע והנחת הקטגוריות בהנחות בסיסיות התומכות בשירות נגיש – הנחת "האדם כשלם" והנחת "הרצף". הנחת האדם כשלם גורסת כי לכל אדם יש את מכלול היכולות והעוצמות לממש עצמו כאדם. תפקידה של החברה הוא לסייע לחבריה להגיע למימוש זה כבני אדם, באמצעות מתן מענה לצרכיהם המגוונים. מכיוון שאין אדם דומה לרעהו, הרי שלא ניתן לדבר על אדם ממוצע, אלא יש לראות כל אדם כעולם ומלואו ולספק לו את אשר הוא צריך כדי להתנהל במרחב הפיזי והאנושי באופן יעיל ומכובד. בהיבט של שירות נגיש לאנשים עם מוגבלות הרי שהנחה בסיסית של האדם כשלם מדגישה את השונות אצל אנשים וכך מכוונת את נותני השירות בארגון להיות ערים לשונות ולהיות גמישים במתן מענה לצרכים השונים, העשויים להתעורר בעקבות מוגבלות.

הנחת הרצף מציעה התייחסות לסביבה השירותית כנעה על-פני רצפים ולא כמחולקת לקטגוריות. שירות כרצף הוא שירות שאינו מניח הנחות ביחס לרצונות הלקוח וצרכיו, אלא מאפשר התאמה מדויקת לרצון ולצורך בעת מתן השירות. שירות כרצף מתווה שני עקרונות:

1. האחריות לייצר את רצף האמצעים ולהציע אותם ללקוח חלה על נותן השירות.
 2. האחריות לבחירת המיקום המתאים על הרצף חלה על הלקוח.
- בניית מרכיבי השירות השונים ברצפים מאפשרת עריכת התאמות מדויקות לצרכי הלקוחות. התאמות אלו מספקות מענה לצרכיהם הייחודיים של כלל הלקוחות, בהם לקוחות עם מוגבלות. באופן זה הופך השירות לנגיש במיוחד, כיוון שהוא עונה על שני היבטים של הנגשה וסביבה מכילה - גמישות בשימוש ושימוש שוויוני. הדבר אף חוסך את הצורך בהזדהות ובהצגת המגבלה על-מנת לצרוך את השירות, שכן הלקוח יכול לווסת בעצמו את המענה בהתאם לצרכיו.

תהליך הטמעת שירות נגיש בארגונים

תהליך ההנגשה של ארגון השירות נוגע כמעט בכל תחומי הפעילות של הארגון. שירות נגיש מיישם שני עקרונות:

1. עקרון הרציפות – הבטחת משך רציף של פעולות בזו אחר זו, כפי שלקוח ללא מוגבלות עושה כשהוא צורך את השירות.
2. עקרון ההכלה – מתן שירות לאנשים עם מוגבלות באותה סביבה בה ניתן השירות לכלל הציבור ולא בנפרד ממנו.

תהליך הנגשת הארגון משלב פעילות בארבעה מישורים: הנגשה של הסביבה הפיזית, הנגשה של הנהלים והתהליכים הארגוניים, הנגשה טכנולוגית, והנגשת האינטראקציה השירותית תוך שינוי עמדות.

תהליך ההנגשה מורכב משמונה שלבים עיקריים:

1. מינוי מוביל נגישות ארגוני.
2. גיבוש אסטרטגיה ארגונית להנגשה.
3. הכרזה על מיזם ההנגשה בארגון.
4. הקמת וועדת היגוי ארגונית להנגשה, הכוללת נציגים מכל היחידות הרלוונטיות.
5. בניית תכנית ארגונית להנגשה, הכוללת מיפוי פערי נגישות, הגדרת תחומי ההנגשה, הגדרת אחראים, קביעת לוחות זמנים ותקצוב פעילויות ההנגשה.
6. יישום והטמעה של תכניות ההנגשה בשלוש רמות: פיזית, נוהלית, והתנהגותית.
7. יידוע ציבור הלקוחות.
8. שימור ותחזוקה של הנגישות לאורך זמן.

הדרכת נגישות בארגוני שירות

הדרכה של נגישות השירות בארגונים מחויבת על-פי החוק. מטרת ההדרכה הינה להעביר לאנשי הארגון את המידע, הכלים והמיומנויות הנדרשים לשם מתן שירות נגיש לאנשים עם מוגבלות. אולם כדי לעשות בהם שימוש מועיל, על ההדרכה להיות מכוונת לשינוי עמדות בקרב נותני השירות כלפי אנשים עם מוגבלות, כאבן יסוד בשינוי התודעתי הנדרש לשם יצירה של אינטראקציית שירות איכותית.

