

## ZMIANA SPOSOBU UŻYTKOWANIA OBIEKTU BUDOWLANEGO LUB JEGO CZĘŚCI

Przez zmianę sposobu użytkowania obiektu budowlanego lub jego części rozumie się w szczególności:

- Podjęcie lub zaniechanie w obiekcie budowlanym lub jego części działalności zmieniającej warunki: bezpieczeństwa pożarowego, powodziowego, pracy, zdrowotne, higieniczno-sanitarne, ochrony środowiska bądź wielkość lub układ obciążeń. Zmiana sposobu użytkowania obiektu budowlanego lub jego części wymaga zgłoszenia właściwemu organowi.

**W zgłoszeniu należy określić dotychczasowy i zamierzony sposób użytkowania obiektu budowlanego lub jego części. Do zgłoszenia należy dołączyć:**

\* opis i rysunek określający usytuowanie obiektu budowlanego w stosunku do granic nieruchomości i innych obiektów budowlanych na tej samej i sąsiednich nieruchomościach, z oznaczeniem części obiektu budowlanego, w której zamierza się dokonać zmiany sposobu użytkowania, \* zwięzły opis techniczny, określający rodzaj i charakterystykę obiektu budowlanego oraz jego konstrukcję, wraz z danymi techniczno-użytkowymi, w tym wielkościami i rozkładem obciążeń, a w razie potrzeby, również danymi technologicznymi,

\* oświadczenie, o posiadaniu prawie do dysponowania nieruchomością na cele budowlane,

\* zaświadczenie wójta, burmistrza albo prezydenta miasta o zgodności zamierzonego sposobu użytkowania obiektu budowlanego z ustaleniami miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego albo ostateczną decyzję o warunkach zabudowy i zagospodarowania terenu, w przypadku braku miejscowego planu zagospodarowania przestrzennego,

\* ekspertyzę techniczną, wykonaną przez osobę posiadającą uprawnienia budowlane bez ograniczeń w odpowiedniej specjalności, \* w zależności od potrzeb – pozwolenia, uzgodnienia lub opinie wymagane odrębnymi przepisami.

Zgłoszenia do właściwego organu, należy dokonać przed dokonaniem zmiany sposobu użytkowania obiektu budowlanego lub jego części.

Zmiana sposobu użytkowania może nastąpić, jeżeli w terminie 30 dni, od dnia doręczenia zgłoszenia właściwemu organu, nie wniesie sprzeciwu w drodze decyzji i nie później niż po upływie 2 lat od doręczenia zgłoszenia.

Jeżeli zamierzona zmiana sposobu użytkowania obiektu budowlanego lub jego części wymaga wykonania robót budowlanych objętych obowiązkiem uzyskania pozwolenia na budowę – rozstrzygnięcie w sprawie zmiany sposobu użytkowania następuje w decyzji o pozwoleniu na budowę.

J. Nykiel

## Wirus HIV i choroba AIDS - ABC...zapobiegania

W październiku br. Krajowe Centrum ds. AIDS zainicjowało kolejną ogólnopolską, multimedialną kampanię społeczną dotyczącą profilaktyki HIV/AIDS, skierowaną przede wszystkim do kobiet i mężczyzn w wieku 18 – 29 lat.

Znaczący wpływ na wybór adresatów tej kampanii miały analizy epidemiologiczne, z których wynika, że stale zwiększa się liczba osób zakażonych drogą kontaktów seksualnych, a zakażenia dotyczą najczęściej ludzi młodych w wieku 18 – 29 lat. W tej grupie wiekowej występuje 85% wszystkich zakażeń na świecie, w Polsce wskaźnik ten sięga aż 60%, z czego ok. 10% stanowią osoby poniżej 20 roku życia. Od 1985r. do końca sierpnia 2005r. w naszym kraju odnotowano ogółem 9 617 zakażeń oraz 1 658 zachorowań na AIDS, szacuje się jednak, że liczba osób żyjących z wirusem HIV wynosi około 30 tysięcy.

