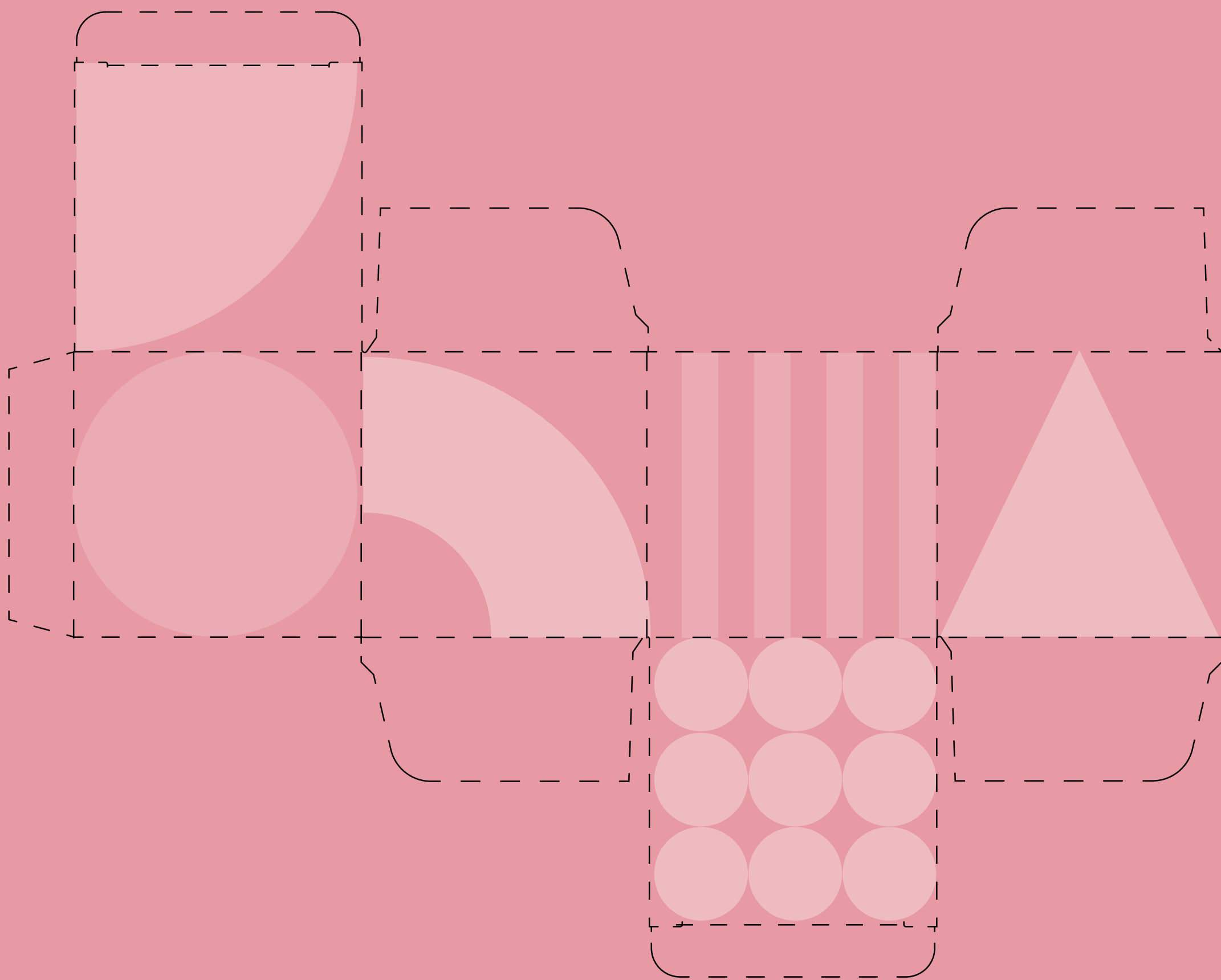


המדריך להנגשה ולהתאמת מוצרים עבור צרכנים עם לקות ראייה ועיוורון



שווה
פיתוח

מגדל אור
עמותת יעדים לצפון

תכנון ופיתוח אריזות מותאמות
לשימוש נגיש, עצמאי ושוויוני

אוגוסט 2026

תקציר מנהלים

אריזת המוצר ואופן הצגת המידע עליה מהווים מפגש משמעותי בנקודת המכירה ובבית בין הצרכן למותג. עיצוב האריזה והתקשורת החזותית משפיעים ישירות על הבחירה הצרכנית, וגם על מידת הנגישות, השוויוניות והעצמאות של הצרכנים בבואם להשתמש במוצר.