מודל ההדרכה המוצע מציג שלושה נדבכים הדרכתיים: שינוי עמדות כלפי אנשים עם מוגבלויות, מידע, אודות אנשים עם מוגבלות, והקניית מיומנויות שירות נגיש. שלושת הנדבכים יחדיו מובילים לשינוי רגשי, תפיסתי והתנהגותי העומדים בבסיס השירות הנגיש.

שינוי עמדות נותני השירות כלפי אנשים עם מוגבלויות

מהי עמדה

שירות נגיש ואיכותי לאנשים עם מוגבלות מתחיל בהתייחסות אליהם כלקוחות לכל דבר ועניין. עם זאת, לעתים קרובות עמדותיהם של נותני השירות כלפי אנשים עם מוגבלות מונעות מתן שירות איכותי לאוכלוסיה זו. על-כן, נדבך מרכזי בהנגשת השירות הוא שינוי עמדותיהם של נותני השירות כלפי אנשים עם מוגבלות.

עמדה היא נטייה של אדם להגיב לאובייקט מסוים באופן חיובי או שלילי. העמדה משפיעה על האופן בו תופס אדם את העולם ומגיב אליו. עמדות כלפי אנשים עם מוגבלות הן פעמים רבות תוצאה של סטיגמה כלפיהם. סטיגמה הינה מאפיין או סימן פיזי או חברתי, המוריד את ערכו החברתי של האדם ופוסל אותו מקבלה חברתית מלאה.

שינוי עמדות כלפי אנשים עם מוגבלות

מטרת תהליך שינוי העמדות כלפי אנשים עם מוגבלות היא לשנות את תפיסת נותני השירות, כך שיראו באדם עם מוגבלות "אדם" ולא "מוגבל". באופן זה יתאפשר לנותני השירות להתייחס ללקוחות עם מוגבלות ככל הלקוחות, תוך התחשבות בצרכיהם המיוחדים.

כדי שתהליך שינוי העמדות יהיה אפקטיבי, עליו לערב מתן מידע על אנשים עם מוגבלות, חשיפה לאנשים עם מוגבלות, והתנסות בחוויה של אנשים עם מוגבלות כמקבלי שירות. בפרט יש לשים דגש על תהליך חוויתי-רגשי ועיבודו כך שנותני שירות יוכלו להבין את נקודת מבטו של הלקוח עם המוגבלות.

הקניית מידע על אנשים עם מוגבלות ועל חובת הנגישות

הקניית מידע אודות אנשים עם מוגבלות ואודות חובת הנגשת המקומות והשירותים היא מרכיב משמעותי בשינוי העמדות וההתנהגות של נותני השירות כלפי אנשים עם מוגבלות. פרט לכך, כחלק מדרישות חוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות, יש להקנות מידע זה לעובדי הארגון.

מהי מוגבלות

מוגבלות אינה טבועה באדם, אלא היא תולדה של פער בין מאפייני האדם לבין מאפייני סביבתו. בסביבה המתוכננת ונבנית על בסיס הנחה של "אדם ממוצע", אנשים רבים, המאופיינים על ידי שונות מה"אדם הממוצע", חווים הגבלות על תפקודם, אף שבסביבה מותאמת היו יכולים לתפקד באופן משביע רצון. כאשר מדובר במוגבלות, לרוב מתייחסים לתהליכים הקשורים לתופעות הנובעות משונות במישור הפיסי, החושי, הנפשי, הנירולוגי או הקוגניטיבי.

מידע על אנשים עם מוגבלות

חלק מתהליך שינוי העמדות מערב מתן מידע על אנשים עם מוגבלות. בתוך מידע זה נכללים הנתונים הבאים:

- רבע מהלקוחות הקיימים או הלקוחות הפוטנציאלים של הארגון הם אנשים עם מוגבלות. בישראל חיים כ- 1.5 מליון אנשים עם מוגבלות, כשמחציתם בגילאי עבודה, כרבע מתוכם ילדים וכרבע מהם בגילאי זקנה.
- 98% מהאנשים עם מוגבלות לא נולדו עם מוגבלות, אלא רכשו אותה במהלך החיים כתוצאה מפציעה, מחלה או זקנה.
- שיעור המוגבלות בקרב אנשים בגילאי זקנה הוא 70%. בשל העלייה בתוחלת החיים, בשנת 2020 למעלה ממיליון איש יהיו בני 65+.
- אנשים עם מוגבלות צורכים שירותי תקשורת, פיננסים, תרבות, השכלה ועוד ככל האדם.
- ל 48% מהאוכלוסייה הכללית בני משפחה עם מוגבלות. לשירות נגיש השפעה על הצריכה של בני המשפחה ועל תדמית נותני השירות.

