

FIRMY WSPIERAJĄCE





SPIS TREŚCI:

- List Prezesa
- Informacja o XIII Kongresie PSPS
- Sprawozdanie z XIII Kongresu PSPS
- Walne Zebranie Członków PSPS
- Terminarz konferencji szkoleniowych i naukowych 2009
- Weekend z pasją
- Kongres Siemens 12-14 września 2008
- Profil Stylu Życia - nowe podejście do personalizacji ustawień aparatu słuchowego
- Muzyka łagodzi obyczaje
- Rayovac - ciągłe dążenie do doskonałości
- Fakty i Mity
- Wrzesień ogólnopolskim miesiącem walki z niedosłuchem
- Rynek protetyki słuchu w Polsce w 2007 roku na podstawie danych z NFZ
- APD (Auditory Processing Disorder) Zaburzenie przetwarzania słuchowego
- Zasady sprzedaży aparatów słuchowych w obrocie konsumenckim
- Biblioteczka protetyka słuchu

WYDAWCA:

Zarząd Polskiego Stowarzyszenia Protetyków Słuchu
www.psp.s.pl

SEKRETARIAT:

Maria Szkudlarz, os. Piastowskie 66/2,
61-157 Poznań, tel./fax (061) 877 05 69,
tel. kom. 0603 758 606,
e-mail: sekretariat@psps.pl

NAKŁAD:

1000 egz.

REDAKCJA BIULETYNU:

mgr Lidia Chmielewska
mgr inż. Wojciech Masełkowski
mgr Halina Paliwoda-Rojewska

Nr konta:

PKO BP I o/Poznań
26 1020 4027 0000 1502 0415 3839

Skład i druk:

QUEST GROUP
61-614 Poznań, ul. Mołdawska 30A
Tel./fax (061) 825 51 88
e-mail: questgroup@questgroup.com.pl

Szanowne Koleżanki, Szanowni Koledzy,

to już ósmy raz kieruję do was swój list. Tak naprawdę to mógłbym go nie pisać, ponieważ aktualny byłby tekst mojego wystąpienia sprzed roku. Znowu okres poprzedzający kontraktowanie świadczeń, znowu opóźnienia związane z edycją dokumentów określających warunki na jakich będziemy te umowy zawierać. Znowu jakiś niekompetentny urzędnik w Narodowym Funduszu Zdrowia "gmerał" przy zarządzeniu prezesa NFZ w sprawie kontraktowania na 2009 i "lekką rączką" pominął protetyków słuchu, którzy ukończyli kursy ale nie uzyskali tytułu zawodowego -protetyk słuchu. Skutkiem tego znacząca część ludzi z naszej branży może stracić możliwość zarobkowania i oczywiście zasilić grono bezrobotnych wyciągając rękę do państwa o zasiłek. Ograniczenie liczby firm świadczących usługi z zakresu zaopatrzenia w aparaty słuchowe to ograniczenie dostępu pacjentów do tego typu świadczeń. Ale kogo to w NFZ interesuje?!

Oczywiście jako Zarząd PSPS z całą mocą protestowaliśmy przeciwko zapisom projektu zarządzenia Prezesa NFZ, a ja sam osobiście zwróciłem się z prośbą o indywidualne interwencje naszych członków w tej sprawie. Niestety, co jest rzeczą kuriozalną, mój apel trafił w próżnię.

Wstyd się przyznać, ale nasze środowisko samo nie potrafi zadbać o swoje interesy! Nie potrafimy spójnie zadziałać w tak istotnej sprawie jak warunki określające wykształcenie uprawniające do świadczenia usług z zakresu protezowania słuchu. Chciałoby się krzyknąć: "Ludzie, czy wy śpicie i myślicie, że wszystkie sprawy same się rozwiążą po waszej myśli".

Życzę Państwu wszystkiego najlepszego. Dobrego samopoczucia z dobrze wykonanej pracy, a problemy niech rozwiązują inni. Nie chcę nikogo obrażać ani wytykać nikomu pomyłek, ale przy "takiej" prężności naszego środowiska problemy rozwiążą za nas inni i niekoniecznie po naszej myśli.

Aby zapobiec podobnej sytuacji w latach następnych, proponuję Państwu uzyskanie tytułu zawodowego - protetyk słuchu. Można to sprawnie i szybko przeprowadzić zdając egzamin czeladniczy w Izbie Rzemieślniczej. Jest to rozwiązanie dla tych wszystkich osób, które kończyły wszelkiego rodzaju kursy ale nie były one uwieńczone egzaminem państwowym.

Chciałbym to zorganizować pod egidą PSPS. Zachęcam wszystkich zainteresowanych do kontaktu z sekretariatem naszej organizacji. Chcielibyśmy ustalić jak wielu z nas jest zdecydowanych na zdanie takiego egzaminu a potem, stosownie do liczby ludzi, zorganizowanie go najprawdopodobniej w Poznaniu lub/i we Wrocławiu.

I na koniec krótko o XIII Kongresie PSPS. Nie można lakonicznie powiedzieć, że się odbył.

Przyjechało nas około 120 osób, może za sprawą kłopotów opisanych wyżej a może z powodu atrakcyjnego programu. Chciałbym tu podkreślić w pełni profesjonalne wystąpienie przedstawiciela Ministerstwa Zdrowia a dotyczące "naszej ustawy" tj: ustawy o zawodach około medycznych. Po wystąpieniu Pani Dyrektorki Katarzyny Chmielewskiej wszyscy, którzy byli na sali, uzyskali pewność, że ten akt prawny jest absolutnie niezbędny dla dalszego rozwoju naszej branży i honoruje tzw: prawa nabyte, a więc między innymi i sposób dochodzenia do uprawnień zawodowych.

Oczywiście żałuję mocno, że na Kongresie nie było nas więcej ale i tak obserwujemy drogę ku lepszemu. Chciałbym również podziękować wystawcom za wspaniałą ekspozycję swoich produktów. To dzięki nim Kongres PSPS może się w ogóle odbywać, gdyż wnoszą swój wkład finansowy w jego organizację.

Myślę, że wyczerpałem tematy bieżące. Co do jednego nie mam pewności: jaki kształt przyjmie zarządzenie Prezesa NFZ w sprawie warunków kontraktowania świadczeń na 2009 rok.

Mimo wszystko patrzę optymistycznie w przyszłość.

Pozdrawiam Państwa serdecznie. Do zobaczenia na "walnym" w styczniu.

mgr inż. J. Dubczyński
Prezes PSPS

Sprawozdanie z XIII Kongresu PSPS



Uczestnicy XIII Kongresu PSPS obradowali w Hotelu Boss, w Miedzeszynie w dniach 26-28 września b.r.

Program Kongresu, w którym uczestniczyło 118 osób, obejmował wykłady dotyczące aktualnych problemów branży oraz prezentacje nowości rynkowych firm.

Wykłady ogólne:

- Ustawa o niektórych zawodach medycznych oraz inne przepisy - K.Chmielewska MZ,
- Systemy dofinansowania a rynek aparatów słuchowych w Polsce - A. Ruta
- Porównanie przetwarzania sygnału w aparatach słuchowych przeznaczonych do standardowego i otwartego protezowania - M.Laureyns, Bruksela
- Spory klient-sprzedawca - M. Herde, Federacja Konsumentów
- Sprawozdanie z przebiegu Kampanii Usłyszeć Świat - R. Wróbel

Prezentacje firm:

- Starkey „Czy można połączyć sztukę z nauką? Oczywiście aparaty ZON” - T. Przybyła
- Phonak „Nowoczesny pacjent. Nowoczesny aparat. Nowoczesna sprzedaż” - T.Skwierczyński



- Pasion zastosowanie technologii RIC firmy Widex - A.Muszyńska
- Oprogramowanie zarządzania dla protetyków słuchu firmy AMPAREX
- Nowości Audio Service: Hype i Nova 2 - J. Latanowicz
- „Rayovac innowacyjność i tradycja” - P. Załęcki
- Okulary które słyszą firmy Bruckhoff - M. Dubczyńska
- Aparat MOVE - najnowszy produkt marki Bernafon
- Aparaty Vigo i Vigo Pro firmy Oticon - optymalne rozwiązania dla protetyka i pacjenta - K.Kubiak

Kongres otworzył Prezes Jarosław Dubczyński, przedstawiając najbardziej palący problem, jakim jest projekt zarządzenia Prezesa NFZ na rok 2009 w sprawie określenia warunków zawierania i realizacji umów w rodzaju zaopatrzenie w wyroby medyczne będące przedmiotami ortopedycznymi i środkami pomocniczymi.



. W projekcie znalazł się niekorzystny zapis, brzmiący: „w godzinach realizacji świadczeń, stała obecność protetyka słuchu z co najmniej rocznym stażem pracy w zawodzie po uzyskaniu tytułu zawodowego protetyk słuchu”. Uniemożliwi on w obecnej chwili, podpisywanie umów z NFZ 80% protetyków słuchu. Zarząd PSPS zareagował natychmiast, przesyłając pismo interwencyjne do Prezesa NFZ. Zapis cytowanego projektu zarządzenia jest niezgodny z Projektem Ustawy o niektórych zawodach, który aktualnie znajduje się w Sejmie RP. W przypadku odpowiedzi negatywnej, jedynym ratunkiem będą egzaminy czeladnicze w Poznaniu lub we Wrocławiu.

Prezes zaapelował również o zwiększenie aktywności członków oraz zmianę poziomu i tonu dyskusji na forum PSPS. Przed protetykami staje poważne



wyzwanie rozwiązań przyszłościowych w świetle przepisów UE. Musimy myśleć perspektywnie i zewrzeć szeregi.

Kontynuacją dyskusji o sprawach zawodu było wystąpienie Pani K.Chmielewskiej, która przypomniała zapisy projektu Ustawy oraz przewidywany tryb i termin jej zatwierdzenia. Pani Dyrektor zapewniła o interwencji w NFZ i poparciu stanowiska PSPS przez Departament Nauki i Szkolnictwa Wyższego MZ.

Pani A.Ruta przedstawiła systemy dofinansowywania i rynek aparatów słuchowych w Polsce na podstawie danych otrzymanych z NFZ. Ze szczegółami liczbowymi oraz wykresami porównawczymi można zapoznać się w jej artykule na str. ...

Bardzo interesujący i wygłoszony z dużą swadą był wykład Pana M.Laureynsa dotyczący wad i zalet protezowania otwartego w porównaniu z tradycyjnym. Podsumowując - protezowanie otwarte z cienkim wężykiem zmieniło sytuację na rynku aparatów słuchowych. Jego główne zalety to zmniejszenie okluzji i komfort dopasowania a wyzwaniem przyszłościowe, to uzyskanie wzmocnienia niskich częstotliwości, bez którego nie ma dobrego zrozumienia mowy w hałasie. Warto zadać sobie pytanie: czy stosować protezowanie otwarte obuusznie? Najwłaściwsza odpowiedź: robić to z dużym wyczuciem, uwzględniając preferencje pacjenta. Szerzej ten temat przedstawimy w następnym numerze Biuletynu.

Zmorą dnia codziennego wielu pracodawców, w tym także protetyków, są przepisy prawne. Jak sobie z nimi radzić mówił przedstawiciel Federacji Konsumentów, M.Herde. Przygotowany przez niego konspekt najważniejszych przepisów znajdują Państwo w Biuletynie na str. 34-36, a konkretne przypadki ich rozwiązywania będziemy przedstawiali w kolejnych numerach Biuletynu.

Największym zainteresowaniem uczestników, jak zwykle, cieszyła się wystawa firm. Jedynie na zjazdach PSPS istnieje możliwość zapoznania się równocześnie z tak szeroką ofertą handlową. W tym roku swoje stoiska mieli: AMPAREX, Audio Service, Bernafon, Beltone, Bruckhoff, GNR, Interton, Librex -Energizer, Oticon, Phonak, RayCenter Trading, Starkey, Widex.

Prezentowana galeria zdjęć najlepiej odda walory i atmosferę wystawy. Wszyscy wystawcy starali się wyeksponować swoje nowości jak najlepiej i ciekawie w formie ekspozycji, prospektów, płyt itp.



Po raz pierwszy gościliśmy firmy AMPAREX i Audiolę. Pierwsza z nich przedstawiła oprogramowanie zarządzania dla gabinetów protetyki słuchu, a druga szeroki asortyment wkładek usznych, ochronników przed hałasem oraz modeli plastycznych ucha.



Wystawcy różnymi sposobami starali się zainteresować zwiedzających.

Przytoczę kilka ciekawostek, które szczególnie zwróciły moją uwagę.

Na stoisku GNR wspólnie z Intertonem i Beltone

KONGRES PSPS - migawki fotograficzne







fantastyczny portrecista wykonywał pamiątkowe rysunki. Firma Beltone zaprezentowała nowe spojrzenie na obudowę zausznych aparatów słuchowych. Przedstawiła aparat w obudowie ze srebra, ozdobionej diamentkami. Czy to wróży przełom świadomości i aparat słuchowy będziemy nosić jak biżuterię?



Radością dla oczu był piękny bukiet ze słoneczników na stoisku z bateriami RCT.

Firma Starkey prezentowała walory najnowszego aparatu zon™ (z firmowo zastrzeżoną technologią BluWave™SP) wrzucając go do wody z pływającą rybką, oraz zapraszała na spotkanie jesieni z firmowym



parasolem.

Zapoznając się z bogatą paletą aparatów Monza+, Hype i Nova 2 firmy AudioService, można było zabawić się strzelaniem do tarczy i wygrać bonusy promocyjne.

Zjazdy protetyków, oprócz części szkoleniowej, to również dyskusje kularowe i wymiana doświadczeń.



Sprzyjała temu piękna jesienna pogoda, wygodne wnętrza hotelowe i zadbane otoczenie, oraz bardzo urozmaicone i elegancko podane jedzenie.