המדריך מיועד לחברות עסקיות בשלבי פיתוח או עדכון של מוצרים שמעוניינות ביצירת התאמות עבור אנשים לקויות ראייה ועיוורון. תמצאו במדריך את העקרונות לעיצוב מכליל שיאפשרו פיתוח התאמות אלו.

המדריך כולל כלים יישומיים עבור מנהלי מוצר ואריזה, אנשי פיתוח, מעצבים, ואנשי שיווק וחדשנות המבקשים לקדם חדשנות עיצובית לצד התאמת המוצרים לאנשים עם לקות ראייה ועיוורון.

העקרונות המוצגים במדריך מתבססים על תובנות שנלמדו מהתנסויות משותפות של מיזם "שווה פיתוח" ו"מרכז מגדל אור – עמותת יעדים לצפון" בתהליכי התאמה של אריזות מוצרים לאנשים עם לקות ראייה ועיוורון.

בחלקו הראשון של המדריך מוצג רקע קצר על לקויות ראייה והאופן שבו הם משפיעים על ההתנהלות במרחב הצרכני. חלקו השני של המדריך מציע פתרונות יישומיים המבוססים על חמישה עקרונות מרכזיים לתכנון ולהתאמה:

- שימוש בחושים מפצים
- עקרון הקביעות
- עקרון הניגודיות
- הפחתת עומס חזותי
- שילוב טכנולוגיות ועזרים דיגיטליים

המדריך אינו מהווה תקן מחייב, אלא כלי עבודה המסייע בקבלת החלטות עיצוב לאריזות מוצרים המבוססות על עקרונות עיצוב מכליל.

מבוא: התאמת מוצרים ושירותים במרחב הצרכני כמפתח – – – – – 4
לעצמאות ולשוויון

חלק א: מאפיינים כלליים של אוכלוסיית האנשים עם לקות ראייה – – – – – 6
ועיוורון בישראל

אוכלוסיית האנשים עם לקות ראייה ועיוורון בישראל
שדה ראייה וחדות ראייה – השלכות תפקודיות במרחב הצרכני

חלק ב: חמשת העקרונות המרכזיים להתאמות באריזות מוצרים – – – – – 10

1. שימוש בחושים מפצים

2. עקרון הקביעות

3. עקרון הניגודיות

4. הפחתת עומס חזותי

5. שימוש בטכנולוגיות מסייעות

נגישות ועיצוב מכליל כמפתח לעצמאות ולשוויון

עצמאות היא אבן יסוד באיכות חיו של כל אדם ונגישות היא אחד התנאים המרכזיים המאפשרים אותה. מטרתם של תהליכי התאמת מוצרים ושירותים אינה רק להסיר חסמים פיזיים או טכנולוגיים, אלא לאפשר לאדם עם מוגבלות להתנהל באופן עצמאי, בטוח ושוויוני בכל מרחבי החיים. ערך השוויון עומד בבסיס תפיסת הנגישות מתוך הכרה כי לכל אדם עומדת הזכות לקבל מידע, להשתמש במוצרים ולצרוך שירותים בהתאם לרצונותיו. מיזם שווה פיתוח רואה במרחב הצרכני כמרחב לקידום השוויון.