סוגי מוגבלויות

- כ-750,000 איש בישראל הם כבדי שמיעה. אנשים עם מוגבלות שמיעה יתקשו לשמוע בסביבה הומה בשל הקושי לסנן רעשי רקע.

- קיימת קשת רחבה מאוד של מוגבלויות ראייה. לפי ההערכות כ-125,000 איש בישראל הם אנשים עם מוגבלות ראייה חמורה. אנשים עם מוגבלות ראייה יתקשו להתמצא במרחב, יתקשו בצריכת מידע כתוב (מסמכים, שלטי הכוונה), ובתפעול מכשירים אוטומטים למתן שירות.
- כ-500,000 ישראלים מתקשים ללכת ללא תמיכת אדם או אביזר עזר.
- לכ-300,000 איש יש מוגבלות מוטורית בידיים. אנשים אלו יתקשו לבצע פעולות הדורשות הפעלת כוח באמצעות הידיים, כגון פתיחת דלתות או מוטוריקה עדינה, כגון כתיבה ולחיצה על כפתורים.
- אנשים עם מוגבלות קוגניטיבית עשויים להתקשות בביצוע פעולות, הדורשות אחד או יותר מהדברים הבאים: כתיבה, קריאה, חישוב מתמטי, הבנה, ריכוז, קשב, התמצאות במרחב, התמצאות בזמן, הבנה של תהליכים מורכבים, הבנה של סיבה ותוצאה, תקשורת מילולית ועוד.
- לכ-60,000 איש בישראל מוגבלות בדיבור ובשפה. גם פה טווח המוגבלות נע בין מוגבלות מתונה, כגון דיבור איטי, דיבור לא ברור או גמגום ועד למוגבלות חמורה בה האדם אינו יכול לדבר כלל. אנשים עם מוגבלות חמורה בדיבור ושפה מתקשים לעיתים באמצעות מחשב עם פלט קולי ולוחות של תמונות המייצגות מלים או בכתיבה.
- רוב המוגבלויות אינן מוגבלויות נראות ויתכן כי רוב הלקוחות אינם חושפים את הקשיים התפקודיים שלהם.

שירות נגיש על-פי חוק

כחלק מהטמעת הנגישות בארגון, יש ליידע את העובדים לגבי הנושאים הבאים:

- חוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות - עיקרי החוק והתפיסות הערכיות העומדות בבסיסו.
- חובת הנגשת השירות על פי תקנות שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות ואיסור אפליה.
- חובת הנגשה של מקומות בהם ניתן השירות.
- תהליכים ונהלים בארגון שהותאמו לנגישות.

הקניית מיומנויות שירות לאנשים עם מוגבלות

שירות מבוסס על אינטראקציה בין נותן השירות לבין הלקוח. לפיכך, כחלק מתהליך הנגשת השירות יש להקנות לעובדים ולמנהלים הבאים במגע עם הלקוחות מיומנויות שירות, שיאפשרו לאינטראקציה הבין-אישית לספק ללקוח עם המוגבלות חווית שירות איכותית ומכבדת. הקניית מיומנויות השירות ניתנת בשני מישורים: מיומנויות שירות הקשורות למגבלה (כגון שירות למוגבלי שמיעה), ומיומנויות שירות הקשורות

לשלב השירות (כגון מתן שירות בטלפון). אלה כוללות את המיומנויות הבאות למתן שירות נגיש לאנשים עם מוגבלות:

- זיהוי של מוגבלות תפקודית - כיוון שרוב המוגבלויות אינן נראות ורוב הלקוחות לא יצהירו בפניך על מוגבלותם, נהג בכל הלקוחות ברגישות. הקשב ללקוח, התבונן בהתנהגות שלו ונסה לזהות קושי תפקודי.
- משך השירות – יתכן שמשך זמן הטיפול באדם עם מוגבלות תפקודית יהיה ארוך מהרגיל. הייה סבלי.
- הצעת שירות לאדם עם מוגבלות – שאל אותו כיצד לסייע לו, היענה לבקשת התאמת נגישות מצד לקוח. סייע ללקוח רק אם קבלת את הסכמתו לכך.
- תקשורת עם לקוחות עם מוגבלות – הסתכל ללקוח בעיניים, ודא כי אין חפץ המסתיר את פניך, הקשב ללקוח ותן לו לסיים את דבריו, דבר בטבעיות, והקפד שהלקוח הוא זה שיחליט לגבי השירות שיקבל.
- לקוח עם מלווה – דבר ישירות אל הלקוח ולא אל המלווה, וודא כי הוא זה שמקבל החלטות.
- יש לאפשר שימוש בעזרי נגישות אישיים בכל עת, אין להזיזם ללא רשות הלקוח, ואין ללטף או לגעת בכלבי נחיה ללא אישור מבעליו.
- אופן הסיוע ללקוח במילוי טפסים – ברר עם הלקוח כיצד נכון לסייע לו במילוי הטופס.
- מידע נגיש יימסר לבקשת הלקוח באופן שיאפשר לו לצרוך את המידע בהתאם למוגבלותו. את המידע ניתן למסור לפי בקשת הלקוח בעל פה או בכתב, בשפה פשוטה, בדפוס מוגדל, בהקראה או הקלטה, בברייל ועוד.
- אופן הסיוע בהתמצאות במקום – יש לספק הוראות מופרטות ומדויקות, ניתן לרשום את ההוראות. יש לציין בפני הלקוח אם הוא נדרש לבצע בדרך פעולות מסוימות כלקיחת מספר תור.
- שימור סביבה נגישה – אין להציב מכשולים כעצמים ומדפסות במקומות מעבר לקוחות. יש לשמור על שדה ראייה פתוח ומואר ורצוי לשמור על השקט באזור מתן השירות.
- מתן שירות טלפוני נגיש – יש לדבר ברור ובקצב לא מהיר. הייה נכון לחזור על דבריו וודא כי הלקוח הבין אותך ואל תשלים את דבריו. הימנע מרעשי רקע.

הנגשת שירות בראייה חוקית ועסקית

פרט למחויבות החברתית, קיימים עוד טעמים להנגשת השירות לאנשים עם מוגבלות. טעם אחד נובע מחוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות, המתייחס להיבטים שונים של שוויון זכויות ושילובם של אנשים עם מוגבלות בחברה. טעם נוסף הינו כלכלי-עסקי.

נגישות בראי החוק

חוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות התשנ"ח, 1988, מגדיר את זכותם של אנשים עם מוגבלות להיות חברים ושותפים שווים זכויות בחברה הישראלית, תוך מתן מענה לצרכיהם. החוק מגדיר **נגישות** כ"אפשרות הגעה למקום, תנועה והתמצאות בו, שימוש והנאה משירות, קבלת מידע הניתן או המופק במסגרת מקום או שירות או בקשר אליהם, שימוש במתקניהם והשתתפות בתכניות ובפעילויות המתקיימות בהם והכול באופן שוויוני, מכובד, עצמאי ובטיחותי." תהליך ההנגשה נחלק לשני תחומים: הנגשת פיזית של מבנים, תשתיות וסביבה והנגשת שירות.

החוק מפרט את המקומות החייבים בנגישות ובהם מקומות העומדים לשימושו של כלל הציבור. השירותים החייבים בנגישות הם שירותים הניתנים לכלל הציבור ללא קשר למקום בו ניתן השירות. החוק מטיל אחריות אישית להנגשת המקומות והשירותים על הבעלים של המקום הציבורי או נותן השירות וגם על האחראי או המנהל.

המחוקק הגדיר לוח זמנים אחד לגופים ציבוריים ולוח זמנים אחר לגופים פרטיים לביצוע התאמות הנגישות. לוחות הזמנים הדרגתיים, לפי מספר המקומות בהם ניתן השירות. כן הגדיר המחוקק כי בסמכותה של נציבות שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות לקבוע פטורים פרטניים מקיום חובת הנגישות, במקרים מסוימים המפורטים בחוק.

חוק שוויון זכויות לאנשים עם מוגבלות מגדיר שלושה בעלי תפקידים שיסייעו ליישום החוק: מורשי נגישות מבנים, תשתיות וסביבה (מתו"ס), מורשי נגישות השירות ורכזי נגישות.

נגישות בראייה עסקית

חברות וארגונים המספקים שירותים ומוצרים ללקוחות משקיעים מאמצים רבים בהגדלת קהל לקוחותיהם, בשימור לקוחות קיימים ובמיצוי הפוטנציאל הגלום בהם. אנשים עם מוגבלות מהווים יותר מ-24% מהאוכלוסייה הבוגרת בישראל. נתון זה מעיד על הערך הכלכלי והעסקי שארגוני שירות יכולים לייצר באמצעות הנגשת שירותיהם לאנשים עם מוגבלות.