Następne spotkanie, to WZCz w dniach 9-11 stycznia 2009 roku, w Kiekrzu (szczegóły na str. 7).

Maria Szkudlarz



Walne Zebranie Członków PSPS

Uprzejmie informujemy, że Walne Zebranie Członków PSPS **sprawozdawczo - wyborcze**, odbędzie się w dniach 9-11 stycznia 2009r. w Ośrodku Szkoleniowym Sił Powietrznych w Kiekrzu ul. Rekreacyjna 2, tel/fax 061 8578231.

Prosimy o zgłoszenia z zaznaczeniem noclegów (listowne, telefoniczne lub sekretariat@psps.pl) do 20 XII br. w sekretariacie PSPS wraz z opłatą na konto PKO BP I O /Poznań Nr **26 1020 4027 0000 1502 0415 3839**, w wysokości 250 zł członkowie PSPS, 350 zł pozostałe osoby. Zgłoszenia po terminie: 300 zł członkowie, 400 zł pozostałe osoby. Opłata kongresowa obejmuje wstęp na salę wykładową i wystawę, kolację 9 (piątek), śniadanie, obiad, przerwę kawową i kolację bankietową 10 (sobota), śniadanie 11 (niedziela).

Koszty noclegów uczestnicy pokrywają we własnym zakresie: pokoje 2-osob. cena 140 zł a 1-osob. 97 zł.

Szczegółowy program będzie dostępny na stronie www.pspss.pl w późniejszym terminie.

Zachęcamy Państwa do zgłaszania swoich propozycji tematów wykładów, Jak zwykle liczymy na aktywny udział firm, które zapraszamy do prezentacji swoich wyrobów, udziału w wystawie Koszty: Prezentacje 1/2 h 1000 zł członkowie PSPS, 1500 zł pozostałe firmy. Miejsce wystawowe 1000 zł członkowie PSPS, 1500 zł inne firmy, wystawcom przysługuje 10 min. prezentacja.

Terminarz konferencji szkoleniowych i naukowych 2008/2009



Weekend z pasją

Spotkanie dystrybutorów i przyjaciół firmy Widex odbyło się w dniach 19-21 września w Grand Hotelu Sofitel w Sopotie, a jego gospodarzami byli Państwo Małgorzata i Wojciech Matyja. Elegancja i wykwintność miejsca dostosowana została do prezentowanych aparatów. Oferta firmy została bowiem poszerzona o aparaty Passion w klasie ekonomicznej i biznesowej oraz zupełnie nową rodzinę aparatów - mind440. Passion to jeden z najmniejszych aparatów słuchowych typu RIC (Receiver-in-the-Canal) tzn. ze słuchawką umieszczoną w przewodzie słuchowym użytkownika. Miniaturowa obudowa aparatu Widex Passion gwarantuje maksimum dyskrecji, komfortu i stylu. Szczegóły techniczne aparatu przedstawił w swoim wystąpieniu David Morris z Danii, można się z nimi również zapoznać się na stronie www.widex.com.pl. Zalety aparatu Passion testowane były przez finalistów konkursu „Pacjent z pasją”. Po kilku tygodniach noszenia aparatu pacjenci, z których każdy miał swoją pasję życiową, wypowiedzieli się na temat walorów aparatu, w porównaniu do używanych wcześniej. Wyłoniono 6 najciekawszych relacji; mogliśmy je oglądać na filmach amatorskich, których bohaterami byli: krótkofalowiec, muzyk, pianistka i pilotka, hobbysta sportów walki, poeta, fotograf, oraz miłośniczka koni. Uczestnicy spotkania w drodze głosowania wytypowali do nagrody, którą są 2 aparaty Passion, panią Julię Zdrojewską - miłośniczkę koni.

Na szczególną uwagę zasługuje wykład Karoliny Charaziak pt. „Muzyka łagodzi obyczaje”, który prezentujemy Państwu na stronach 14-15 Biuletynu. Wykład o działaniu muzyki, likwidującej w dużej mierze stres pacjentów związany z niedosłuchem, był wstępem do drugiego wykładu: „mind440 założenia audiologiczne”. W aparatach serii mind440, oprócz nowego systemu kompresji, rozszerzonego pasma przenoszenia i innowacyjnych pomiarów RECD in-situ,



zastosowano program Zen, zapewniający użytkownikowi spokój umysłu dzięki muzyce fraktalnej generowanej przez aparat. Muzyka fraktalna to samo-podobne, ale nie powtarzające się relaksujące dźwięki, dopasowane do preferencji użytkownika. Program Zen w aparacie mind440 nie wyklucza również dopasowania otwartego, a aparat mind440 to po prostu przyjemność słuchania. Atrakcją po części szkoleniowej był wyjazd na pole golfowe. Dla większości z nas było to pierwsze zetknięcie się na żywo z tym elitarnym sportem. Może ktoś odkryje w sobie nową pasję?

Po wyczynach sportowych była kolacja przy muzyce, występy kabaretowe oraz wiele innych atrakcji, zapewnionych przez „Instytut Edmunda”. Największym powodzeniem cieszyło się atelier fotograficzne, gdzie można było robić sobie zdjęcia w różnych przebraniach. Nietypową zabawą było pozowanie karykaturzystce; portrety pozostaną zabawną pamiątką po sopockim spotkaniu.

Maria Szkudlarz



HYPE.
DUŻA MOC.
NIEWIELKI ROZMIAR.

TYLKO W AUDIO SERVICE



Nova 2 HP



Nova 2
Nova 2 P



Vega Nova 2 -45



Aumea Nova 2 - 45



Aumea Nova 2 - 50

55 dB

70 dB

Nova 2 jakość słyszenia

 **Audio Service**
słyszeć · rozumieć · rozmawiać

Audio SAT Sp. z o.o. · ul. Warszawska 39/41 · 61-028 Poznań
Telefon: (61) 653 68 35 / 34 · Faks: (61) 653 68 39
E-Mail: biuro@audioservice.pl · www.audioservice.pl

Kongres Siemens 12-14 września 2008

Centrum Konferencyjne Magellan nad Zalewem Sulejowskim



Firma Siemens, reprezentowana przez Piotra Gawęckiego, postanowiła dowartościować kompetentnych i kreatywnych pracowników, zarówno w swoim zespole jak i wśród protetyków. O właściwości tego kierunku świadczą przedstawione w trakcie Kongresu wyniki sprzedaży oraz zgrany i świetnie pracujący zespół firmy. Mając na uwadze dobro i zadowolenie pacjenta, odpowiednio wykształcony protetyk musi być przekonujący w tym, co robi i co mówi. Cechy dobrego protetyka słuchu przedstawił w swoim wystąpieniu „Branża protetyczna oczami trenera biznesu” Krzysztof Operacz.

Na szczególną uwagę zasługuje, prowokujące do zmiany myślenia, wystąpienie Kamila Otwinowskiego „Fakty i mity rynku aparatów słuchowych” (str. 22-23).

W ramach nowości firmowych, przedstawiono aparat Explorer 500 P - dedykowane rozwiązanie, które nada życiu dziecka i nastolatka nowe brzmienie, by mogło lepiej poznawać otaczający je świat. To właśnie dźwięk sprawia, że dzieciństwo jest pełne niezapomnianych doznań. Explorer stworzony specjalnie z myślą o dzieciach i nastolatkach, zapewnia swobodne komunikowanie się ze światem. Aparat jest w pełni kompatybilny z systemami FM, a jego wyposażenie w nowoczesne technologie umożliwia łatwe dostosowanie



do zmieniających się z wiekiem potrzeb (szczegółowo techniczne na www.siemens.pl/audiologia).

Dla młodych ludzi, choć nie tylko, ważny jest dostęp do nowoczesnych technologii. Specjalnie z myślą o nich firma Siemens opracowała zestaw Tek, który umożliwia bezprzewodowy transfer sygnału audio z telefonu komórkowego, odtwarzacza MP3, telewizora i innych urządzeń bezpośrednio do aparatów Explorer. Nowa wersja Connex 6.0 została uzupełniona o aplikację ClinicalFit, przeznaczoną specjalnie do dopasowania aparatów dla dzieci.

Pacjenci są niepowtarzalni i mają różne potrzeby - zapewnieniu właściwych relacji pomiędzy pacjentem a protetykiem służy program Profiler, kreślący portret psychologiczny na podstawie otrzymanych danych. Jest to dowód na ważność przeprowadzenia szczegółowego wywiadu z pacjentem.



Uczestnicy Kongresu mieli również okazję do relaksu i zabawy. Wszystkim na długo w pamięci pozostanie wspaniały wieczór w klimacie francuskim - doskonała kuchnia, degustacja win, przeźrocza z pięknych zakątków Francji, rzeźby lodowe z wieżą Eiffla. Całość wieczoru uświetniła swoim recitale ulubionych piosenek Olga Bończyk oraz Waldemar Malicki, łączący wspaniałą grę na fortepianie z dużą dawką humoru. Gospodarzem wieczoru był dyrektor Teatru Korez - Mirosław Neinert.

Jako zadanie domowe, warte odrobienia, otrzymaliśmy do przeczytania książkę, która zmienia fundamenty myślenia „TAK! 50 sekretów nauki perswazji”.

Maria Szkudlarz

SIEMENS



Już nadchodzi Avanti
Wysokie ceny dostaną
czerwoną kartkę



bernafon[®]
Your hearing • Our passion

Profil Stylu Życia - nowe podejście do personalizacji ustawień aparatu słuchowego

Tradycyjne metody dopasowania aparatów w przytłaczającej większości przypadków bazują na wynikach standardowych badań klinicznych, w tym głównie na audiometrii tonalnej. Badanie audiometryczne jest bardzo wartościowym, powszechnie wykorzystywanym testem, gdyż umożliwia ono dość precyzyjną jakościową i ilościową ocenę niedosłuchu. Niemniej jednak, jeżeli chodzi o dopasowanie najnowszych aparatów słuchowych, **audiometria tonalna okazuje się być niewystarczająca** - ze względu na dużą złożoność najnowocześniejszych aparatów, ich dopasowanie wymaga uwzględnienia wielu dodatkowych informacji o pacjencie, niż tylko danych nt. percepcji tonów o różnych częstotliwościach. Wynik audiometrii tonalnej umożliwia względnie dobre **wstępne** dopasowanie wzmocnienia, kompresji i MPO w pasmach. Pozostaje więc pytanie: jak szybko i precyzyjnie dopasować:

- stałe czasowe aparatu ?
- zakres działania systemu adaptacyjnego ?
- właściwości kierunkowe mikrofonu ?
- ustawienia adaptacyjnej redukcji hałasu i innych systemów zwiększających komfort użytkowania ?
- balans niskich i wysokich częstotliwości ?
- dobrać ilość i rodzaj programów słuchowych ?

Niestety, nawet najbardziej dokładnie wykonany audiogram tonalny nie pomoże nam w celnej personalizacji ustawień całej gamy programowalnych parametrów aparatu. Żadna z metod „przeliczania” wartości progu słyszalności HTL na np. odpowiednie wzmocnienie aparatu nie pozwala wnioskować o np. pożądanej kierunkowości lub wartości stałych czasowych.

Aby dopasować „dzisiejszy” aparat słuchowy należy uwzględnić zupełnie innego rodzaju informacje, dane - nazwijmy je tak - poza-audiologiczne. W odróżnieniu od wyniku audiometrii tonalnej, **dane te nie mają wartości diagnostycznej, jednocześnie są**

szczególnie istotne do precyzyjnego dopasowania. W ten sposób dochodzimy do narzędzia, które jest głównym tematem niniejszego artykułu, czyli **Profilu Stylu Życia (PSŻ).**

PSŻ jest bazą danych, która ma 2 zasadnicze funkcje: 1) archiwizacja informacji nt. określonych oczekiwań pacjenta co do działania aparatu w różnych otoczeniach akustycznych, 2) analiza i przetworzenie tych danych a następnie ich aplikacja w postaci odpowiednich ustawień aparatu. **Innymi słowy, za pomocą PSŻ gromadzimy dane, które nie wynikają w żaden sposób z tradycyjnych badań klinicznych i uwzględniamy jej w dopasowaniu.** PSŻ jest dostępny w następujących produktach Bernafon: PRIO, ICOS, brite oraz MOVE. Przykładowe działanie PSŻ przeanalizujemy na przykładzie MOVE, ostatnio wprowadzonej na rynek rodziny aparatów słuchowych Bernafon. Oczywiście istnieje mnóstwo możliwych scenariuszy dopasowania, my jednak skoncentrujemy się na dwóch aspektach funkcjonowania PSŻ - doborze dobranych programów słuchowych oraz optymalizacji parametrów pracy aparatu (tych z Państwa, którzy dysponują oprogramowaniem OASIS plus serdecznie zachęcamy do „przerobienia” omawianych poniżej operacji za pomocą komputera).

Załóżmy, że dopasowujemy MOVE 106 BTE (czyli miniaturowy aparat zauszny na baterie 312). W zakładce <<Klient>> OASIS plus przechodzimy do <<Styl Życia>>, w ten sposób zyskujemy dostęp do czterech kategorii <<Dom>>, <<Czas wolny>>, <<Praca>> oraz <<Podróż>>. Zakładamy, że jednym z najważniejszych priorytetów słuchowych naszego klienta jest konwersacja z jedną osobą w hałaśliwym pomieszczeniu mieszkalnym - **informacja ta w żaden sposób nie wynika z audiometrii tonalnej.** Klikamy <<Dom>>, → Jedna osoba, → Głośno oraz → Pokój mieszkalny a następnie → Dodaj do Profilu Stylu Życia. W czasie wolnym nasz klient chodzi do kina zaopatrzonego w pętlę indukto-foniczną - uwzględniamy ten fakt w dopasowaniu klikając <<Czas

wolny>>, → Postępuj za pokazem, → Kino oraz → Z cewką tel., a następnie → Dodaj do Profilu Stylu Życia. Jeżeli nasz pacjent słucha często muzyki, wprowadzamy kolejny priorytet <<Dom>>, → TV/Radio/Muzyka oraz → Muzyka oraz zatwierdzamy go poprzez → Dodaj do Profilu Stylu Życia. W ten sposób wprowadzamy do 5



priorytetów.