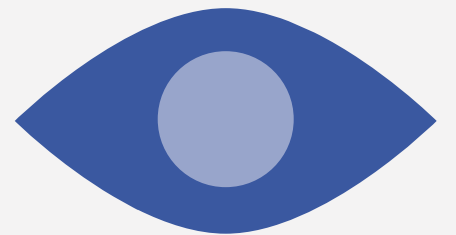
נוסף על המענה החברתי, פיתוח אריזות נגישות טומן בחובו גם הזדמנות כלכלית: אריזות המותאמות למוגבלות בתפקודים, משפרות את החוויה לכלל הצרכנים. עסקים המטמיעים את העקרונות של עיצוב מכליל בשלבי הפיתוח פונים לקהל יעד רחב יותר ומרחיבים את בסיס הלקוחות.



עקרונות מרכזיים בתכנון והתאמה של המרחב הצרכני:

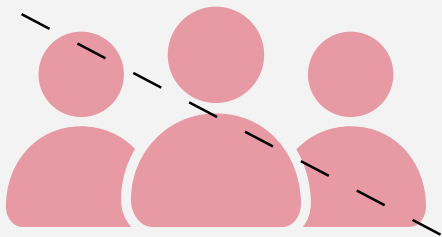
היכרות עם השלכות המוגבלות על צריכת מוצרים:

הבנת מאפייני המוגבלות ומשמעותה התפקודית לצד ההשלכות האפשריות על תהליכי זיהוי, התמצאות, קבלת מידע ושימוש במוצרים.



הימנעות מהכללות:

אנשים עם מוגבלות אינם מקשה אחת. לכל אדם רמת תפקוד שונה, ניסיון חיים, דרכי התמודדות, העדפות וצרכים ייחודיים.



עדשה של עיצוב מכליל (Inclusive Design):

תכנון מוצרים וסביבות שימושיות ונגישות למספר רב ככל האפשר של רמות תפקוד ללא צורך בהתאמות מיוחדות או בפתרונות נפרדים. התאמות אלה יאפשרו למגוון רחב של אנשים לצרוך את מוצרי החברה.



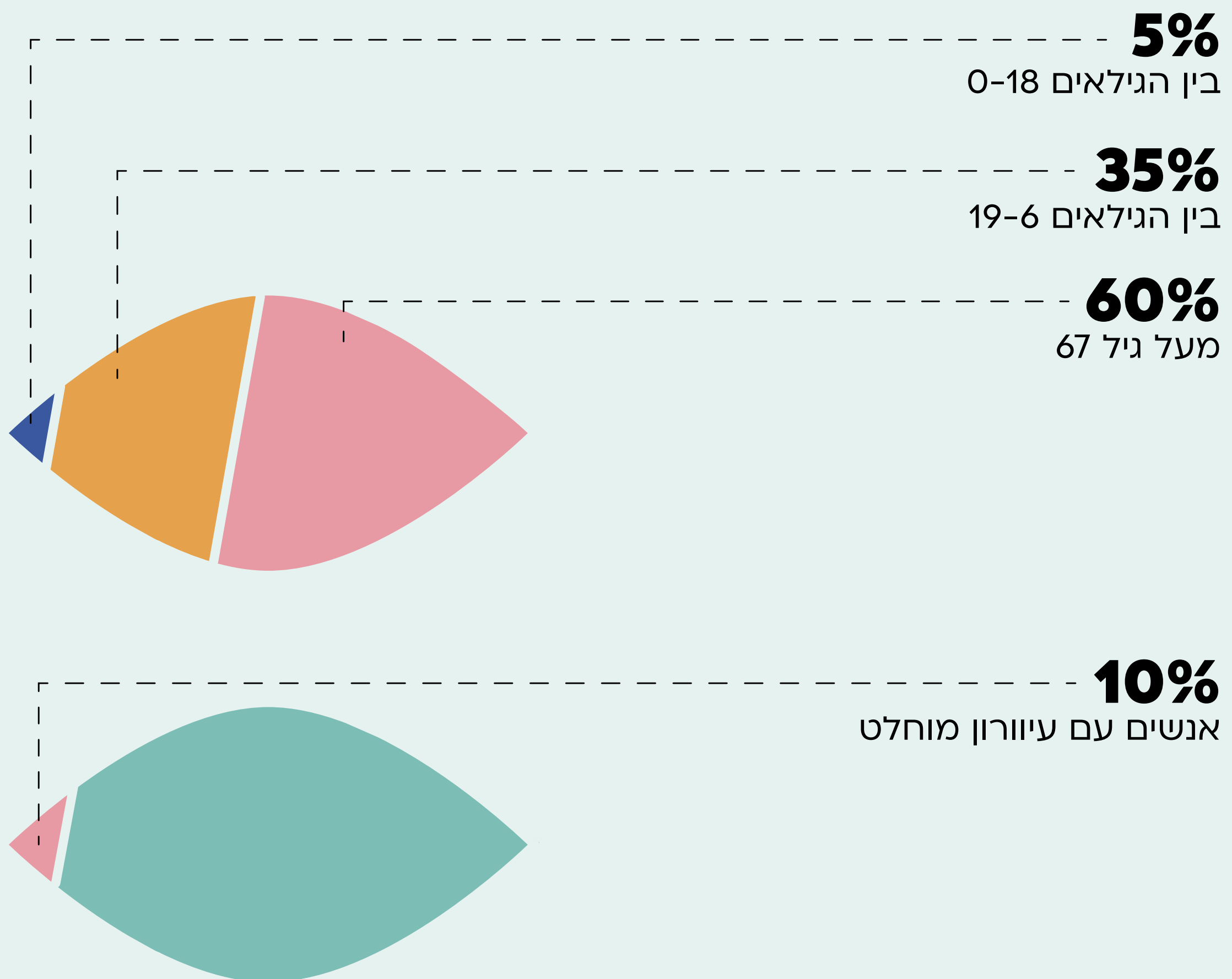
התאמת חוויית הלקוח בשלמותה:

התייחסות לחוויה הצרכנית המורכבת ממרחבים משלימים החל במרחב הפיזי ועד למרחב המקוון שבו הצרכן פוגש את המוצר.



אוכלוסיית האנשים עם לקות ראייה ועיוורון בישראל

על פי נתוני משרד העבודה והרווחה, אוכלוסיית מחזיקי תעודת עיוור בישראל
מונה כיום כ-24,800 בני אדם. **מתוכם:**

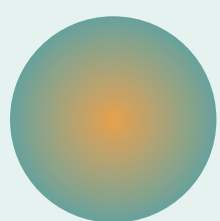


נתונים אלה מלמדים כי מרבית המקרים נובעים מירידה חושית טבעית בגיל השלישי.
נכון ליולי 2026 רק כ-10% ממחזיקי תעודת העיוור הם אנשים עם עיוורון מוחלט.



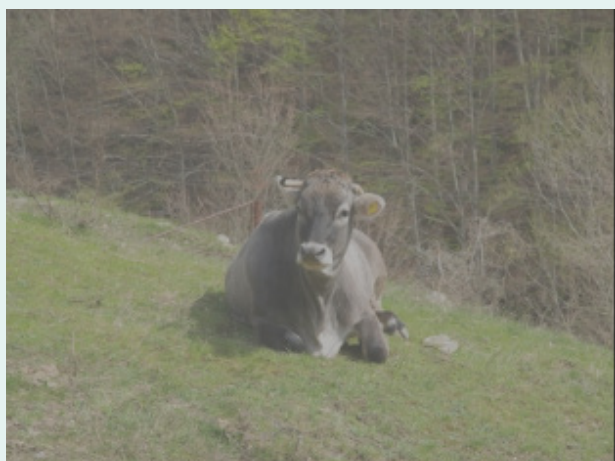
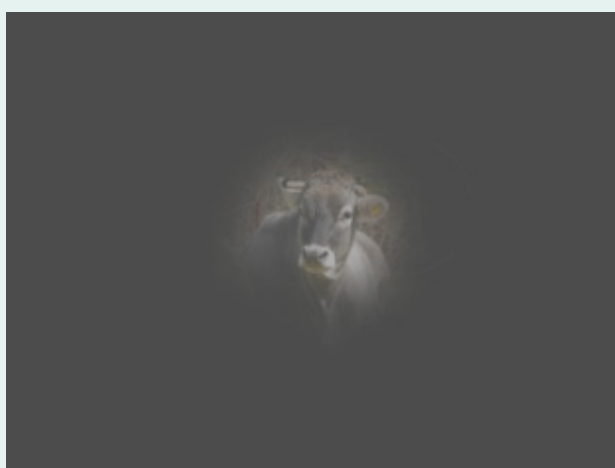
חלק א מאפיינים כלליים של אוכלוסיית האנשים עם לקות ראייה ועיוורון בישראל

