

БЕЗБАРЬЕРНАЯ СРЕДА

Согласно расчетам НАФИ и Агентства стратегических инициатив, бизнес в нашей стране ежемесячно недополучает 4,8 млрд рублей из-за недостаточного уровня инклюзии. Как ее развивать и какие материальные и нематериальные выгоды это может принести?

Текст: Алена Булавка



ВОПРОС ЭМПАТИИ

Однажды в отделение одного из банков пришел необычный клиент – в специальном костюме GERT, имитирующем ощущения людей с ОВЗ – в данном случае слабовидящих. Это был Герман Греф, председатель правления Сбербанка, который в рамках эксперимента проверял, насколько офисы возглавляемой им организации приспособлены для обслуживания инклюзивных клиентов. Позже в интервью РИА «Новости» он поделился впечатлениями: «Я совершенно не видел монитор – только светлое пятно. Видел размытое очертание лица девушки, которая со мной разговаривала. Думаю, обязательно нужно, чтобы сотрудники, которые работают с инвалидами, сами проводили какое-то время в таких костюмах, чтобы почувствовать все на себе. Это развивает эмпатию. Когда мы думаем, что представляем себе ощущения людей с ограниченными возможностями, – это совершенно не то, что реально ощущают они».

Слово «инклюзивность» происходит от английского inclusion. Кембриджский словарь определяет его как «включение кого-либо или чего-либо в состав группы». В современном мире термин используют в том числе по отношению к людям с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ), которых включают в различные процессы (образование, бизнес, инфраструктуру и др.), создавая специальные условия.

Концепция «Разнообразие и инклюзия» (Diversity & Inclusion, или D&I) – один из ключевых трендов в мировом бизнесе в последние несколько лет.

Тем не менее многие компании сомневаются в покупательной способности людей с ОВЗ, поэтому не адаптируют свои офисы, приложения, товары и услуги к их потребностям. И в результате теряют внушительные суммы. Согласно исследованию DisQuestion, проведенному инклюзивным проектом Everland, 52% людей с инвалидностью меняют один сервис на другой, потому что просто не могут пользоваться его услугами.

Между тем клиенты с ОВЗ имеют постоянный доход. Как минимум они

получают регулярные социальные выплаты, многие из них работают или имеют дополнительные источники дохода. По данным исследовательской компании RoD Group, годовой доход людей с ограниченными возможностями здоровья в мире превышает весь потребительский рынок Китая. Инклюзивная аудитория, помимо 1,85 млрд инвалидов, включает их друзей и родственников – а это еще более 4,5 млрд человек, которых при недостаточной эмпатии сервис может разочаровать, и они уйдут к более доброжелательным конкурентам.

ДОСТУП БЕЗ ПРЕПЯТСТВИЙ

В России более 11 млн человек с инвалидностью, и лишь 17% из них не сталкиваются с трудностями при получении товаров и услуг. Вопрос инклюзивности в настоящее время решается на федеральном уровне. В апреле 2023 года президент РФ Владимир Путин поручил Агентству стратегических инициатив (АСИ) подключиться к созданию доступной (безбарьерной) среды для людей с ОВЗ путем развития проекта «Открыто для всех», который стартовал в 2022 году. Ключевой элемент проекта – Национальный инклюзивный договор, к которому может присоединиться любая организация. На сегодняшний день его подписали более 200 организаций.

В финансово-кредитной сфере довольно остро стоит проблема полноценного доступа людей с инвалидностью к базовому набору сервисов, таких как кредитование, страхование, платежи и т.д. В ее решении активное участие принимает Банк России, в котором действует постоянная рабочая группа по финансовой доступности для людей с инвалидностью, в которую входят ведущие кредитно-финансовые организации. Группа формирует рекомендации по созданию безбарьерной среды в офисах, требования к банкоматам, онлайн-сервисам и приложениям с учетом потребностей людей с ограничениями слуха и зрения и иными особенностями здоровья. Так, в банковских офисах появляются пандусы, автоматически

раздвигающиеся двери, навигация со шрифтом Брайля для слабовидящих и др.

Одна из важных задач – развитие сети банкоматов с аудиорежимом для людей с ограничениями по зрению. К таким устройствам можно подключить проводные наушники с классическим разъемом (3,5 мм) и с помощью голосовых подсказок совершить наиболее востребованные операции – узнать баланс на счете, снять или внести деньги. Актуальна для банков и реализация цифровой инклюзии – концепции, по которой современные технологии становятся доступны большинству пользователей, включая людей с инвалидностью и различными особенностями восприятия информации.