Następnie przechodzimy do <<Programy>> oraz → Wyznacz. Okazuje się, że system **samoczynnie** przydzielił 3 Programy słuchowe: „Program Automatyczny” (czyli główny, z mikrofonem adaptacyjnym dla konwersacji z hałaśliwym otoczeniu), „Widownia” (automatycznie aktywujący cewkę, wszakże klient bywa w kinie z pętlą, przy okazji przypominamy że MOVE 106 DM jest pierwszym aparatem mini-BTE Bernafon posiadającym cewkę telefoniczną) oraz oczywiście „Muzyka”. **Dokonałiśmy więc personalizacji programów zgodnie ze stylem życia i wymaganiami klienta.**

O wiele trudniejszym zagadnieniem jest personalizacja ustawień aparatu w aspekcie stylu życia klienta. Jednym z najważniejszych priorytetów użytkownika jest zrozumiałość mowy. Analizując ustawienia poszczególnych ustawień MOVE przekonamy się, że system odpowiednio uwzględnił tę informację w **dopasowaniu**: zastosowano nieco większe wzmocnienie w kanałach wysokiej częstotliwości, zmniejszono stałe czasowe, zredukowano nieznacznie zakres działania adaptacyjnej redukcji hałasu (która może „mylić” niektóre szumowe głoski z sygnałami niepożądanymi),

aktywowano tryb adaptacyjny lub kierunkowy. Jeżeli ten sam pacjent, z tym samym audiogramem stwierdzi, że priorytetem jest komfort, system przyjmie inne ustawienia: więcej wzmocnienia w zakresie niskich tonów (bardziej „ciepły” dźwięk), tryb wszechkierunkowy lub mieszany (czyli kierunkowy w zakresie wysokich tonów, ale wszechkierunkowy w zakresie niskich częstotliwości), dłuższe stałe czasowe, większy zakres działania układów redukcji hałasu... **Innymi słowy - pomimo takich samych danych audiometrycznych, ustawienia aparatu są zupełnie inne, co nie powinno dziwić, wszakże wymagania klienta są różne.** Jeżeli dla tego samego klienta w jednych warunkach priorytetem jest komfort, a w innych zrozumiałość mowy, proponujemy zastosowanie dwóch programów automatycznych: jeden z nich do odbioru mowy, drugi program pro-komfortowy (MOVE to **pierwszy aparat**, który oferuje nawet 3 niezależne programy automatyczne).

Jak widać, PSŻ to zupełnie nowa jakość w procesie dopasowania. Dzięki wnikliwej analizie danych nt. wymagań klienta oraz ich aplikacji w postaci odpowiednich ustawień aparatu, proces dopasowania - nawet tak złożonego aparatu jakim jest MOVE - jest wyjątkowo szybki i precyzyjny. **Co najważniejsze - jest to proces automatyczny, gdyż OASIS plus samoczynnie analizuje dane w PSŻ oraz odpowiednio dobiera ustawienia aparatu.** Jedyne więc co pozostaje, aby spersonalizować działanie aparatu, to wprowadzić odpowiednie dane do PSŻ. Sukces i satysfakcja klienta gwarantowane!

W celu zasięgnięcia dalszych informacji na temat Profilu Stylu Życia oraz aparatów MOVE prosimy zajrzeć na stronę www.bernafon.pl bądź skontaktować się z naszymi pracownikami: infolinia nr 801 800 113.

bernafon 
Innovative Hearing Solutions

Muzyka łagodzi obyczaje...



Znane wszystkim ulubione porzekadło Jerzego Waldorffa „muzyka łagodzi obyczaje” nawiązuje do niezwykłego wpływu muzyki na ludzki umysł. Zdecydowana większość z nas podświadomie zdaje sobie sprawę z kojącego działania muzyki, szczególnie w stresujących sytuacjach, co zresztą potwierdzają badania ankietowe. Wynika z nich, że słuchanie muzyki jest jednym z najczęściej wymienianych sposobów na zrelaksowanie i osiągnięcie wewnętrznego wyciszenia [1]. Co więcej, muzyka może być również czynnikiem pobudzającym do efektywniejszej pracy i abstrakcyjnego myślenia. Jak to się zatem dzieje, że dźwięki mogą mieć tak ogromny wpływ na nasze samopoczucie i kreatywność? To pytanie nurtowało już wielu naukowców, dzięki czemu możemy dziś spróbować sobie na nie odpowiedzieć.

Muzyka, mózg i my

W przeciwieństwie do mowy, muzyka pobudza znacznie szersze obszary mózgu, które zaangażowane są również w inne funkcje [2]. Słuchanie muzyki znacząco przyczynia się do obniżenia w organizmie produkcji hormonu stresu czyli kortyzolu, co wpływa kojąco na nasz układ limbiczny, który jest odpowiedzialny za regulację zachowań emocjonalnych. Jedynie w nielicznych przypadkach ma ona działanie odwrotne, co dotyczy głównie muzyków, którzy słuchając muzyki poddają ją czynnej analizie. Zauważono, że muzyka nie tylko pomaga zwalczyć stres, ale także korzystnie wpływa na zmniejszenie odczucia bólu, co wykorzystywane jest w medycynie [3]. Z drugiej zaś strony nie każdy rodzaj muzyki wpływa na nas w taki sam sposób. Dla niektórych hard rock czy heavy metal jest doskonałym zamiennikiem muzyki relaksacyjnej. W dużej mierze to, czy dane dźwięki

są interpretowane przez nas jako relaksujące czy irytujące, wynika z naszych wrodzonych i nabytych preferencji [4]. Sposób, w jaki interpretujemy dany utwór muzyczny, wpływa na pobudzenie całego naszego organizmu poprzez autonomiczny układ nerwowy. Dźwięki irytujące powodują pobudzenie współczulnego układu nerwowego (przygotowanie organizmu do „walki” - szybsza praca serca, rozszerzenie źrenic, wzmożona produkcja adrenaliny), natomiast relaksujące - przywspółczulnego (odpoczynek organizmu).

Jak już wspomnieliśmy, słuchanie muzyki w pracy może przyczynić się do zwiększenia jej efektywności. Najlepszym przykładem niezwykłego działania muzyki na wyobraźnię i kreatywność jest dorobek twórcy teorii względności Alberta Einsteina, który dzięki grze na skrzypcach rozwinął naukowe skrzydła. Co ciekawe, słuchanie tak znakomitych utworów jak sonaty Mozarta powoduje wzrost IQ o kilka punktów! Zanim jednak wszyscy z zapałem zaczną wsłuchiwać się w twórczość tego wielkiego kompozytora (do czego, notabene, gorąco zachęcam) niech wolno mi będzie dodać przysłowiową „łyżkę dziegiu” i zauważyć, że wspomniany „efekt Mozarta” ma działanie chwilowe.



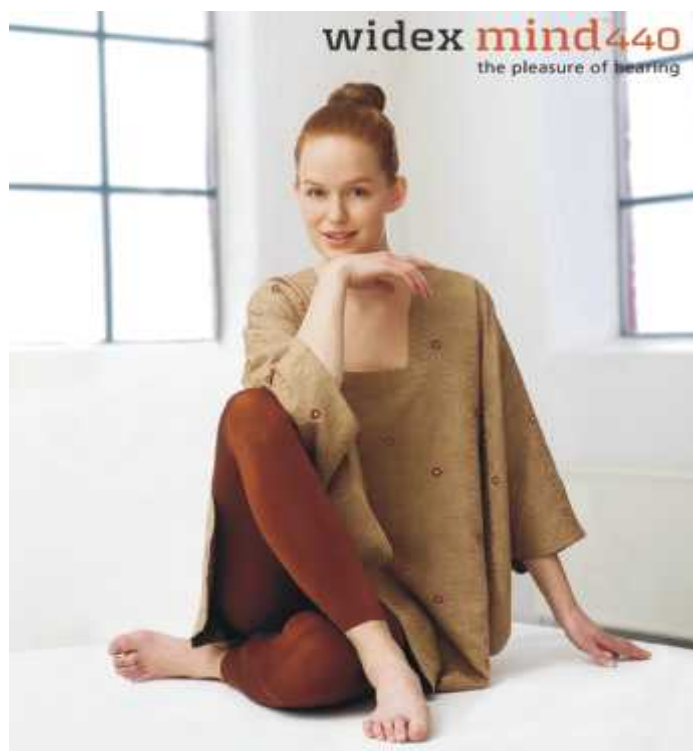
Wyniki licznych badań dowodzą, że muzyka o małej zawartości informacji, pojawiająca się w tle, prowadzi do szybszego i dokładniejszego rozwiązywania różnego rodzaju testów kognitywnych [5]. Naukowcy sugerują również, że to, czy muzyka w pracy nam pomaga czy

przeszkadza, wynika z naszego ekstrawertyzmu lub introwertyzmu. Okazuje się bowiem, że introwertycy, którzy z reguły uzyskują lepsze wyniki w testach wymagających silnego skupienia, ulegają rozproszeniu pod wpływem bodźców dźwiękowych w tle, czego nie obserwuje się wśród ekstrawertyków [6].

Odpowiednio dobrana muzyka może nam zatem służyć zarówno w domu, gdy w wygodnym fotelu zażywamy relaksu, jak i w pracy, stanowiąc motor dla naszej wyobraźni, kreatywności i pozytywnego nastawienia.

Muzyka w aparatach słuchowych Widex

Co skłoniło firmę Widex do zainteresowania się niezwykłym wpływem muzyki na ludzki umysł i emocje? Przede wszystkim fakty. Statystyki dowodzą bowiem, że osoby z nieskompensowanymi ubytkami słuchu żyją w ciągłym dyskomforcie, czują się zażenowane i zawstyżone w wielu codziennych sytuacjach, co w efekcie prowadzi do uczucia irytacji, wyobcowania, a nawet depresji, apatii i niestabilności emocjonalnej [7]. Niedosłuch to nie tylko „problem ze słyszeniem”, ale również ogromny STRES, który niekorzystnie wpływa na stan zdrowia całego organizmu [8]. Czy w związku z tym doskonale działający aparat słuchowy może rozwiązać także psychologiczne aspekty niedosłuchu? W nadziei, że tak właśnie się stanie, firma Widex proponuje aparat słuchowy, który wykorzystuje moc muzyki w celu



przywrócenia równowagi umysłu i ducha. Aparaty **mind440**, będące głównym tematem wykładów podczas ostatniego zjazdu dystrybutorów firmy Widex w Sopocie, oprócz nie tylko sprawdzonych, lecz unowocześnionych systemów przetwarzania dźwięku, oferują użytkownikom programy, generujące na bieżąco niezwykle melodie w oparciu o zasady geometrii fraktalnej. Tony Zen, bo o nich właśnie mowa, pozwolą użytkownikom aparatów **mind440** korzystać z nadzwyczajnej mocy muzyki, kiedy tylko przyjdzie im na to ochota: w pracy i w domu, w chwili skupienia i relaksu. Do wyboru jest 5 różnych stylów Zen, które dodatkowo mogą być modyfikowane przez specjalistę, zatem nawet najbardziej wysublimowane gusta muzyczne mogą być zaspokojone. Aparat **mind440** nie tylko potrafi „grać”, ale również mówić. Funkcja komunikatów głosowych SmartSpeak z całą pewnością ułatwi obsługę aparatu, szczególnie początkującym użytkownikom. Aparaty **mind440** mają do zaoferowania znacznie więcej, ale o tym mogą się Państwo przekonać zaglądając do specjalistycznych materiałów firmy Widex.

Karolina Charaziak

- [1] Roper Starch Worldwide (2000), **Global 2000 Consumer Study**, New York Times
- [2] Besson, M., Faieta, F., Peret, I., & Bonnel, A. M. Et al. (1998) **Singing in the Brain: Independence of Lyrics and Tunes** Psychological Science, 9: 494-98
- [3] <http://www.musicahumana.org/>
- [4] Sweetow, R., **The power of musical Stimuli**, wykład na EUHA 2007
- [5] Cockerton, T., Moore, S., Norman, D., (1997), **Cognitive test performance and background music**, Perceptual and Motor Skills, 85: 1435-38
- [6] Furnham, A., Bradley, A., (1997), **Music while you work: The differential distraction of background music on the cognitive test performance of introverts and extroverts**, Applied Cog. Psych. 11:445-55
- [7] The National Council on the Aging. (1999). **The Consequences of Untreated Hearing Loss in Older Persons**. Washington, D.C.
- [8] Ross, M., **Some reflections on Hearing Aids**, <http://www.therubins.com/geninfo/reflhear.htm>

TERAZ BATERIE RAYOVAC DOSTĘPNE TAKŻE PRZEZ INTERNET - WWW.RAYOVAC.PL







**Więcej cynku!
Dłuższe działanie!**



Jedyna bateria na świecie z 4-letnią żywotnością



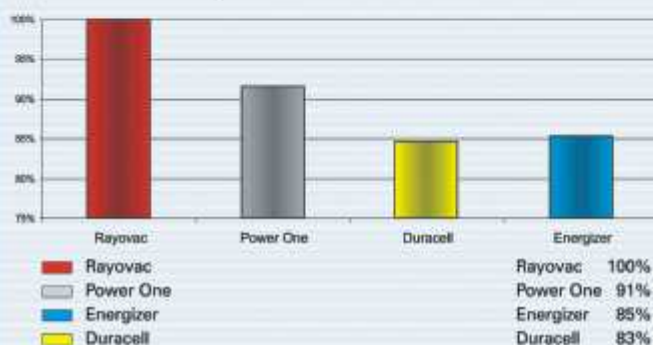
-  Ulepszona - Moc
-  Zwiększona - Pojemność
-  Wydłużony - Okres przydatności
-  Ulepszona - Stałość parametrów

• OD 70 LAT RAYOVAC PRODUKUJE I UDOSKONALA DLA PAŃSTWA BATERIE DO APARATÓW SŁUCHOWYCH

• RAYOVAC ADVANCED - TO BATERIE O NAJLEPSZYCH PARAMETRACH TECHNICZNYCH I JAKOŚCI PRZEWYŻSZAJĄCEJ PAŃSTWA OCZEKIWANIA. UDOSKONALENIA TE ZOSTAŁY OPRACOWANE PRZEZ NAJLEPSZYCH SPECJALISTÓW W DZIEDZINIE BATERII DO APARATÓW SŁUCHOWYCH.