W celu ograniczenia zasięgu epidemii HIV/AIDS, tegoroczna kampania wskazuje wszystkim adresatom możliwość wyboru jednego z trzech sposobów ochrony przed możliwością zakażenia wirusem tzn. **ABC zapobiegania**. Proponuje:

\* **A** – Abstynencja seksualną  
\* **B** – zachęca do Bycia wiernym jednemu, również wiernemu i przebadanemu partnerowi

\* **C** – nawołuje do zabezpieczenia się prezerwatywą.

Namawia również do zrobienia testu w kierunku HIV, jeżeli ktoś chociaż raz zmienił partnera seksualnego lub miał inne ryzykowne zachowanie np. brał dożylnie narkotyki, wykonał sobie tatuaż niesterylnym sprzętem.

Testy w kierunku HIV można wykonać anonimowo oraz bezpłatnie w Opolu, w Poradni Przedmałżeńskiej i Rodzinnej Towarzystwa Rozwoju Rodzin przy ul. Damrota 6. Dokładne informacje można uzyskać pod nr telefonu 4544845.

Jeśli chcesz się dowiedzieć więcej na temat HIV i AIDS wejdź na stronę internetową [www.aids.gov.pl](http://www.aids.gov.pl) oraz zapoznaj się z ulotkami, broszurami i innymi materiałami na ten temat. Są one bezpłatnie dostępne w Powiatowej Stacji Sanitarno-Epidemiologicznej w Strzelcach Op. przy ul. Piłsudskiego 20 (nr tel. 4400313).

### ZAPAMIĘTAJ:

Życie nie jest warte takiego ryzyka! Zbyt wiele masz do stracenia! Po prostu

**Zdecyduj sam!  
Wybierz ABC zapobiegania AIDS i ciesz się życiem.**

Patrycja Płoszak  
PSSE w Strzelcach Opolskich

## Zespół Opieki Zdrowotnej w Strzelcach Opolskich informuje

iz od września 2005 r. został uruchomiony sprzęt monitorujący parametry życiowe pacjentów Szpitala Powiatowego w Strzelcach Opolskich zgodnie z Projektem realizowanym w ramach poddziałania 3.5.2. Zintegrowanego programu Operacyjnego Rozwoju Regionalnego – w ramach Unii Europejskiej – współfinansowanym ze środków Europejskiego Funduszu Regionalnego oraz budżetu państwa.

Powiatowy Rzecznik Konsumentów radzi

## WPLYW REKLAMY NA WYBÓR TOWARU

Zbliża się okres przedświąteczny czyli czas, w którym będziemy więcej kupować. Więcej niż zazwyczaj będzie reklam i promocji. Czy wierzymy reklamom i jaki mają one wpływ na dokonywane przez nas zakupy? Zależy to z pewnością od każdego indywidualnego konsumenta. Na szczęście w większości przywykliśmy traktować reklamę z przymrużeniem oka. Wiemy, że po użyciu cudownego kremu czy rewelacyjnego szamponu i tak nie będziemy wyglądać jak młoda Pani, która go reklamuje. Reklama nie może jednak wprowadzać konsumentów w błąd. Jeżeli w reklamie znajdują się jakieś określenia lub informacje, przedsiębiorca bierze odpowiedzialność za to, co komunikuje nam – konsumentom. Np. jeśli reklamuje, że szampon zwalcza łupież po tygodniu stosowania to mamy prawo oczekiwać takich rezultatów. Właśnie pod wpływem takich obietnic podejmujemy przecież decyzję o zakupie tego konkretnego produktu. Jeśli produkt lub usługa nie spełnia zapewnień zawartych w reklamie, mamy prawo złożyć reklamację, powołując się na niezgodność towaru z umową. Pewnych obietnic jednak nie można zweryfikować gdyż zawierają wyrażenia nieokreślone typu: „super”, „wspaniały”, „rewelacyjny”, które bardzo często pojawiają się w reklamach. I trudno nam będzie skutecznie składać reklamacje takich „cudownych” produktów. Kupując określony produkt, nie sugerujemy się reklamą i podejmujemy decyzję biorąc pod uwagę wiele czynników – porównajmy ceny towarów, popytajmy znajomych o opinie, a przede wszyst-