משרד הרווחה, כגוף האמון על הנפקת תעודות עיוור בישראל, מסתמך על שלושה קריטריונים לקביעת זכאות:



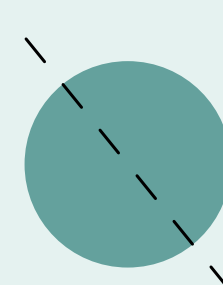
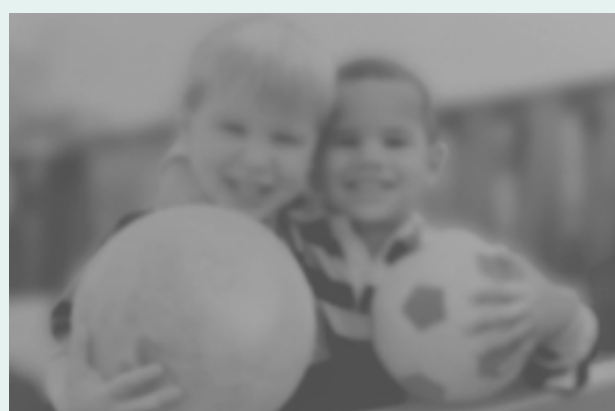
שדה ראייה

טווח המרחב הנקלט בעין כאשר המבט ממוקד לפנים. הקריטריון לזכאות הוא צמצום שדה הראייה ל-20 מעלות לכל היותר בעין הטובה ביותר, לאחר תיקון אופטי.



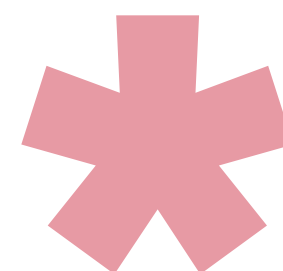
חדות ראייה

היכולת של העין להבחין בפרטים בבירור. הקריטריון לזכאות הוא חדות של 3/60 ומטה בעין הטובה יותר, לאחר תיקון אופטי מרבי. משמעות הדבר: מה שאדם עם ראייה תקינה רואה ממרחק של 60 מטרים, אדם העומד בקריטריון זה רואה ממרחק של 3 מטרים בלבד.

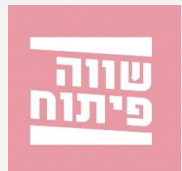


עיוורון מוחלט

(חוסר ראייה מוחלט).



בנוסף למחזיקי תעודת עיוור, על פי ההערכות חיים כיום בישראל מעל 100,000 בני אדם בעלי לקויות ראייה שונות שאינם מחזיקים בתעודה (בין אם בשל אי-עמידה ברף הזכאות ובין אם מסיבות ביורוקרטיות או אישיות).



שדה ראייה וחדות ראייה – השלכות תפקודיות במרחב הצרכני

שדה ראייה וחדות ראייה הם שני גורמים מרכזיים המשפיעים על האופן שבו אדם עם לקות ראייה תופס מידע ומשתמש במוצרים:

חדות ראייה:

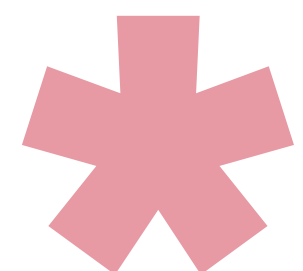
מתייחסת ליכולת להבחין בפרטים קטנים ובבהירות העצם. ירידה בחדות משפיעה בעיקר על היכולת לקרוא אותיות קטנות, לזהות סימונים, להבחין בפרטי עיצוב ולהבין את המידע המופיע על גבי האריזה.