• DZIĘKI OPATENTOWANEJ KONSTRUKCJI I UŻYTIEM MATERIAŁOM BATERIE CYNKOWO - POWIETRZNE RAYOVAC DOSTARCZAJĄ ZWIĘKSZONEJ MOCY PRZY JEDNOCZESNYM WYDŁUŻENIU ŻYWOTNOŚCI I ZACHOWANIU STAŁOŚCI PARAMETRÓW

PRZEPROWADZONE PRÓBY BADAŃ CZASU DZIAŁANIA BATERII 4 NAJWIĘKSZYCH PRODUCENTÓW



* Źródło: Rayovac - wewnętrzny test baterii słuchowych na podstawie średniej wodnej dla wszystkich typów baterii, Marzec 2006. Opracowany zgodnie z załoženiami ANSI i IEC

BADANIA DOWODZĄ, ŻE TYLKO BATERIE CYNKOWO - POWIETRZNE RAYOVAC Z OPRACOWANYM PRZEZ NAJLEPSZYCH SPECJALISTÓW SYSTEMEM DYSTRYBUCJI POWIETRZA „AIR MANAGEMENT SYSTEM” SPEŁNIAJĄ OCZEKIWANIA OSÓB NAWET O GŁĘBOKICH UBYTKACH SŁUCHU

DYSTRYBUTOR BATERII RAYOVAC ADVANCED W POLSCE:

Ray Center Trading Sp.j.

ul. Instalatorów 5, 02-237 Warszawa, tel. +48 22 868 04 25

fax: +48 22 846 62 19, e-mail: rayovac@rct.pl, www.rayovac.pl



RayCenterTrading



Rayovac - ciągłe dążenie do doskonałości

Producenci baterii cynkowo - powietrznych zasilających układy współczesnych aparatów słuchowych stają przed niezwykle trudnym wyzwaniem. Ich produkty muszą spełniać bardzo rygorystyczne warunki, żeby być dopuszczonymi na rynek, ale jedynie wyśrubowane do granic możliwości, wewnętrzne normy produkcji oraz determinacja w dążeniu do innowacji, pozwolą w sposób komfortowy korzystać z osiągnięć myśli technicznej.

Z takim przekonaniem firma Ray Center Trading podejmowała współpracę ze światowym liderem w produkcji baterii słuchowych - firmą Rayovac, mającą 72 % udział w rynku europejskim. Duża popularność tych baterii jest konsekwencją zaangażowania Rayovaca we współpracę ze światem nauki, sięgającą 1906 r. kiedy to zatrudniono profesora z miejscowego uniwersytetu dr Charlesa F. Burgess'a, a wynikiem tej kooperacji są innowacje, które pozwoliły osiągnąć bezprecedensowy poziom jakości. Produkty Rayovaca zostały docenione również przez przedstawicieli Armii Stanów Zjednoczonych, którzy podjęli współpracę z firmą podczas pierwszej wojny światowej i trwa ona do dnia dzisiejszego.

Poniżej przedstawiam historię innowacji, które w znacznym stopniu przyczyniły się do rozwoju protetyki słuchu na świecie, a które są dziełem firmy Rayovac.

- 1937 r. Rayovac otrzymuje patent na pierwszą baterię ładowalną do aparatów słuchowych
- 1949 r. wprowadzono pierwszą alkaliczną baterię słuchową Rayovac
- 1977 r. wyprodukowano pierwszą baterię cynkowo - powietrzną Rayovac
- 1980 r. wprowadzono na rynek udoskonaloną baterię „Air 2000”
- 1995 r. wprowadzono na rynek pierwszą baterię o rozmiarze 5 AU
- 1996 r. wyprodukowano baterie z serii High Power

- 1999 r. wydłużono okres przydatności do użycia baterii z 12 do 18 m-cy

- 2003 r. wprowadzono na rynek baterie o jeszcze wydłużonej przydatności do użycia i stabilniejszych parametrach

- 2005 r. wprowadzono jedyne na świecie baterie o 4 - letnim okresie przydatności do użycia.

- 2006 r. wprowadzono na rynek baterie z serii Rayovac Advanced o 17 % większych możliwościach prądowych (w stosunku do następnej firmy konkurencyjnej) i 10 % większej pojemności (w stosunku do poprzedniego produktu Rayovaca), oraz baterie Cochlear o zwiększonych o 30 % możliwościach prądowych.

- 2007 r. wprowadzono baterie z serii Rayovac Extreme (Gen X), przeznaczone dla osób używających aparatów słuchowych zaawansowanych technicznie i potrzebujących baterii zdolnych do wytworzenia dużej mocy chwilowej.

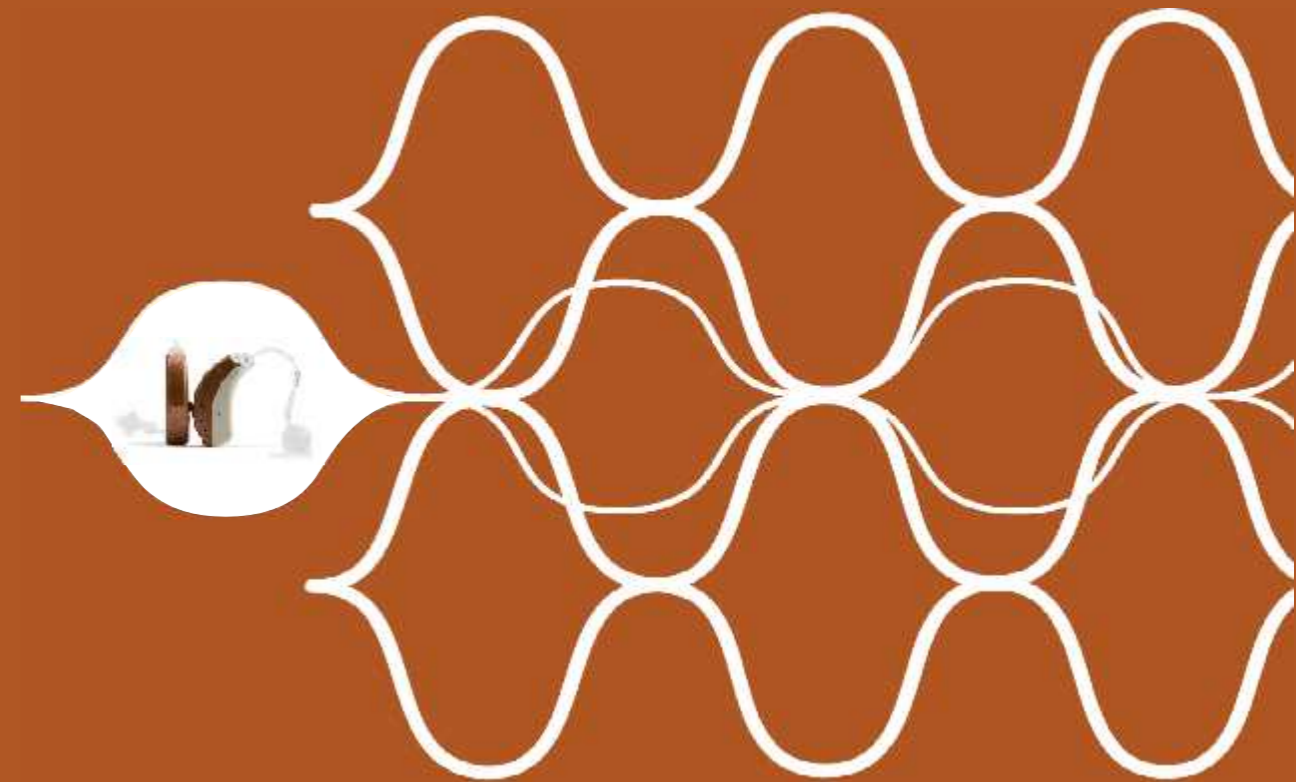
Przedstawiona powyżej lista udoskonaleń świadczy o mocnym zaangażowaniu Rayovaca w dostosowywanie swoich produktów do potrzeb klientów i wymogów technicznych współczesnych aparatów słuchowych. Jest ona również najbardziej widocznym przejawem prospołecznej działalności firmy, która ukształtowała się w czasie ponad wiekowego istnienia, a teraz oprócz znanej serii Advanced Extra pozwala oferować klientom Rayovaca udoskonalone baterie Extreme (Gen X).

Paweł Załęcki



widex mindTM440

the pleasure of hearing



Przyjemność słyszenia

- * Generator fraktali w programie Zen
- * Dwusłuchawkowy system ClearBand
- * System Dual ISP

Widex Polska

Ślęza, ul. Szyszkowa 4
55-040 Kobierzyce, tel. 071/388 22 22

www.widex.com.pl



...mądry i wierny jak twój przyjaciel



bruckhoff
h a n n o v e r



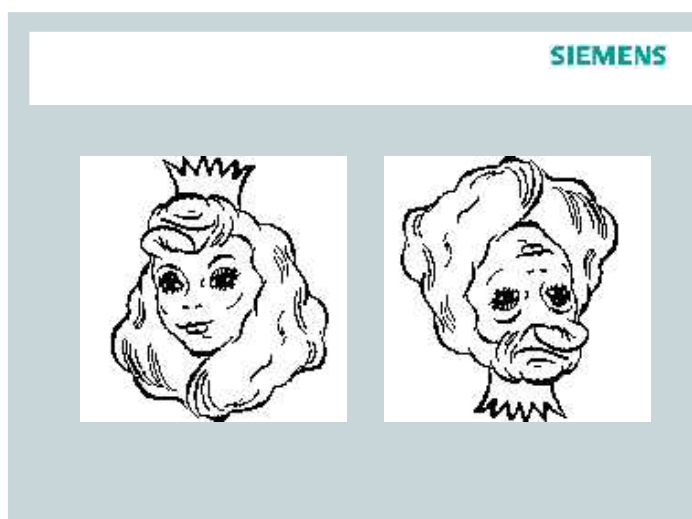
GNR Sp.z o.o. ul. Foksal 16, 00-372 Warszawa tel: 0 602 250 092, 0 505 175 527

Fakty i Mity

Odbiór zjawisk, obrazów i ludzi w otaczającym nas świecie zależy od wielu czynników. Ma na to wpływ nasz nastrój, nastawienie, miejsce, pogoda itp. Nasze wyobrażenie o rzeczywistości jest bardzo subiektywne. Te ciekawe spostrzeżenia wykorzystał w swoim wystąpieniu na kongresie K.Otwinowski, analizując kilka przykładów dotyczących rynku aparatów słuchowych firmy Siemens. Czasem wydaje się, że wiemy... Czy wiemy w istocie?

Przypatrzmy się przedstawionym obrazkom, kogo na nich widać?

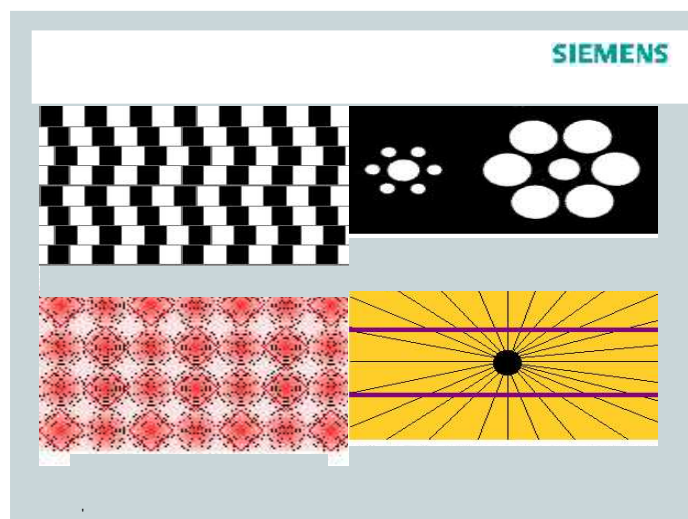
Młoda pani..., czy starszy pan?



Następny przykład. Muzyk, czy twarz?, Twarz, czy Eskimos?



O mylności naszego pierwszego spojrzenia przekonują nas następane rysunki: Czy poziome linie są równoległe?



Czy kółka zewnętrzne i wewnętrzne są równe?

Po przeanalizowaniu przedstawionych przykładów nasuwa się pytanie: Co jest prawdą, a co wyobrażeniem o niej?

W codziennym życiu na każdym kroku spotykamy się z wynikami badań statystycznych. Przedstawiane na ich podstawie prognozy czasem cieszą, czasem straszą. A jaka jest rzeczywistość?

Bardzo trafnie i dowcipnie odpowiedział na to pytanie Mark Twain:

„Są trzy rodzaje kłamstwa: małe kłamstwo, duże kłamstwo i statystyka”.

Wśród protetyków słuchu często słyszymy narzekania o trudno sprzedających się, drogich aparatach, biednych regionach Polski i wiele innych - czy to są fakty czy mity?

Oto kilka ciekawych spostrzeżeń, wynikających z analizy sprzedaży aparatów słuchowych firmy Siemens. Warto je przemyśleć i wyciągnąć odpowiednie wnioski.