kim kupujemy to, co naprawdę jest nam w danym momencie potrzebne. Wybierając się na zakupy przedświąteczne dajemy się skusić reklamie i wszelkiego rodzaju promocjom. Zastanówmy się czy produkty będące w promocji naprawdę są nam potrzebne. Nie sugerujemy się napisem „promocja”, przeanalizujmy cenę. Nie warto kupować 2 litrów soku gdy potrzebujemy litr. Zobaczymy ile kosztuje litr danego soku a ile ten większy – 2 litrowy i czy faktycznie jest tak jak widnieje na opakowaniu – „litr gratis”. Napis na opakowaniu – „gwarancja 3 lata” to też reklama, a nie faktyczna gwarancja.

Jeżeli na pudełku umieszczono tylko informację o terminie i nie ma wzmianki o tym, do czego zobowiązał się gwarant, to nie możemy mówić o udzieleniu gwarancji.

Informacje umieszczone na opakowaniu produktu uważa się za część umowy (pomiedzy sprzedawcą i konsumentem). Sprzedawca powinien udzielić kupującemu jasnych, zrozumiałych i niewprowadzających w błąd informacji w języku polskim, wystarczających do prawidłowego i pełnego korzystania ze sprzedanego towaru konsumpcyjnego. W szczególności należy podać: nazwę towaru, określenie producenta lub importera i kraj pochodzenia towaru, znaki bezpieczeństwa i zgodności wymagane przez odrębne przepisy, informacje o dopuszczeniu do obrotu w Rzeczypospolitej Polskiej oraz, stosownie do rodzaju towaru, określenie jego energochłonności, a także inne dane wskazane w odrębnych przepisach. Wskazane informa-

cje powinny znajdować się na towarze konsumpcyjnym lub być z nim trwale połączone.

Cena w gazetce reklamowej supermarketu danego towaru winna odpowiadać cenie rzeczywistej w sklepie. Powinniśmy jednak zwrócić uwagę, czy w gazetce nie podano, że promocja obowiązuje w jakimś określonym terminie albo też do wyczerpania zapasów. Może się więc okazać, że nie będziemy mogli kupić reklamowanego towaru, bo już został sprzedany.

Nad właściwą promocją towaru pracuje wiele ludzi, w sklepie najczęściej kierujemy się i patrzymy w prawo, najczęściej sięgamy po produkt prawą ręką, najlepiej widzimy towar na wysokości od jednego metra do poziomu oczu. Stąd wszelkie promocje są najczęściej po prawej stronie w marketach, przy wejściu, by nas zainteresować. Im dłużej konsument przebywa w sklepie tym więcej kupi. Dla stworzenia odpowiedniej atmosfery wykorzystuje się muzykę, światło czy nawet wykorzystuje wiedzę o oddziaływaniu zapachów na reakcje i zachowania ludzi (zapach ciasta, świeżego chleba). W reklamy wierzają dzieci. Kolorowe reklamy sprawiają na nich niesamowite wrażenie i dzieci wierzą w to, co widzą na ekranie. Warto zatem rozmawiać z dzieckiem i zwracać mu uwagę na to, czy produkt spełnia obietnice zawarte w reklamie. Nie podejmujmy zatem decyzji o zakupach pod wpływem chwili, bo towar może wówczas nie spełniać naszych oczekiwań.