נתונים

אף שבממוצע, נתוניהם הכלכליים של אנשים עם מוגבלות נמוכים מאלה של האוכלוסייה הכללית, הרי שבמספרים מחלטים מדובר בנתונים מרשימים. להלן מספר נתונים לדוגמה:

- ההכנסה החודשית הכוללת של משקי הבית בהם מתגוררים אנשים עם מוגבלות, מכל המקורות ובהם עבודה, פנסיה, קצבאות שכר דירה וכד', מוערכת ב-6.1 מיליארד ₪ בחודש (כ-73 מיליארד ₪ בשנה), שהם כ-25% מסך ההכנסה הכוללת נטו של משקי הבית בישראל.
 - כ-426,000 איש עם מוגבלות מצליחים "לגמור את החודש".
 - ל-805,000 איש עם מוגבלות דירות בבעלותם. לכ-515,000 דירות שגודלן 3.5 חדרים ומעלה.
 - כ-6,700 איש עם מוגבלות מתונה או חמורה מנהלים חברה בבעלותם.
- אנשים הקרובים לאנשים עם מוגבלות יצמצמו פעמים רבות את צריכתם רק לשירותים נגישים משני טעמים. ראשית, השירות נצרך יחד עם אדם עם מוגבלות (למשל, יציאה למסעדה), ושנית בשל הזדהות עם האדם עם המוגבלות, במיוחד כאשר הוא נפגע משירות לא נגיש. משמעות הדבר היא כי למעשה גודלו של שוק האנשים עם מוגבלות גדול הרבה יותר מהנתונים שהוצגו, משום שהוא משפיע על עמדותיהם של מעגלים נוספים ועל הרגלי הצריכה שלהם.
- עם העלייה בגיל עולה שיעור האנשים עם מוגבלות בקרב האוכלוסייה. למעשה, למעלה ממחצית הלקוחות הפוטנציאליים של ארגון או חברה יפתחו מוגבלויות עם התקדמותם בגיל ויזדקקו להתאמה של השירותים.
 - לפי סקר שנערך בבריטניה ב-2006, 83% מהלקוחות עם מוגבלות נטשו עסקים בלתי נגישים והעבירו את עסקיהם לנותני שירות נגישים יותר, 67% מהאנשים עם מוגבלות בוחרים בעסקים בעלי יכולת טובה לשרת אנשים עם מוגבלות, ו-58% מהאנשים עם מוגבלות טוענים כי האופן בו עסק מתייחס אליהם משפיע על הרגלי הצריכה של בני משפחותיהם וחבריהם.
 - 78% מהציבור הכללי רוצים לשמוע שלחברות במגזר העסקי ולארגונים במגזר הציבורי יש קריטריונים המתייחסים למגוון באוכלוסייה ו-89% מהאוכלוסייה מעריכים באופן חיובי עסק המאפשר שירות נגיש לאנשים עם מוגבלות.
- חרף גודלו של שוק האנשים עם מוגבלות ויכולות הצריכה שלו, ניתוח של דפוסי הצריכה של אנשים עם מוגבלות מעלה כי רמות הצריכה שלהם לשירותים שונים נמוכה בהשוואה לאוכלוסייה הכללית המקבילה מבחינת רמות הכנסה. כך למשל, פוטנציאל הצריכה של נפש וטיולים בקרב אוכלוסיית האנשים עם מוגבלות כפול מהצריכה שלהם בפועל, ופוטנציאל הקניות שלהם באינטרנט גבוה ב-25% מהקניות שעושים בפועל אנשים עם מוגבלות. היעדר נגישות והתאמה בלתי מספקת של שירותים ומוצרים לצרכיהם של אנשים עם מוגבלות מביאים להימנעותם של אנשים עם מוגבלות מצריכה של שירותים ומוצרים. כאשר יש להם אלטרנטיבה, יעדיפו אנשים עם מוגבלות לצרוך שירותים ומוצרים מעסקים

וחברות המתאימים את שירותיהם לצרכיהם. כאשר אלטרנטיבה כזו לא קיימת, יביא הדבר להימנעות של אנשים עם מוגבלות מצריכה.

בחינה של היתרונות העסקיים עבור חברה או ארגון ספציפי והבנת הצידוק העסקי הספציפי (business case) יכולות להביא לכך שתהליך ההנגשה יסייע בהשגת מטרותיו הכלכליות של הארגון ובמימוש האסטרטגיה הארגונית שלו.