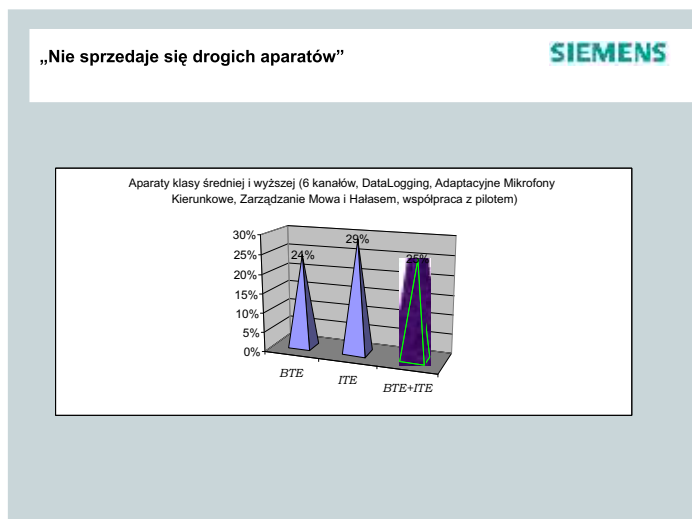
Mówi się często:

„w Polsce są biedne i bogate regiony i od tego zależy asortyment sprzedawanych modeli”. Fakty temu przeczą.

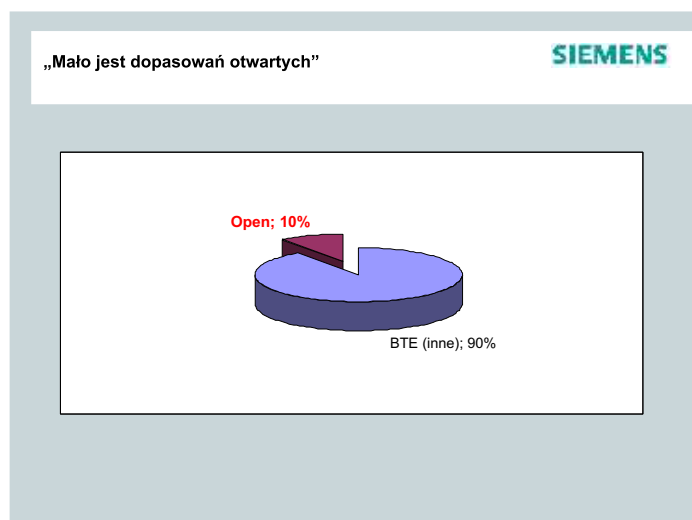
„Klienci kochają beż” (kobiety ponoć brąz)”. A może należałoby zapytać jak często i w jakiej formie pacjenci są zachęcani do innych kolorów? Pamiętajmy, że klient to żywa reklama. Faktem jest wzrost sprzedaży aparatów w kolorowych obudowach o ponad 100% w stosunku do

roku poprzedniego. Najczęściej sprzedawane kolory to: szary, srebrny, grafit, przezroczysty, perłowy, brązowy i czarny.

„Nie sprzedaje się drogich aparatów”



„Mało jest dopasowań otwartych”



„Pacjenci z małymi ubytkami słuchu nie trafiają do gabinetów protetycznych” - a oto statystyka sprzedaży CIC + CS + Open + RIC/RITE do ogółu sprzedanych aparatów: 2007r. - 7%, 2008r. - 14%

„Aparaty są drogie” - jest to bardzo względne, wiadomo przecież, że cena zależy od otoczenia „Feeling of the price”. Doskonale obrazuje to przykład z wodą.

„Aparaty są drogie”

SIEMENS

„Feeling of the price”



0,20 zł - produkcja
0,40 zł - cena dla sieci hand.
1,50 zł - cena w suermarkecie
2,00 zł - cena w klubie sport.
4,00 zł - cena w restauracji
7,00 zł - cena w klubie nocnym

Cena zależy o otoczenia!

Puentą całego wystąpienie może być stwierdzenie, że o sprzedaży aparatów słuchowych, tak jak wszystkich innych rzeczy, decyduje wygląd i lokalizacja gabinetu protetycznego oraz właściwie wyszkolony, miły i profesjonalny protetyk słuchu.

WARUNKI TECHNICZNE ZAMIESZCZANIA REKLAM W BIULETYNIE PSPS

- pliki prosimy przysyłać w formatach tzw. "zamkniętych" oparte na języku Postscript. W szczególności dopuszczalne są formaty: cdr, eps, ps, pdf.
- Pliki powinny być przygotowane w formacie PC.
- maksymalny wymiar reklamy to format A4 (297 x 210 mm) - reklama na spad lub 270 x 180 mm lub reklamy modułowe 130 x 85 mm.
- za reklamę na spad uznajemy reklamę, której przynajmniej jedna krawędź jest tożsama z krawędzią biuletynu. W przypadku reklam na spad prosimy powiększyć wymiar reklamy w stosunku do wymiaru strony po obcięciu o tak zwany obszar spadu, a więc część reklamy, która zostanie przycięta. Minimalny wymiar spadu wynosi 5 mm z każdej strony reklamy, oprócz strony wewnętrznej.
- reklamy barwne powinny być przygotowane w CMYK-u.

Wrzesień ogólnopolskim miesiącem walki z niedosłuchem



Od tego roku wrzesień powinien kojarzyć się także z miesiącem walki z niedosłuchem. Akcja ogłoszona przez Polskie Stowarzyszenie Protetyków Słuchu w ramach kampanii społecznej "Usłyszeć świat - usłysz wszystkie odcienie dźwięków" miała ogromny oddźwięk medialny. We wrześniu odbyły się konferencje prasowe w Warszawie, Krakowie, Łodzi, Poznaniu, Wrocławiu, Lublinie i Gdańsku (zdjęcia z nich możecie Państwo obejrzeć na stronie kampanii www.slyszymy.pl). Będąc w tak różnych miejscach Polski mogliśmy bezpośrednio poinformować o temacie większość mediów drukowanych i elektronicznych. Konferencje w innych miastach niż Warszawa pozwoliły dziennikarzom mediów lokalnych na stworzenie właściwych materiałów informacyjnych. Zwracam Państwa uwagę na istotne znaczenie zwłaszcza tych działań lokalnych. Mieszkańcy danych regionów interesują się działaniami podejmowanymi na ich terenie, o czym świadczą wyniki oglądalności, słuchalności i poczytności danych telewizji, radiostacji czy tytułów prasowych.

Rozmawiając z dziennikarzami zauważamy także istotną zmianę (nieskromnie pozwolę sobie zaznaczyć - będącą także efektem naszej kilkuletniej pracy) - dziennikarze coraz częściej pytają nas o współczesne aparaty słuchowe jako narzędzie pozwalające w zadowalający sposób wpłynąć na komfort życia osób z niedosłuchem. Podkreślam to wyraźnie, gdyż na początku kampanii bardzo trudno było zachęcić media do pokazywania tych urządzeń, z obawy przede wszystkim o powstanie kryptoreklamy. Teraz widzimy, jak chętnie zaczynają pokazywać nowoczesne aparaty słuchowe, co przekłada się także na powolną zmianę świadomości i nastawienia do aparatu jego potencjalnych użytkowników. Wracając do działań podjętych w trakcie I Ogólnopolskiego Miesiąca Walki z Niedosłuchem - pragniemy serdecznie podziękować wszystkim ekspertom biorącym udział w konferencjach prasowych. Dziennikarze z prawdziwą przyjemnością i zainteresowaniem słuchali wypowiedzi lekarzy, protetyków słuchu, którzy pokazali się nie tylko jako specjaliści w swoich dziedzinach, ale i ludzie zaangażowani w temat, traktujący go z pasją. Wiemy o tym także z późniejszych rozmów z obecnymi na konferencji dziennikarzami, a także z tymi, którzy zapraszali ekspertów do późniejszych audycji radiowych,

programów telewizyjnych czy wywiadów prasowych. Dzięki takim postaciom możemy łatwiej przekonywać o wadze problemu. Bezcenne są także osoby, które żyją z problemem niedosłuchu i nie wstydzą się o tym mówić. Mieliśmy przyjemność spotkać je we Wrocławiu i Lublinie. Konferencja prasowa w tym ostatnim mieście była wyjątkowa - wśród zaproszonych gości znalazły się osoby z implantem. Nie tylko na nas zrobiły niesamowite wrażenie - siła i wola walki były tak energetyczne, że od razu chcieli się żyć. Lubelski ośrodek implantowania ma także niezwykle dobrą kadramę medyczną - widać, że to nie tylko lekarze, ale i terapeuci interesujący się stanem psychicznym pacjentów. To niezwykle budujące.

We wrześniu na stronie kampanii została także uruchomiona wyszukiwarka punktów protetycznych, w których można wykonać bezpłatne badania słuchu. W tej chwili zostanie ona ograniczona tylko do punktów, które opłaciły swoją obecność, zachęcam więc tych z Państwa, którzy jeszcze tego nie zrobili, a chcą być obecni na stronie, do kontaktu z sekretariatem PSPS.

We wrześniu na Rynku Głównym w Krakowie odbyły się także IV KRAKOWSKIE DNI SŁUCHU. Już po raz czwarty mieszkańcy Krakowa mieli okazję zadbać o dobrą kondycję swoich uszu, poradzić się specjalistów, umówić na bezpłatne badania słuchu.



Przez cały wrzesień prowadzona była także akcja bezpłatnych badań słuchu dla wszystkich krakowskich pierwszoklasistów. Dotyczyło to zarówno uczniów szkół podstawowych, jak i gimnazjalistów i licealistów. Akcja organizowana była przez Biuro ds. Ochrony Zdrowia Urzędu Miasta Krakowa i PSPS. Urząd Miasta Krakowa wyraził wolę współpracy w kolejnych latach, mamy więc nadzieję, że Krakowskie Dni Słuchu będą się cieszyć także Państwa zainteresowaniem.

Thomas Thorvaldsen

**Piękno
na zewnątrz**

Oticon ♦ Dual



Sensacyjne rozwiązania kryjące się wewnątrz

Wszyscy użytkownicy aparatów Dual czują się w nich świetnie. Począwszy od rozmiaru, poprzez kolor, po zaawansowane funkcje i dostępne akcesoria, Dual dostosuje się do ich osobistych potrzeb i dotychczasowych doświadczeń z technologią aparatów słuchowych.

Aparaty Dual występują w dwóch seriach: Dual Connect i Dual Mini.



oticon
PEOPLE FIRST

Oticon Polska Sp. z o.o. 00-499 Warszawa, Plac Trzech Krzyży 4/6, tel. (22) 625 37 94, 622 14 44,
www.oticon.pl, info@oticon.pl

Rynek protetyki słuchu w Polsce w 2007 roku na podstawie danych z NFZ



Agnieszka Ruta - absolwentka AE w Poznaniu Wydział Zarządzania; aktualnie doktorantka na Akademii Ekonomicznej - pisze pracę na temat „Stan i perspektywy rozwoju rynku protetyki słuchu w Polsce dla potrzeb kształtowania strategii marketingowej przedsiębiorstwa”; celem pracy jest przedstawienie funkcjonowania oraz trendów w zakresie elementów rynku protetyki słuchu w Polsce; wykładowca na UAM Poznań, specjalność: Protetyka Słuchu i Ochrona przed Hałasem

W 2007 roku widoczna jest dalsza tendencja wzrostowa rynku protetyki słuchu w Polsce, czego wyrazem jest prawie 27%-procentowy wzrost sprzedaży aparatów słuchowych w stosunku do roku poprzedniego. Wynika to przede wszystkim z faktu uwolnienia środków przez oddziały Narodowego Funduszu Zdrowia i skrócenia czasu oczekiwania na wypłatę dofinansowania w wielu województwach¹. Stąd też należałoby spojrzeć na rynek protetyki słuchu przekrojowo i obliczyć wzrost na podstawie danych z lat 2004-2007, dzięki czemu uzyskujemy średni roczny wzrost na poziomie 18%. Tabela 1 przedstawia liczbę sprzedanych aparatów słuchowych i wkładek usznych w Polsce w roku 2007 według danych uzyskanych z NFZ.

Tabela 1

	Refundowana sprzedaż w Polsce w 2007 roku (szt.)
Aparaty słuchowe	103 770
Wkładki uszne	97 182
Systemy wspomagające słuch	672

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z NFZ

Łączna ilość sprzedanych aparatów słuchowych w 2007 roku wynosiła 103 770 sztuk², w tym:

- 6865 sztuk - aparaty słuchowe na przewodnictwo powietrzne dla dzieci i młodzieży;
- 96 501 sztuk - aparaty słuchowe na przewodnictwo powietrzne dla dorosłych;
- 66 sztuk - aparaty słuchowe na przewodnictwo kostne dla dzieci i młodzieży;
- 338 sztuk - aparaty słuchowe na przewodnictwo kostne dla dorosłych.

Dla przypomnienia w tabeli 2 przedstawiono dane dotyczące sprzedaży aparatów słuchowych z lat 2004-2006.