שדה ראייה:

מתייחס למרחב הנקלט סביב נקודת המיקוד. פגיעה בשדה הראייה גורמת לקושי באיתור מוצרים על גבי מדף עמוס, בזיהוי פרטים המפוזרים על פני האריזה, בהתמצאות במרחב ובמעקב אחר מידע חזותי.

דוגמה יישומית: אדם עם שדה ראייה מצומצם עשוי להתקשות באיתור מוצר במדף החנות או במציאת אזור הפתיחה של האריזה גם אם חדות הראייה שלו במרכז התמונה תקינה יחסית.

חשוב לזכור: לקות ראייה אינה מצב אחיד. שני אנשים בעלי אותה אבחנה רפואית עשויים לחוות את סביבתם בצורה שונה לחלוטין. מומלץ לכן לתכנן את התאמות האריזה בהתאם למקרי הקושי המורכבים ביותר על פי עקרון העיצוב המכליל.





1. שימוש בחושים מפצים לזיהוי וקבלת מידע מידי ממוצר ו/או אריזה

שימוש בחושים מפצים הוא עקרון מפתח בתפקודם של אנשים עם עיוורון או לקות ראייה. בהיעדר מידע חזותי מלא, אנשים נעזרים בחושי המישוש, השמיעה, הריח, הטעם ובזיכרון כדי לזהות מוצרים, להבדיל ביניהם ולהשתמש בהם בבטחה.

דוגמאות ליישום שימושים בחושים מפצים:



חוש המישוש:

מאפיינים פיזיים כמו צורת האריזה, גודלה, משקלה, המרקם שלה, מנגנון הפתיחה וסימוני מגע, מספקים מידע חיוני המאפשרים עצמאות צרכנית. ניתן ליישום באמצעות הבדלה צורנית בין מוצרים דומים (למשל בקבוק שמפו עגול לעומת בקבוק מרכך מלבני); הבלטות, חריצים או נקודות מגע לזיהוי אופן הפתיחה; סימון בכתב ברייל או באותיות / מספרים מובלטים. יש להביא בחשבון כי הכרות האוכלוסייה עם כתב ברייל פוחת עם התרחבות השימוש במענים קוליים דיגיטליים.



חוש השמיעה:

שילוב קוד QR הנסרק באמצעות טלפון חכם ומפעיל הקראה קולית של פרטי המוצר, רכיביו והוראות השימוש בו.



חוש הריח:

בידול מוצרים בעלי תכונות דומות באמצעות ריח ייחודי ומובחן (כאמצעי עזר משלים בלבד).



חמשת העקרונות המרכזיים להתאמות באריזות של מוצרים

חלק ב

2. עקרון הקביעות

קביעות בעיצוב האריזה ובתקשורת החזותית, בתוך אותה סדרת מוצרים ובין גרסאות שונות של אותו המוצר, מאפשרת לאנשים עם לקות ראייה או עיוורון לפתח זיכרון תפקודי ומונע את הצורך בלמידה מחודשת בכל רכישה. הדבר מפחית טעויות ובלבול ומגביר את תחושת השליטה, הביטחון והעצמאות.

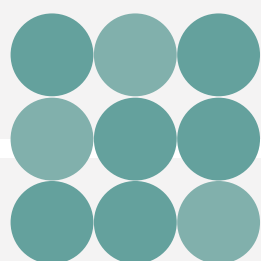


דוגמאות ליישום השימוש בעיקרון הקביעות:

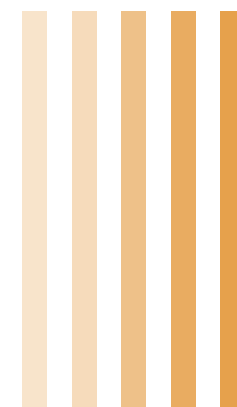
מיקום קבוע ואחיד של מנגנון הפתיחה בכל אריזות המותג.