Инклюзия требует не только переоснащения офисов и адаптации цифровых сервисов, но и корректировки поведения сотрудников организаций. Клинический психолог Дарья Ялушева отмечает: «Подготовленный персонал – это решение многих вопросов в том, что касается людей с инвалидностью. Есть определенные нюансы. Например, частая ошибка – когда сотрудник банка начинает общаться с тем, кто сопровождает клиента, передвигающегося в инвалидной коляске,



а не с ним самим. В случае если у посетителя проблемы со зрением, нужно проявить особое внимание – обратиться к нему, не дожидаясь вопросов, или деликатно коснуться руки, плеча, пригласить последовать к месту, предупреждая о препятствиях на пути. Для общения с человеком с нарушениями слуха полезно использовать специальные приложения, активнее применять жестикуляцию. Отдельная категория – люди с ДЦП и другими нарушениями координации. Им может быть недоступна обычная подпись под документами. И тут вопрос – как банк может решить этот вопрос. В целом забота о потребителях и содействие развитию инклюзивного общества – это признак современной компании».

КЕЙСЫ ИНКЛЮЗИИ

Формирование инклюзивной среды требует совместных усилий представителей всех сфер деятельности. Многие компании сегодня могут поделиться кейсами, связанными с реализацией принципов D&I. Так, любой российский ресторан может помочь слабовидящим клиентам самостоятельно выбрать еду и напитки с помощью приложения «Доступная еда». Им можно управлять в том числе голосом, назвав город и прослушав меню заведений, которые присоединились к проекту. Эту инициативу поддержали уже более 220 кафе и ресторанов в 40 городах страны.

Инклюзивные программы есть у большинства крупных ретейлеров. Так, один из ярких проектов реализует торговая сеть «Магнит». В прошлом году она запустила программу M-Life, которая нацелена на профессиональную ориентацию детей с ограниченными возможностями здоровья, их обучение и последующее трудоустройство. Полученные знания ребята применяют на практике во время знакомства с профессиональным продавцом-консультантом и стажировки в магазинах.


Не отстает сфера развлечений. В апреле 2022 года Росгосцирк объявил о запуске инклюзивного проекта «Цирк на ощупь». В его рамках крупные цирки страны планируют оснастить специальным оборудованием

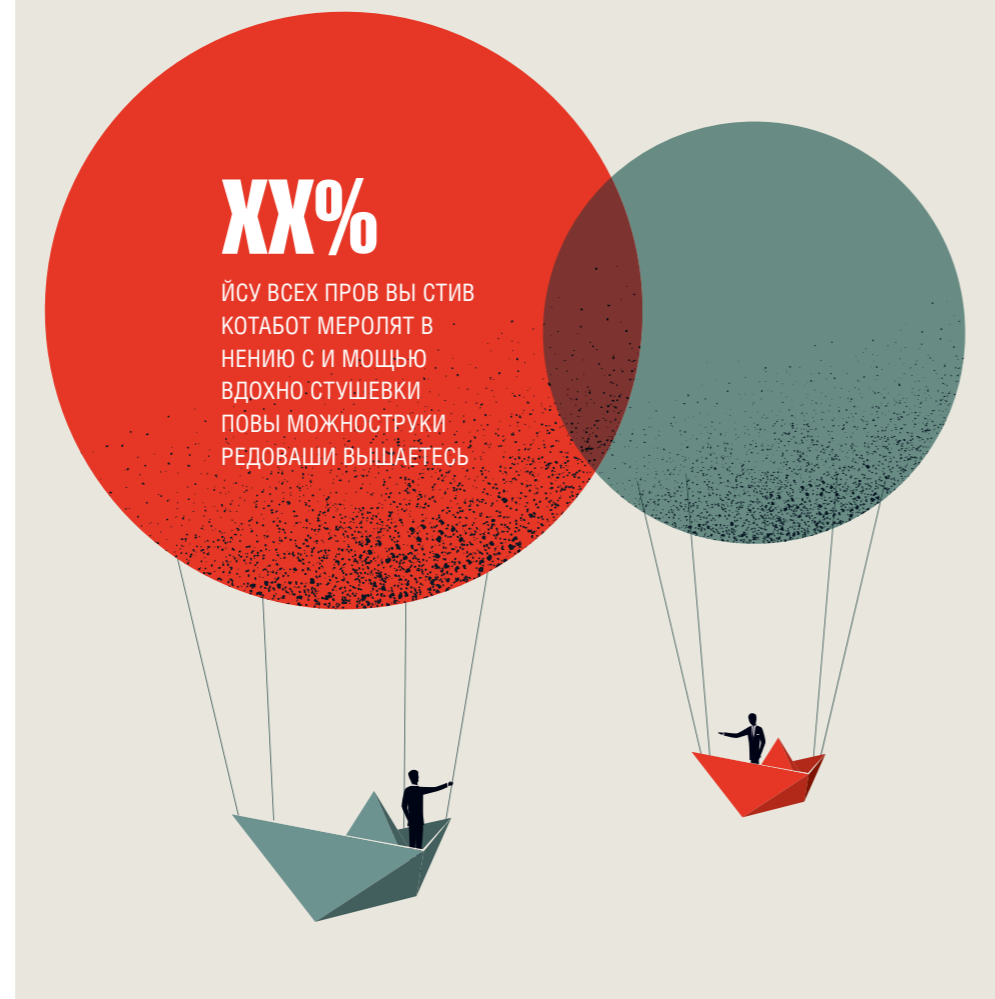
для тифлокомментирования (лаконичное описание предметов, пространства или действий, которые непонятны незрячим людям без специальных словесных пояснений. – Прим. ред.), а сотрудников обучат работе со слабовидящими зрителями.