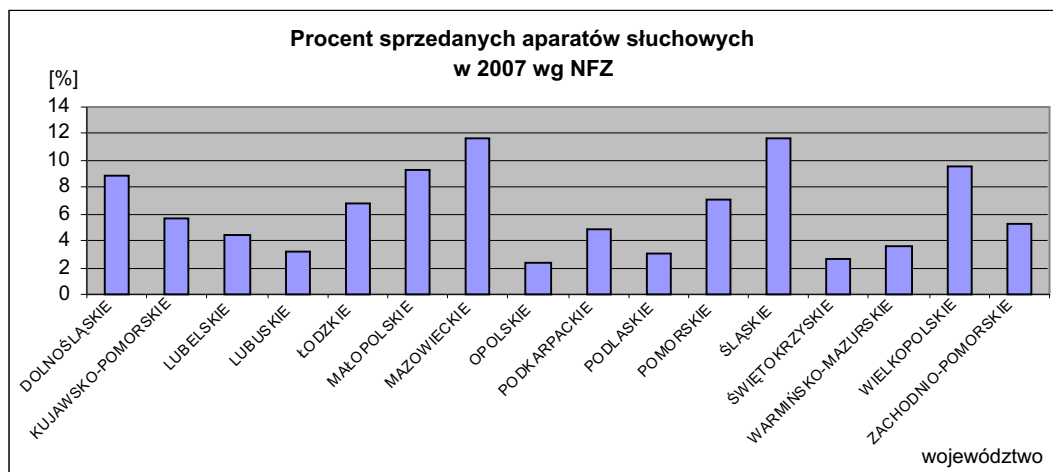
Tabela 2

Rok	2004	2005	2006
Refundowana sprzedaż aparatów słuchowych w Polsce (sztuk)	61 526	79 707	81 949

Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z NFZ

Największa sprzedaż aparatów słuchowych wystąpiła w pięciu województwach: Dolnośląskim, Małopolskim, Mazowieckim, Śląskim i Wielkopolskim i stanowiła łącznie 51% ogólnej sprzedaży (wykres 1). Natomiast najmniejsza sprzedaż aparatów słuchowych została zarejestrowana w trzech województwach (do 3%): Opolskim, Podlaskim i Świętokrzyskim.

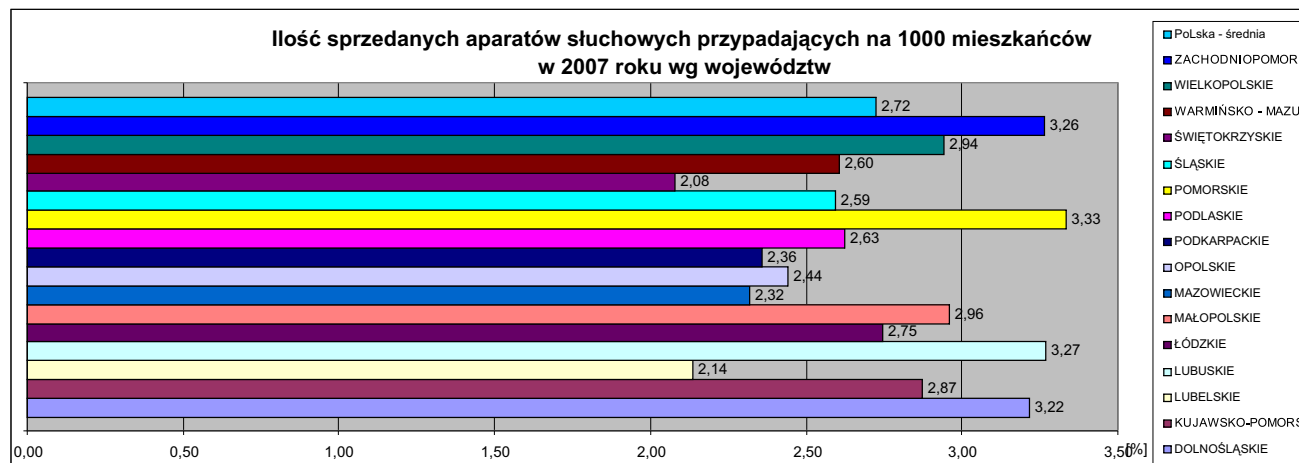
Wykres 1



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z NFZ

W roku 2007 średnio w Polsce zostało sprzedanych 2,72 sztuk aparatów słuchowych na 1000 mieszkańców, co oznacza wzrost w stosunku do roku 2006 o 0,57 punktu procentowego (wykres 2). Osiem województw uzyskało średnią sprzedaży wyższą od średniej krajowej i należą do nich województwa: Zachodniopomorskie (3,26 sztuk), Wielkopolskie (2,94 sztuk), Pomorskie (3,33 sztuk), Małopolskie (2,96 sztuk), Łódzkie (2,75 sztuk), Lubuskie (3,27 sztuk), Kujawsko-Pomorskie (2,87 sztuk) i Dolnośląskie (3,22 sztuk).

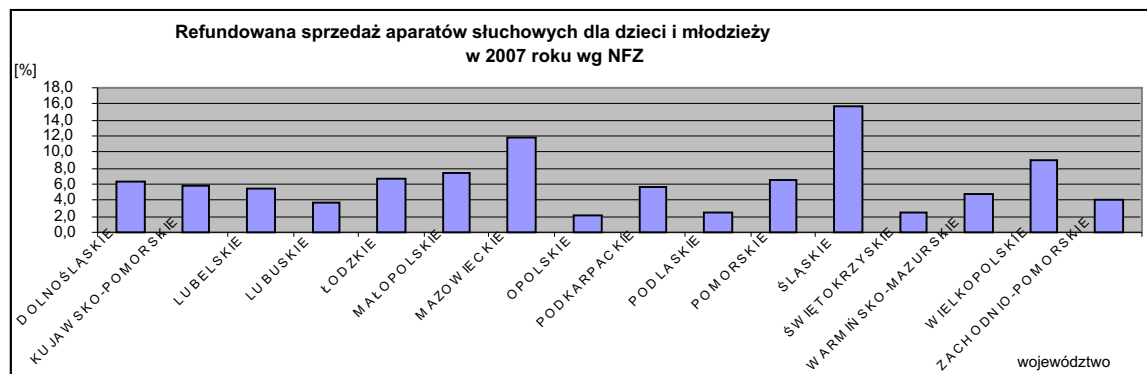
Wykres 2



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z NFZ

Nadal utrzymuje się widoczna z lat ubiegłych tendencja spadku sprzedaży aparatów słuchowych dla dzieci i młodzieży - w roku 2007 zostało sprzedanych prawie 1000 sztuk mniej aparatów słuchowych dla tej grupy pacjentów w stosunku do roku poprzedniego. Wykres 3 jest obrazem refundowanej sprzedaży aparatów słuchowych dla dzieci i młodzieży w Polsce w roku 2007 wyrażonej w procentach. Największa sprzedaż aparatów słuchowych w tym segmencie wystąpiła w trzech województwach: Mazowieckim (11,9%), Śląskim (15,7%) i Wielkopolskim (9,0%). Natomiast najmniejsza sprzedaż aparatów słuchowych miała miejsce w województwach: Podlaskim (2,5%) i Świętokrzyskim (2,4%).

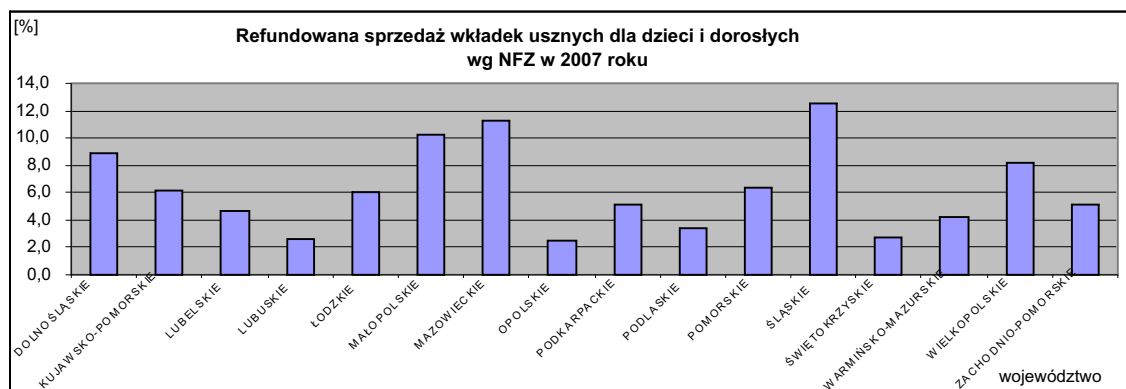
Wykres 3



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z NFZ

W badanym okresie wzrosła również sprzedaż wkładek usznych w porównaniu z rokiem ubiegłym o 20% (wykres 4). Największa sprzedaż wystąpiła w pięciu województwach: Dolnośląskim (8,9%), Małopolskim (10,2%), Mazowieckim (11,2%), Śląskim (12,5%) i Wielkopolskim (8,2%). Warto jednak wspomnieć, że spośród wymienionych województw tylko w województwie dolnośląskim zarejestrowano wzrost sprzedaży w stosunku do roku poprzedniego.

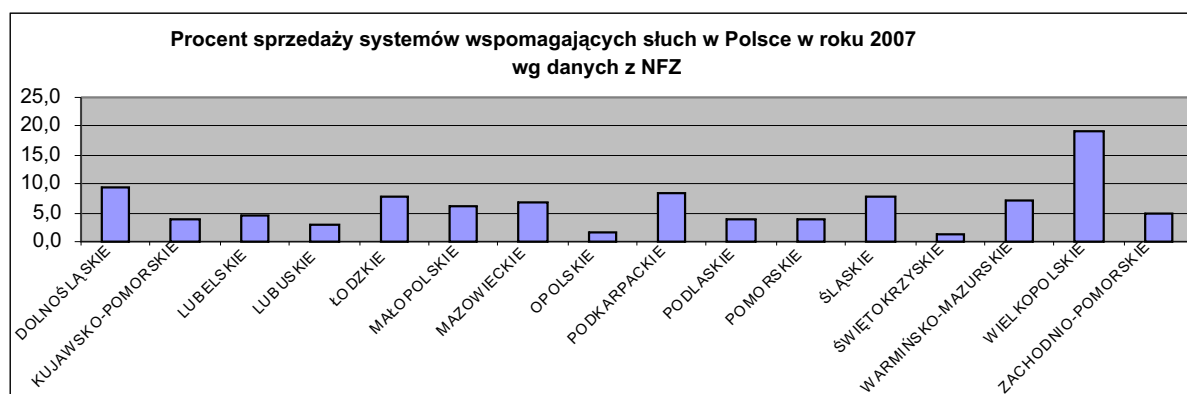
Wykres 4



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z NFZ

W roku 2007 zostało sprzedanych w Polsce 672 sztuki systemów wspomagających słuch, z czego prawie 20% pochodziło z województwa wielkopolskiego. Najmniejsza sprzedaż wystąpiła w województwie świętokrzyskim (1,3%) i województwie opolskim (1,5%). W stosunku do roku 2006 sprzedaż systemów wspomagających słuch wzrosła w Polsce o 8% (wykres 5).

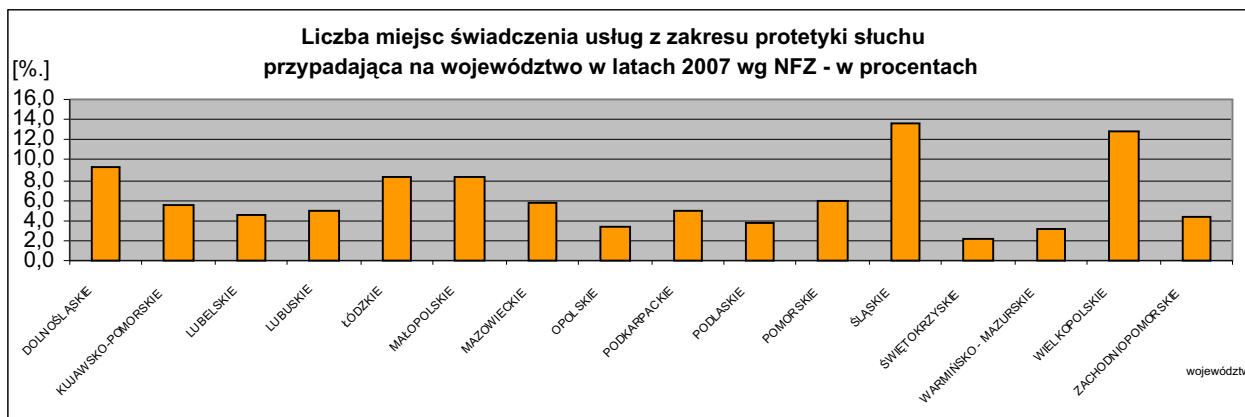
Wykres 5



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z NFZ

Według danych z Narodowego Funduszu Zdrowia w 2007 roku w Polsce było 816 miejsc wykonywania świadczeń z zakresu protetyki słuchu (wykres 6). Największą ilością miejsc świadczenia usług może poszczycić się woj. Śląskie (111 miejsc) i woj. Wielkopolskie (104 miejsca). Natomiast najmniejsza liczba miejsc występuje w woj. Świętokrzyskim (18 miejsc). Należy jednak zaznaczyć, że dane nie obejmują tzw. punktów wyjazdowych, a liczba miejsc wykonywania świadczeń jest zawsze większa od ilości firm (punktów protetycznych), które podpisały umowę z NFZ.