Udaných przedświątecznych zakupów.  
Małgorzata Płaszczky

## Europejska Debata Publiczna

dok. ze str. 1

Sali Widowiskowej strzeleckiego Domu Kultury pozostało niewiele wolnych miejsc. Wśród uczestników debaty przeważali ludzie młodzi, ale trzeba przyznać, iż przewaga ta była nieliczna. Świadczy to o tym, że mieszkańcy naszego powiatu bez względu na wiek sprawy europejskie traktują jako swoje własne i czują się współodpowiedzialni za przyszłość całej Unii Europejskiej. Organizatorzy przygotowali dla uczestników trzy prelekcje. Pierwsza z nich bardzo ściśle łączyła się z hasłem przewodnim cyklu debat, czyli przyszląsnością naszego kraju i Unii Europejskiej. Dotyczyła ona bowiem Narodowego Planu Rozwoju na lata 2007-2013. Jego wstępne założenia przedstawił słuchaczom Michał Knapik z Opolskiego Urzędu Wojewódzkiego w Opolu. W swoim wystąpieniu wyjaśnił on czym jest Narodowy Plan Rozwoju oraz naświetlił takie aspekty jak: Struktura NPR, jego cele strategiczne oraz priorytety. Następnie zostały omówione programy operacyjne.

Dalsza część strzeleckiej debaty dotyczyła praw człowieka w Unii Europejskiej, gdyż to one zostały obrane jako temat przewodni debaty strzeleckiej.

Prawa człowieka to temat bardzo szeroki. Może on być rozpatrywany z wielu stron. Rozważania na ten temat można prowadzić pod kątem wielu aspektów. Prawa Człowieka w Unii Europejskiej przybliżył uczestnikom debaty dr Robert Grzeszczak – Adiunkt Katedry Nauk Prawnych Centrum Studiów Niemieckich i Europejskich im. Willy Brandta na Uniwersytecie Wrocławskim. Swoją prelekcję rozpoczął od podania definicji praw człowieka. Następnie skupił się na omówieniu takich tematów jak: ochrona praw podstawowych w prawie Unii Europejskiej



\* kategorie praw człowieka  
\* prawa człowieka a prawa podstawowe  
\* warunki dopuszczalności skargi indywidualnej oraz prawa obywateli UE o charakterze ogólnym.

Po krótkiej przerwie praktyczne spojrzenie na prawa człowieka zaprezentowała słuchaczom Joanna Ryska z Zakładu Prawa Międzynarodowego i Prawa Europejskiego Uniwersytetu Opolskiego. Na przykładzie na przykładzie petycji do Parlamentu Europejskiego i skargi do Europejskiego Rzecznika Praw Obywatelskich przedstawiła ona słuchaczom instrumenty ochrony praw człowieka w prawie wspólnotowym. W swoim wystąpieniu wyjaśniła kto może złożyć petycję, czego może ona dotyczyć, a także w jakiej formie można ją złożyć. Zostały także przedstawione przykłady złożonych skarg i petycji.

Po tej prelekcji przyszedł czas na prawdziwą debatę. Teraz głos miał każdy z uczestników. Każdy z obec-

nych na sali mógł skorzystać z okazji i zapytać o to, co w Unii Europejskiej wydaje mu się niejasne, co go interesuje, z czym ma problemy. Uczestnicy mieli również okazję pochwili, co im się w Unii Europejskiej nie podoba lub z czym się nie zgadzają. Dyskusja szybko nabrała rozpędu, ale niestety czas jej trwania był ograniczony. Uczestnicy mieli jednak jeszcze okazję do rozmowy z prelegentami w kulturalach i chętnie z okazji tej skorzystali.

Ogólnie debata została odebrana wśród uczestników jak i prelegentów bardzo pozytywnie. Większość z nich przychylnie odnosiła się do pomysłu organizowania takich debat. Padły także propozycje tematów kolejnych spotkań. Jest to bardzo optymistyczne, gdyż widać, że społeczeństwo angażuje się nie tylko w sprawy z którymi jest bezpośrednio związane, ale czuje się także odpowiedzialne za przyszłość całej wielkiej europejskiej wspólnoty narodów.

K. Waclawczyk