Многие работодатели успешно применяют принципы инклюзии при найме сотрудников. Дарья Фигуркина, директор по развитию талантов компании Swordfish Security, одной из ведущих компаний на рынке кибербезопасности России, отмечает: «Как ни странно, принципы инклюзии нам помог внедрить карантин и переход на формат удаленной работы. События последних лет показали, что когда рвутся логистические связи, место нахождения человека не имеет принципиального значения. На первый план выходят его реальные профессиональные навыки, его истинная ценность для команды и общего дела. Это осознание помогает снять огромное количество ограничений к найму людей и требований к кандидатам, в том числе с ОВЗ».

«ИТ-специальности востребованы среди людей с ограниченными возможностями здоровья благодаря

допустимости удаленной работы, – утверждает менеджер по персоналу ИТ-компании iFellow Дарья Народовская. – Некоторые российские ИТ-компании могут обеспечить безбарьерный доступ, например, оборудовать офис пандусом, выдать специальную аппаратуру и обустроить рабочее место с учетом состояния здоровья. На этапе собеседований рекрутеру необходимо знать степень физических ограничений сотрудника, учесть особенности проекта, его бизнес-процессы и иметь хороший контакт с командой – тогда шансы на успешную адаптацию сотрудника с ОВЗ высоки».

«Уровень инклюзии – сложно просчитываемый в денежном эквиваленте параметр. Однако факты подтверждают, что бизнес с высокими стандартами и принципами инклюзии имеет более высокую репутацию, вызывает больше доверия и тем самым получает преимущества перед бизнесом, в котором такие принципы не внедрены или внедрены недостаточно», – говорит доктор экономических наук, директор Института психолого-экономических исследований Александр Неверов. 



Как выстроить коммуникацию с клиентами с ОВЗ

Борис Богоутдинов, управляющий партнер консалтинговой компании «2Б Диалог»:

Подбирайте корректную лексику. Обращаясь к людям с инвалидностью, важно ненамеренно не обидеть их, не причинить душевную боль. Поэтому во всех материалах организации лучше использовать такие словосочетания, как «человек с ограниченными возможностями здоровья (ОВЗ)», «человек с глухотой, нарушениями слуха и зрения», «человек в инвалидной коляске», «человек с детским церебральным параличом (ДЦП)», «человек с аутизмом».

Слово «инвалид» может употребляться в качестве юридического термина, однако в других случаях от него лучше отказаться. Не следует использовать и словосочетание «человек с ограниченными возможностями». У такого клиента ограничены возможности здоровья, а не возможности в целом.

Не забывайте о шрифте Брайля. Для того чтобы люди с нарушениями зрения могли получать информацию и ориентироваться в пространстве, в офисах компаний и банков необходимо разместить



вывески, таблички, указатели, надписи и другие носители информации с применением рельефно-точечного шрифта Брайля. Они являются неотъемлемым атрибутом создания комфортной среды для слабовидящих.

Обеспечьте доступность сайтов и мобильных приложений. Люди с ОВЗ должны иметь возможность пользоваться сайтом и мобильным приложением организаций, заинтересованных в привлечении клиентов. Цифровые каналы коммуникации, доступные людям с инвалидностью и обеспечивающие качественный UI (пользовательский интерфейс) и позитивный UX (пользовательский опыт), в среднем позволяют охватить около 15–20% новых пользователей.

Проводите мероприятия, учитывая потребности людей с инвалидностью. Во время подготовки и проведения мероприятий необходимо помнить об участниках с ОВЗ. Продумайте все до мелочей: от сайта, на котором будет проходить регистрация на предстоящее событие, до всех нюансов, связанных с пребыванием таких гостей на площадке. Не забудьте пригласить сурдопереводчика и обеспечить незрячих людей тифлокомментариями.

Это лишь некоторые аспекты инклюзивных коммуникаций, на самом деле их гораздо больше. Создавая дружелюбную коммуникационную среду для людей с инвалидностью, банки и компании смогут привлечь их и членов их семей в качестве клиентов. Приятным бонусом станет улучшение имиджа этих организаций среди всей их аудитории.