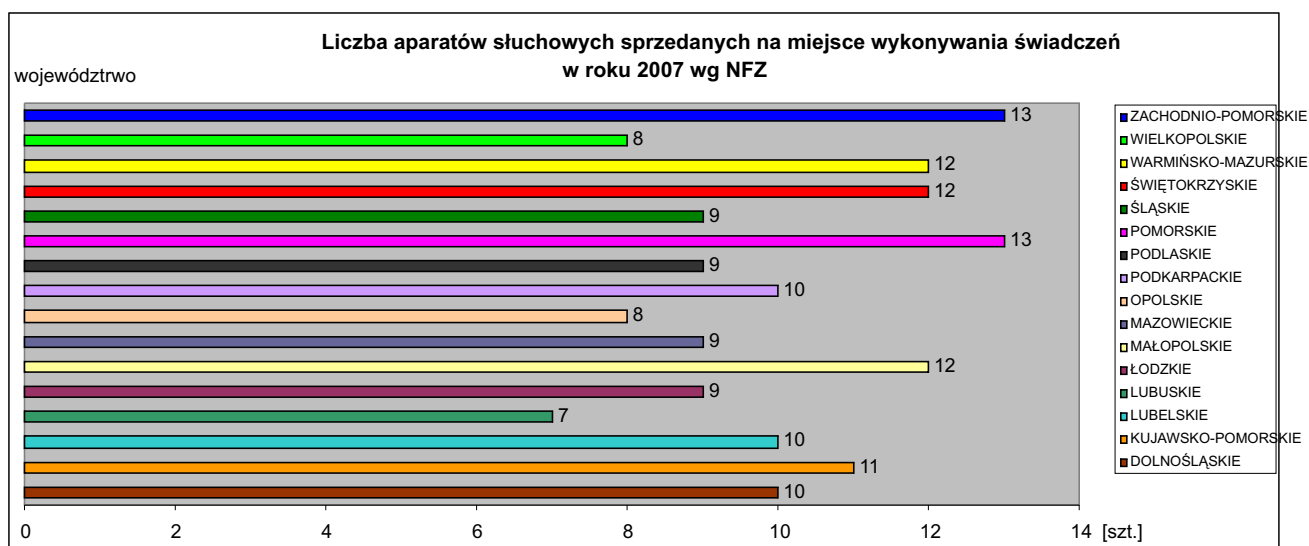
Wykres 6



Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z NFZ

Widoczna jest już od kilku lat tendencja do tworzenia sieci, dzięki czemu obniża się koszty utrzymania firmy i reklamy. Na jedno miejsce świadczenia usług w Polsce w 2007 roku zostało sprzedanych miesięcznie średnio 11 sztuk aparatów słuchowych.

Wykres 7

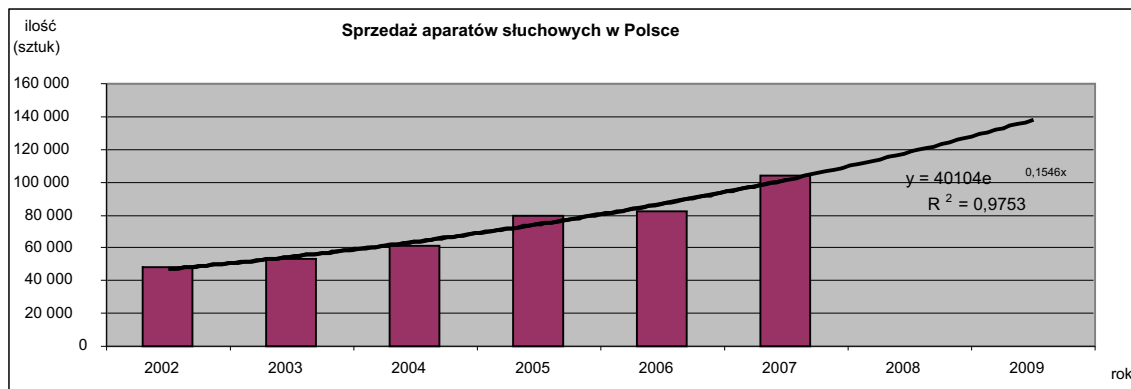


Źródło: opracowanie własne na podstawie danych z NFZ

Prognozowanie to "wnioskowanie o zdarzeniach nieznanach na podstawie zdarzeń znanych"³. W Polsce około 80-90% sprzedanych aparatów słuchowych dofinansowane jest ze środków Narodowego Funduszu Zdrowia. Znaczna grupa pacjentów z orzeczeniem niepełnosprawności korzysta z dofinansowania jakie można uzyskać w Powiatowych Centrach Pomocy Rodzinie i Miejskich Ośrodkach Pomocy Rodzinie. Według danych z PFRON około 60% ich środków przeznaczanych jest rocznie na pomoc osobom z wadą słuchu na zakup aparatu słuchowego. Każdy PCPR indywidualnie ustala kwotę dofinansowania, jednak np. w przypadku osób dorosłych nie może ona być większa aniżeli 150% limitu kwoty z NFZ + udział własny pacjenta w cenie nabycia 30% stąd w niektórych przypadkach pacjent może uzyskać kwotę 1560 zł, natomiast w innych będzie to tylko 800 zł. Długość oczekiwania na realizację zlecenia oraz limity, które nie

zmieniły się od 1999 roku mają duży wpływ na liczbę sprzedawanych aparatów słuchowych w Polsce, co widać na podstawie przedstawionych przeze mnie danych. W związku z powyższym prognozowanie sprzedaży jest dość skomplikowane. Wykres 8 przedstawia 2-letnią prognozę sprzedaży aparatów słuchowych w Polsce przy wykorzystaniu metody prognozowania rozwoju zjawiska w czasie. Należy wspomnieć, że metoda ta wskazuje głównie kierunek rozwoju tego zjawiska. Przy zachowaniu aktualnego systemu dofinansowania i funkcjonowaniu NFZ oraz PFRON, sprzedaż aparatów słuchowych w Polsce w 2008 roku powinna osiągnąć poziom około 120 000 sztuk, natomiast w 2009 roku około 140 000 sztuk.

Wykres 8



Źródło: opracowanie własne; dane z roku 2002 nie obejmują woj. podlaskiego i woj. wielkopolskiego

Wszystkie osoby zainteresowane szczegółowymi danymi z poszczególnych województw dotyczącymi refundowanej sprzedaży ilościowej i wartościowej z zakresu protetyki słuchu z lat 2004-2007 proszę o kontakt mailowy pod adresem agnieszka.ruta@ae.poznan.pl.

Agnieszka Ruta
Akademia Ekonomiczna Poznań

PRZYPISY:

1. „2006 rok - w zakresie środków pomocniczych najwięcej osób oczekuje na potwierdzenie wniosków na aparaty słuchowe oraz wkładki uszne łącznie około 35 tys. osób. Średni czas oczekiwania ponad 20% osób wynosi do 12 miesięcy.”, *Biuletyn Kancelarii Sejmu* Nr 89/VI. kad 18. 12. 2007 rok
2. dane tylko z Narodowego Funduszu Zdrowia
3. H. Mruk, *Analiza Rynku, PWE, Warszawa 2003, s. 103*



Więcej dźwięków
Smukły kształt
Wodoodporny



Naida
PowerHearing

Naida SuperPower to nowy model serii aparatów Naida PowerHearing. Aparat Naida przywraca słyszalność dźwięków o wysokiej częstotliwości i zapewnia bezkompromisową skuteczność działania. Wykorzystaj moc Naidy do szerokiego zakresu niedosłuchów. Więcej informacji znajdziesz na stronie internetowej: www.naida.phonak.pl

PHONAK

life is on

Phonak Polska Sp. z o.o., www.phonak.pl, e-mail: info@phonak.pl

APD (Auditory Processing Disorder) Zaburzenie przetwarzania słuchowego

Centralne zaburzenia przetwarzania słuchowego nie są klasyczną jednostką chorobową, ale powinny być traktowane jako zespół objawów, które mogą występować w wielu różnych populacjach klinicznych mieć różnorodną etiologię.

Od wielu lat lekarze byli świadomi, że niektóre osoby z prawidłowym słuchem mają trudności z rozumieniem mowy w niekorzystnym środowisku akustycznym. Zaburzenia te mogą dotyczyć zdolności fonologicznych, objętości i sekwencji pamięci słuchowej, dyskryminacji czasowej, rozumienia mowy w hałasie itp. Również niektóre osoby z chorobami przewlekłymi, napadami padaczkowymi lub uszkodzeniami obejmującymi ośrodkowy układ nerwowy mogą mieć problemy ze zrozumieniem informacji odbieranych drogą słuchową nawet, jeżeli nie wykazują zaburzeń słuchu. Wszystkie wymienione nieprawidłowości mogą być kwalifikowane jako zaburzenie procesów przetwarzania słuchowego.

DEFINICJA APD

Według ASHA (American Speech-Language Hearing Association)(1995) można postawić rozpoznanie centralnych zaburzeń przetwarzania słuchowego, jeżeli co najmniej jedna z poniżej przedstawionych wyższych funkcji słuchowych jest zaburzona:

- lokalizacja źródła dźwięku,
- różnicowanie dźwięków,
- rozpoznawanie wzorców dźwięków,
- analiza czasowych aspektów sygnału dźwiękowego obejmująca:

- rozdzielczość czasową,
- maskowanie poprzedzające i następujące,
- integrację czasową,
- percepcję kolejności dźwięków,

- umiejętność rozumienia mowy zniekształconej,
- umiejętność rozumienia mowy w obecności sygnału zagłuszającego.

Według BSA (British Society of Audiology) APD jest rezultatem upośledzenia funkcjonowania mózgu, charakteryzującym się problemami w rozpoznawaniu, dyskryminacji, separacji, grupowaniu i lokalizacji dźwięków mowy i innych dźwięków.

Bardziej ogólna definicja określa centralne zaburzenia przetwarzania słuchowego jako niemożność pełnego wykorzystania słyszanego sygnału akustycznego przy prawidłowym jego odbiorze w strukturach obwodowych (Katz, 1994).

ETIOLOGIA APD

Brak jest dokładnych danych epidemiologicznych dotyczących centralnych zaburzeń słuchu, które obejmowałyby wszystkie populacje kliniczne. Według badań Coopera i Gatesa centralne zaburzenia przetwarzania słuchowego występują u 10 do 20% osób w starszym wieku (Cooper i Gates, 1991). Musiek szacuje częstość występowania centralnych zaburzeń słuchu u dzieci na 2 do 3% (Musiek, 1997).

APD U DZIECI

Podobnie jak to ma miejsce w przypadku zaburzeń słuchu typu obwodowego, istnieje głęboka potrzeba wczesnego wykrycia dzieci, u których występują centralne zaburzenia słuchu. Szacuje się, że co najmniej u połowy dzieci z rozpoznanymi trudnościami w uczeniu się, dysleksją, zespołem zaburzeń uwagi i zachowania występują zaburzenia przetwarzania słuchowego. W wielu przypadkach w tej grupie dzieci to właśnie trudności słuchowe są przyczyną opóźnień w nauce, trudności w czytaniu i pisaniu czy zaburzeń zachowania.

DIAGNOSTYKA

Postępowanie diagnostyczne w centralnych zaburzeniach słuchu oparte jest na dwóch założeniach:

1. W procesie diagnostycznym powinien uczestniczyć zespół specjalistów wraz z rodzicami, co pozwala uzyskać wiedzę na temat dziecka pod kątem medycznym, językowym, poznawczym i socjalnym.
2. Lekarz audiolog specjalista prowadzący i koordynujący proces diagnostyczny powinien dysponować baterią testów oceniających różnorodne wyższe funkcje słuchowe.

Diagnostyka obejmuje:

- Wywiad medyczny
- Pełną diagnostykę audiologiczną
- Testy psychoakustyczne
- Testy elektrofizjologiczne
- Konsultację logopedyczną
- Konsultację psychologa

Paulina Leśna
Instytut Akustyki UAM

Zon



**Prezentacja ZON na stronie internetowej:
www.zonhearingaids.com**

Starkey Laboratoires Poland sp. z o.o.
Ul. Słowicza 41
02-170 Warszawa

Tel. 022 878 00 37, 022 846 02 35
www.starkey.com.pl
e-mail: starkey@starkey.com.pl



Zasady sprzedaży aparatów słuchowych w obrocie konsumenckim

Uwagi autora.

Poniższy artykuł omawia, w zaledwie podstawowym zakresie, prawną problematykę umów sprzedaży i o dzieło zawieranych z konsumentami. Stąd też niezbędne w takim przypadku skróty i uogólnienia. Szczegółowe omówienie niektórych problemów znajdą Państwo w kolejnych numerach kwartalnika.

W niniejszym omówieniu będą pojawiały się odniesienia do dwóch aktów prawnych:

- ustawa z dnia 27 lipca 2002 r. o szczególnych warunkach sprzedaży konsumenckiej oraz o zmianie Kodeksu cywilnego (Dz.U. z 2002 r. nr 141, poz. 1176 z późn. zm.) dalej *s.w.s.k.*,
- ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U. z 1964 r. nr 16, poz. 93 z późn. zm.) dalej *k.c.*

Specyfika Państwa działalności powoduje, że wobec konsumenta w ujęciu prawnym jesteście Państwo albo sprzedawcą, albo wykonawcą dzieła. W niniejszym tekście po prostu *przedsiębiorcą - kontrahentem konsumenta*.

Kontrakty konsumenckie.

Poprzez obrót konsumencki będziemy rozumieli umowy zawierane pomiędzy przedsiębiorcą a konsumentem. Konsumentem jest osoba fizyczna, dokonująca czynności prawnej niezwiązanej z jej działalnością gospodarczą lub zawodową. Ponieważ aparat słuchowy jest urządzeniem użytku osobistego, służącym do bieżącego, codziennego użytkowania w różnych sytuacjach, prawdopodobnie każdy Państwa klient jest konsumentem.

Podstawowy obowiązek przedsiębiorcy: informacja.

Przed zawarciem umowy przedsiębiorca powinien przekazać konsumentowi szereg informacji dotyczących towaru, a także umowy, jeżeli zawiera ona bardziej szczegółowe postanowienia. Jeżeli przedsiębiorca posługuje się wzorcem umowy (np. regulaminem),

wzorec należy doręczyć konsumentowi przed zawarciem umowy.

Cena towaru nie może ulec zmianie po zawarciu umowy bez zgody konsumenta i powinna zawierać ostateczną sumę składającą się na wynagrodzenie przedsiębiorcy.

Informacje dotyczące towaru powinny być pełne, zrozumiałe, umożliwiające korzystanie ze wszystkich jego funkcji. W szczególności należy podać nazwę towaru, określenie producenta lub importera, znak zgodności wymagany przez odrębne przepisy, informacje o dopuszczeniu do obrotu w Rzeczypospolitej Polskiej oraz, stosownie do rodzaju towaru, a także inne dane wskazane w odrębnych przepisach (por. art. 3 *s.w.s.k.*). Należy oznaczyć pochodzenie towaru wyprodukowanego za granicą.