מיקום קבוע לסימני המישוש, לתבליטים ולקודי ה-QR.

גריד עיצובי עקבי: מיקום זהה לשם המוצר, לטעם/ריח, לתאריך התפוגה ולטבלת הערכים התזונתיים.



כיוון אחיזה ברור: תכנון מבנה האריזה כך שניתן לזהות מיידית במגע מהו הצד הקדמי או העליון שלה.



3. עקרון הניגודיות

ניגודיות חזותית ומישושית מסייעת לאנשים עם לקות ראייה ועיוורון בזיהוי המוצר ושל המידע החיוני שעל האריזה של המוצר. יישום עקרון זה גורם לצמצום משמעותי של זיהוי ושגיאות שימוש ומשפר את יכולת ההתמצאות.

ניגודיות חזותית (צבע): יצירת הבדל ברור בין גוון הרקע לגוון הטקסט/ האובייקט (למשל טקסט כהה על רקע בהיר או להפך) ובהתאם להמלצות והתקנים (יחס ניגודיות של לפחות 70% בין הצבעים).

ניגודיות מישושית (מרקם): שילוב טקסטורות מובחנות (חלק לעומת מחוספס, מנוקד או מחורץ) לצורך זיהוי במגע.

דוגמאות ליישום השימוש בעיקרון הניגודיות:

שימוש בטקסט כהה (שחור/כחול כהה) על רקע בהיר (לבן/צהוב), ולהפך.

יצירת הבדל צבע ומגע בין פקק הבקבוק לגוף הבקבוק.

שימוש בצבעוניות מבדלת ועקבית עבור גרסאות שונות בתוך אותה סדרה (למשל כחול לשמפו וירוק למרכך).

הבלטת אזור האחיזה או הפתיחה באמצעות מרקם מחוספס על גבי אריזה חלקה.

דוגמה לניגודיות מישושית -
קוד QR מובלט, מתוך אריזה
מותאמת קורנפלקס "אלופים
ואלופות", תלמה, יוניליוור



4. עיקרון הפחתת עומס חזותי

עומס גרפי, ריבוי איורים, שימוש בגופנים צפופים וטקסטים ארוכים מקשים על אנשים עם לקות ראייה לאתר את המידע הנחוץ לו על אריזת המוצר ועל זיהוי המוצר עצמו על המדף. יישום עקרון הפחתת עומס ויזואלי על ידי עיצוב נקי וממוקד מפחית הסחות דעת, מונע טעויות רבות ומאפשר חוויית קנייה ושימוש נגישה.

דוגמאות ליישום עקרון הפחתת עומס ויזואלי:



צמצום כמות הטקסט למינימום ההכרחי וארגון היררכי ברור של המידע.



בחירה בגופן קריא בגודל אותיות ובריוח מספק.



בידוד מסרים מרכזיים כמו שם המוצר, מאפיין עיקרי ואזהרות מאיורים ומאלמנטים גרפיים רועשים.

לפני התאמה ויזואלית



אחרי התאמה ויזואלית

5. עקרון שימוש בטכנולוגיות מסייעות

שימוש בטכנולוגיות סטנדרטיות (הזמינות לכלל הציבור) מאפשר להעצים את תחושת העצמאות, למנוע תלות בעזרים ייעודיים תוך בחירה בערוץ צרכנות מתאים. קיימים מגוון פתרונות טכנולוגיים המאפשרים לאנשים עם לקות ראייה ועיוורון לגשר על פערי נגישות. כמו שימוש במצלמות סמארטפון, יישומי הגדלה, תוכנות זיהוי טקסט OCR, והקראה קולית. פתרון מיטבי משלב בין עיצוב אריזה פיזית מותאמת לבין גישה ממוקדת למידע דיגיטלי מונגש.