Do urządzenia należy dołączyć instrukcję obsługi w polskiej wersji językowej, najlepiej na piśmie.

Na informacje o towarze, przekazywane konsumentowi, składają się również publiczne zapewnienia, np. producenta. Zapewnienia wiążą kontrahenta konsumenta, chyba że udowodni on, iż zapewnienia tego nie znał, znać nie mógł, albo że nie mogło ono mieć wpływu na decyzję kupującego o zawarciu umowy albo też, że jego treść sprostowano przed zawarciem umowy (por. art. 5 *s.w.s.k.*).

Zwrot towaru.

Umowa w ujęciu potocznym często bywa identyfikowana z dokumentem, na którym strony spisują warunki transakcji. Tymczasem tak na prawdę zawieramy umowy codziennie - kupując gazetę, zapalki, ciastko zawieramy umowę sprzedaży. Zlecając wykonanie aparatu słuchowego zawieramy umowę o dzieło. Umów należy dotrzymywać - *pacta sunt servanda* - ta rzymska paremia jest jedną z najważniejszych zasad prawa. Polskie prawo dopuszcza jednostronną rezygnację z umowy tylko w wyjątkowych sytuacjach.

Nie istnieje prawo do zwrotu towaru pełnowartościowego (nie posiadającego niezgodności towaru konsumpcyjnego z umową). Przedsiębiorca nie ma obowiązku przyjmowania zwrotów lub dokonywania wymian towaru pełnowartościowego.

Wyjątkami są m.in. umowy zawierane na odległość oraz poza lokalem przedsiębiorstwa.

Wykonanie umowy.

Przedsiębiorca powinien wykonać umowę zgodnie z jej treścią. Oznacza to nie tylko obowiązek wydania towaru o stosownych właściwościach, ale także wydania w umówionym terminie. W przypadku zwłoki, konsument może wyznaczyć termin dodatkowy na wydanie, z zastrzeżeniem, iż bezskuteczny upływ tego terminu będzie uprawniał do odstąpienia od umowy (art. 491 § 1 k.c.).

Szczególne przypadki umowa o dzieło.

Aparaty słuchowe, to nie tylko gotowe urządzenia wydawane klientowi. To także nowo wykonywane rzeczy (choć częściowo z elementów gotowych), odpowiadające indywidualnym cechom kupującego. Takie wyroby będą uważane za dzieło w rozumieniu przepisów Kodeksu cywilnego (art. 627 i nast. k.c.).

W przypadku umowy o dzieło konsument może m.in.:

- w razie opóźnienia w rozpoczęciu lub wykończeniu dzieła tak znacznego, iż nie jest prawdopodobne ukończenie dzieła w umówionym terminie, odstąpić od umowy od razu (art. 635 k.c.);

- w razie wykonywania dzieła w sposób sprzeczny z umową, wyznaczyć przedsiębiorcy odpowiedni termin na zmianę sposobu wykonania, a po bezskutecznym upływie wyznaczonego terminu odstąpić od umowy albo powierzyć poprawienie (dalsze wykonanie dzieła) innej osobie na koszt i niebezpieczeństwo przedsiębiorcy (636 k.c.);

- dopóki dzieło nie zostało ukończony, odstąpić od umowy płacąc umówione wynagrodzenie, odliczając to co przyjmujący zamówienie oszczędził z powodu

niewykonania dzieła (art. 644 k.c.).

Reklamacje.

Odpowiedzialność za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową.

Odpowiedzialność za towar ponosi przede wszystkim bezpośredni kontrahent konsumenta - sprzedawca lub wykonawca dzieła. Odpowiada on za niezgodność towaru konsumpcyjnego z umową, o ile niezgodność została stwierdzona przed upływem 2 lat od wydania towaru (por. art. 10 s.w.s.k.).

Odpowiedzialność ta ma charakter **bezwzględny**. Nie można jej co do zasady ograniczyć ani wyłączyć, chyba że:

- kupujący o niezgodności wiedział w momencie wydania (por. art. 7 s.w.s.k.);
- towar został sprzedany jako używany - w ofercie sprzedaży można ograniczyć odpowiedzialność do 1 roku (por. art. 10 ust. 1 s.w.s.k.).

Każda niezgodność ma swoją przyczynę - przedsiębiorca odpowiada tylko za takie niezgodności, które tkwiły w rzeczy (lub ich przyczyna tkwiła) w chwili wydania towaru kupującemu (por. art. 4 ust. 1 s.w.s.k.). Ogólnie zatem ujmując, kontrahent konsumenta odpowiada za wady tzw. fabryczne (wynikające z błędów konstrukcyjnych lub użycia niewłaściwych materiałów), brak wymaganych dokumentów (np. instrukcji obsługi), czy wydanie towaru w stanie niekompletnym.

Celowo pomijam problematykę związaną z systemem domniemań, jakie ustanawia ustawa s.w.s.k., pozostawiając rozwinięcie tego tematu na przyszłość.

Konsument może od swojego kontrahenta żądać przede wszystkim naprawy lub wymiany towaru na nowy (por. art. 8 ust. 1 s.w.s.k.). Wybór pomiędzy naprawą a wymianą należy do kupującego, ale kontrahent konsumenta może naprawić rzecz (pomimo żądania wymiany), jeżeli w taki sposób usunie niezgodność bez szkody dla jakości rzeczy (por. art. 5 k.c.).

W przypadku nieuznania reklamacji (z żądaniem naprawy lub wymiany), należy poinformować o tym konsumenta w terminie 14 dni - brak informacji powoduje obowiązek uznania reklamacji (por. art. 8 ust. 3 s.w.s.k.). Termin

będzie zachowany, gdy przed jego upływem konsument będzie miał możliwość zapoznania się z treścią odmowy (por. art. 61 § 1 k.c.) - zalecam wysłanie listu poleconego ze stanowiskiem sprzedawcy najpóźniej 10 dnia. Poczta zazwyczaj doręcza listy polecone w ciągu 2 dni roboczych. Nieusunięcie niezgodności w terminie odpowiednim (zazwyczaj 14 dni) powoduje, że konsument może odstąpić od umowy (sprzedaży lub o dzieło) i żądać zwrotu ceny. Konsument może zażądać zwrotu pieniędzy także wtedy, gdy różne niezgodności ujawniają się wielokrotnie (3-krotnie), lub ta sama niezgodność ujawnia się po raz drugi (por. art. 8 ust. 4 s.w.s.k.).

Wyjątek: w szczególnych sytuacjach, gdy naprawa lub wymiana naraża kupującego na znaczne niedogodności, może on od razu odstąpić od umowy lub wyznaczyć odpowiednio krótki termin.

Nie tylko przedsiębiorca ma obowiązki - konsument także. Przede wszystkim ma on obowiązek zawiadomienia swojego kontrahenta o niezgodności w terminie 2 miesiące od jej stwierdzenia. Przy uchybieniu temu terminowi reklamację można odrzucić (por. art. 9 ust. 1 s.w.s.k.).

Reklamujący powinien wykazać fakt zakupu za pomocą paragonu, rachunku czy innego dokumentu. **Uwaga!** - Dowodem może być także potwierdzenie płatności kartą płatniczą, a niekiedy zeznania świadków.

Aby po stronie przedsiębiorcy powstał obowiązek reklamacyjny, konsument musi dostarczyć towar. Może jednak żądać zwrotu kosztów związanych z reklamacją, np. kosztów transportu (por. art. 8 ust. 2 s.w.s.k.). Klient nie ma obowiązku dostarczać towaru w oryginalnym opakowaniu.

Roszczenie zwrotne sprzedawcy.

Przedsiębiorca, który zaspokoi roszczenia konsumenta, może dochodzić odszkodowania (np. w związku z wydatkami na naprawę) od któregośkolwiek z poprzednich sprzedawców, jeżeli skutek jego działania lub zaniechania towar był niezgodny. Powyższe roszczenie przedawnia się z upływem 6 miesięcy od daty zaspokojenia roszczeń klienta, nie później jednak niż w dniu, w którym przedsiębiorca obowiązany był to uczynić (por. art. 12 s.w.s.k.). W sytuacji sporu co do zasadności odszkodowania, należy przed upływem ww. terminu złożyć pozew do sądu powszechnego.

Odpowiedzialność z tytułu gwarancji.

Gwarancja jest dodatkowym dla konsumenta, dobrowolnym zobowiązaniem gwaranta do odpowiedzialności za produkt. Gwarantem może być każdy - najczęściej producent lub jego przedstawiciel. Udzielanie gwarancji konsumentom reguluje przepis art. 13 ustawy s.w.s.k.

Termin gwarancji jest dowolny. Gwarant może ograniczyć swoją odpowiedzialność wyłącznie do niektórych elementów rzeczy, lub na niektóre elementy udzielić krótszej ochrony.

Gwarant może ograniczyć swoje obowiązki wyłącznie do naprawy - nie musi wymieniać czy zwracać pieniędzy. Jeżeli jednak wady występują wielokrotnie należy się liczyć z koniecznością wymiany lub zwrotu pieniędzy (orzecznictwo sądów).

Gwarant może swobodnie określić termin wykonania czynności serwisowych. Nie jest związany terminem 14 dni na naprawę czy na udzielenie odpowiedzi.

Konsument składając reklamację sam dokonuje wyboru pomiędzy tytułami odpowiedzialności (niezgodnością i gwarancją). Wybór nie wiąże konsumenta na przyszłość. Sprzedawca/wykonawca dzieła, jeżeli nie jest gwarantem, nie musi przyjmować reklamacji z tego tytułu - może jednak pośredniczyć pomiędzy konsumentem a gwarantem na zasadzie dobrej praktyki handlowej.

Podsumowanie.

Przedmioty, które Państwo oferujecie są przedmiotami użytku osobistego - ułatwiający komfortowe życie wielu osobom. Są to przedmioty o wysokiej wartości. Z tego względu konsumenci są tu szczególnie wrażliwi, zarówno jeśli chodzi o jakość dostarczonego towaru jak i jakość obsługi (także posprzedażowej). Znacznie większą wagę przywiązuje konsument do swoich praw w zakresie nabycia aparatów słuchowych niż przy zawieraniu umów w zakresie typowych towarów konsumpcyjnych. Z tego względu Państwa znajomość przepisów, praw zarówno przedsiębiorcy jak i konsumenta ma szczególne znaczenie. Pozwoli ona uniknąć ewentualnych konfliktów, a prawidłowo przestrzegana wyrobi Państwu nieskazitelną opinię na rynku.

Czego Państwu serdecznie życzę.

Michał Herde

BIBLIOTECZKA PROTETYKA SŁUCHU



Tytuł: Zanikające dźwięki o słuchu i aparatach słuchowych

Autor: Claus Elbering, Kirsten Worsoe

Wydawnictwo: Usługi Poligraficzne i Wydawnicze Piotr Ciesielski, Warszawa, 2008 Format: 175 x 225mm,

oprawa twarda, 104 strony, język: polski

Tłumaczenie: Marzanna Radziszewska-Konopka

Publikacja finansowana przez The Oticon Foundation

ISBN: 87-90639-24-3

Książka zawiera zbiór szczegółowych informacji na temat słyszenia, uszkodzenia słuchu i aparatów słuchowych. Napisana możliwie prostym językiem, wyjaśniającym fachową terminologię trudnych pojęć i terminów audiologicznych i technicznych. Pozwala osobom mającym niedosłuch oraz ich najbliższym zrozumieć istotę zagadnień ich dotyczących i jest dla nich kompetentnym źródłem. Z kolei osobom zajmującym się zawodowo problemem niedosłuchu może pomóc w usystematyzowaniu swojej wiedzy.



Tytuł: TAK! 50 sekretów nauki perswazji

Autor: Noah.J. Goldstein , Steve J. Martin,
Robert B. Cialdini

Format: 141 x 218 mm, oprawa miękka, 192 strony
ISBN: 978-83-61040-35-4

Książka opiera się na 60-letnich wynikach badań nad psychologią perswazji. Podaje czytelnikowi wiele cennych wskazówek, które mają na celu zwiększyć jego siłę przekonywania nie tylko w pracy, ale również w życiu osobistym. Uczy jak niewielkie zmiany w zachowaniu mogą mieć ogromny wpływ na umiejętność perswazji.

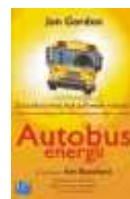


Tytuł: Strategia Błękitnego oceanu

Autor: W. Chan Kim, Renee Mauborgne

Format: 158 x 233 mm, oprawa twarda, 336 stron
ISBN: 83-88970-36-4

Autorzy przedstawiają swój pogląd na sukces firmy w koncepcji „błękitnego oceanu”. Twierdzą, że zwykle silna konkurencja sprowadzana do szukania innowacji, które mają na celu wyrwać przeciwnikowi jak największy kawałek tego samego terytorium, nie przynosi sukcesu. To powszechnie znane zjawisko nazywają „czerwonym oceanem”. Sukces firm to, ich zdaniem, nie zwycięstwo nad konkurentem, ale stworzenie bezspornej przestrzeni rynkowej, czyli „błękitnego oceanu”, będącego środowiskiem dla wzrostu. Książka skłania do zastanowienia się wszystkich właścicieli nad sposobem działania ich firm.



Tytuł: Autobus energii.

Zatankuj swój bak paliwem radości

Autor: Jon Gordon

Format: 141 x 218 mm, oprawa miękka, 184 strony
ISBN: 978-83-61040-09-5

Autobus energii to fabularyzowana książka biznesowa. Autor, mający wieloletnie doświadczenie w pracy z tysiącami przywódców, handlowców i sportowców, pozwala odnaleźć pozytywną energię, niezbędną każdemu z nas w pracy i w życiu rodzinnym. To książka, której celem jest pozbycie się przez czytelnika odruchów, które hamują osiągnięcie sukcesu, uświadomienie mu jak wiele już ma i odnalezienie w sobie nowych pokładów energii życiowej.