דוגמה ליישום עקרון שילוב טכנולוגיות מסייעות

שילוב קוד QR נגיש: שילוב קוד QR סטנדרטי על גבי האריזה, מאפשר סריקת הקוד במצלמת הסמארטפון המוביל ישירות לדף אינטרנט מונגש הכולל טקסט קריא ואפשרות הקראה קולית.

אריזה מותאמת חטיף תפוצ'יפס
חטיבת המלוחים, שטראוס עלית



המדריך להנגשה ולהתאמת אריזות עבור צרכנים עם לקות ראייה ועיוורון נועד לקדם שוויון, עצמאות ובטיחות באמצעות יישום חמש עקרונות מרכזיים: שימוש בחושים מפצים, ניגודיות, עקביות, הפחתת עומס חזותי ושימוש בטכנולוגיות מסייעות.

בהתאם לגישת העיצוב המכליל, אימוץ עקרונות אלו אינו מיטיב רק עם אנשים עם מוגבלות ראייה אלא משפר את חוויית השימוש, הנוחות והבהירות עבור כלל הציבור ומרחיב את בסיס הלקוחות.



שווה פיתוח

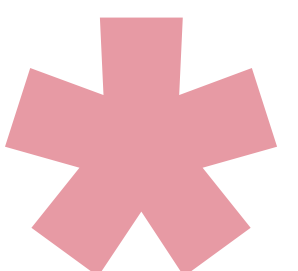
הינו מיזם משותף לביטוח לאומי - אגף הקרנות, ג'וינט ישראל מעבר למגבלות ועמותת ציונות 2000, שמטרתו יצירת מרחב צרכני שוויוני ומותאם לאנשים עם מגבלות ובני משפחותיהם. אנשים עם מגבלות מהווים 18% מהאוכלוסייה בישראל ומהווים כ- 11% מכוח הקנייה במשק. למרות חלקם הגדול באוכלוסייה הם אינם נתפסים על ידי עסקים כפלח שוק אטרקטיבי לפיתוח מענים מותאמים עבורם. המיזם מלווה עשרות חברות עסקיות בתהליכי פיתוח להתאמת מוצרים ושירותים מכלילים.



מרכז מגדל אור – עמותת יעדים לצפון

מגדל אור הוא מרכז רב שירותי, בפריסה ארצית, העוסק מזה למעלה משישים שנה בקידום תפקודי, תעסוקתי, חברתי ורגשי של אנשים עם לקויות ראייה או עיוורון מתוך הכוונה לאפשר לכל אדם לממש את מלוא הפוטנציאל הגלום בו. המרכז, שהוקם בשנת 1957 ומופעל משנת 2011 באמצעות עמותת 'יעדים לצפון' מייסודה של קרן רש"י, משמש, בין היתר, כזכיון של המוסד לביטוח לאומי, משרד הרווחה והשירותים החברתיים. השירותים המגוונים שלנו ניתנים בארבעה סניפים ראשיים: תל אביב, חיפה, ירושלים, באר שבע, וכן בביתם של האנשים ובסביבתם היום יומית. שירותים אלו נועדו להעניק מענה מקיף ורחב ככל האפשר. פעילות מגדל אור מתמקדת בפיתוח ובמתן מגוון שירותים מקצועיים, עדכניים וחדשניים, ובהפצת ידע בתחומי הקידום התפקודי, התעסוקתי, החברתי והרגשי לטובת אנשים עם לקויות ראייה או עיוורון, בני משפחותיהם והאנשים המעורבים בחייהם

מדריך זה פותח ונכתב ע"י ערן גל, מנהל מקצועי ומורשה נגישות שירות, מרכז מגדל אור - עמותת יעדים לצפון וצוות מיזם שווה פיתוח



מזמינים אתכם ליצור קשר עם מיזם שווה פיתוח כדי
להבין כיצד גם העסק שלכם יכול לקדם התאמות במוצרים
ושירותים על ידי יישום עקרונות של עיצוב מכליל ולשפר את
חויית השימוש עבור אנשים רבים עם וללא מוגבלות.



אינסטגרם 

האתר שלנו



אינסטגרם 

מרכז הידע

האתר שלנו

