

X kadencja



KANCELARIA SEJMU

Biuro Komisji Sejmowych

PEŁNY ZAPIS PRZEBIEGU POSIEDZENIA

■ **KOMISJI DO SPRAW
KONTROLI PAŃSTWOWEJ
(NR 50)
z dnia 7 maja 2025 r.**

Pełny zapis przebiegu posiedzenia Komisji do Spraw Kontroli Państwowej (nr 50)

7 maja 2025 r.

Komisja do Spraw Kontroli Państwowej, obradująca pod przewodnictwem posła **Marka Sawickiego (PSL-TD)**, przewodniczącego Komisji, zrealizowała następujący porządek dzienny:

– informacja głównego inspektora pracy na temat nowoczesnych metod promocji zagadnień ochrony pracy.

W posiedzeniu udział wzięli: **Marcin Stanecki** główny inspektor pracy wraz ze współpracownikami.

W posiedzeniu udział wzięli pracownicy Kancelarii Sejmu: **Tadeusz Cieśluk** i **Tadeusz Oset** – z sekretariatu Komisji w Biurze Komisji Sejmowych.

Przewodniczący poseł **Marek Sawicki (PSL-TD)**:

Otwieram posiedzenie Komisji do Spraw Kontroli Państwowej.

Stwierdzam kworum.

Czy są uwagi do porządku dziennego?

Serdecznie witam pana Marcina Staneckiego, głównego inspektora pracy – zaraz dotrze. Witam pana Artura Sobotę, dyrektora Departamentu Prewencji i Promocji PIP. Na pana głównego inspektora chwilę poczekamy. Mam nadzieję, że dojdzie. Witamy pana. Proszę usiąść.

Przystępujemy do realizacji porządku obrad – informacja głównego inspektora pracy na temat nowoczesnych metod promocji zagadnień ochrony pracy. Bardzo proszę pana ministra Staneckiego o przedstawienie informacji.

Główny inspektor pracy **Marcin Stanecki**:

Dzień dobry. Jeszcze raz bardzo przepraszam za spóźnienie, ale ten dzień... Zaczęło się od pierwszego spóźnienia i każde kolejne spotkanie zaczęło się z opóźnieniem, więc bardzo przepraszam, bo to bardzo wstyd, kiedy trzeba czekać na kogoś, a nie lubię być niepunktualny. Chciałem się usprawiedliwić, że to nie ode mnie to wszystko zależy, bo to zależy od kolejnych spotkań... Jest mi głupio. Jeszcze raz przepraszam.

Szanowni państwo, bez zbędnej zwłoki – nowoczesne metody promocji zagadnień ochrony pracy. My jako PIP na co dzień kojarzymy się przede wszystkim z kontrolami i z działalnością kontrolną. W tym roku kładziemy szczególny nacisk na promocję zagadnień ochrony pracy, na informowanie, na edukowanie, na popularyzowanie zagadnień związanych z prawną ochroną pracy, z bezpieczeństwem i higieną pracy. Chcemy też poprzez to podnosić tę świadomość, kulturę prawną, wiedzę, nie tylko pracodawców, ale i pracowników, dlatego w ramach tej prezentacji opowiemy o działaniach, które podejmujemy, żeby te zagadnienia z zakresu ochrony pracy prowadzić.

Jeżeli chodzi o nasze działania, to cały czas dokonujemy ich ewaluacji, staramy się udoskonalać te formy oddziaływania, chcemy, żeby one były jak najlepsze, jak najlepiej trafiały do naszych odbiorców. Bierzemy też pod uwagę wszelkie analizy zagrożeń, które występują w branżach. Bierzemy pod uwagę nieprawidłowości, które ustalamy w trakcie czynności kontrolnych, i szukamy takich najbardziej optymalnych kanałów komunikacji. Jeżeli chodzi o nasze działania, to mamy kampanie społeczne z zakresu prawa, z zakresu bezpieczeństwa pracy, programy prewencyjne, szkolenia dla pracowników, dla pracodawców, dla strony społecznej, czyli dla działaczy związkowych, dla społecznych inspektorów pracy. Staramy się docierać nie tylko poprzez szkolenia, ale również korzystamy z tych nowoczesnych metod – z internetu, z mediów społecznościowych.

Jeżeli chodzi o budowanie komunikatu do grupy docelowej, to chociażby w przypadku naszej kampanii „Legitna praca” odwoływaliśmy się do języka młodzieżowego. Staramy się – to, co jest dla mnie bardzo ważne – używać jak najmniej sformułowań prawnych, jak najczęściej używać języka po prostu polskiego, powiedziałbym nawet – potocznego, żeby te nasze informacje były zrozumiałe, jasne i czytelne, żeby to nie był po prostu wykład prawnika dla prawnika czy inżyniera dla inżyniera. Chociażby w przypadku tej „Legitnej pracy” – jesteśmy dumni z tego,

że używaliśmy języka młodzieżowego i staraliśmy się tym samym dotrzeć w sposób zrozumiały do grupy odbiorców.

Jeżeli chodzi o to, o czym wspominałem, poza takimi tradycyjnymi środkami – jak państwo zauważycie – mamy ponad 7433 wyświetleń w stacjach telewizyjnych i w stacjach tematycznych w 2023 r. spotu skierowanego do branży budowlanej, ale również korzystaliśmy z YouTube'a, gdzie mieliśmy 4 mln wyświetleń naszego spotu kampanii, więc docieramy wszelkimi metodami.

Jeżeli chodzi o promocję za pośrednictwem internetu, to wiemy, że praktycznie wszyscy korzystają z internetu, dlatego my również mieliśmy promocję w wyszukiwarce Google, co pozwoliło nam w latach 2022–2024 wygenerować ponad 175 tys. kliknięć w treści kierujące internautów na stronę kampanii. Korzystaliśmy nie tylko z kanału YouTube, ale również byliśmy tak nowocześni, że korzystaliśmy z Instagrama, z TikToka i też, co wymuszają te social media, nasze filmy były krótkie – 20–30 sekund. Jeżeli chodzi o tę akcję „Legitna praca”, to te filmiki były utrzymywane w konwencji rozmów prowadzonych przez młodzież za pomocą komunikatorów.

O takim nowoczesnym podejściu PIP chociażby świadczy również to, że nawiązaliśmy współpracę z influencerem – z Mario Budowlańcem – co pozwoliło na dotarcie do jeszcze szerszej grupy odbiorców. Jeżeli chodzi o naszą kampanię „Szczepnij życie! Siebie nie odbudujesz”, to 116 tys. internautów obejrzało film na kanale influencera. Również korzystaliśmy z pomocy influencera, który prowadzi kanał „Do Roboty”. Tutaj nagrano trzyminutowy film w formie relacji z pierwszego dnia pracy.

Poza korzystaniem z pomocy influencerów prowadzimy szkolenia online, webinaria, porady, podcasty. Na naszym kanale na YouTube mamy co najmniej kilkadziesiąt filmów, gdzie udzielamy porad z podstawowych zagadnień z prawa pracy i z bezpieczeństwa i higieny pracy. Te filmy można w każdej wolnej chwili obejrzeć. Prowadzimy również szkolenia, w 2024 r. dla ponad 80 tys. odbiorców, przeszło 2,5 tys. szkoleń zarówno w formie stacjonarnej, jak i online.

Jeżeli chodzi o nasze materiały wspomagające kampanie, to korzystamy z infografik – jak państwo widziecie na slajdzie, one są bardzo wizualne, bardzo syntetyczna forma docierająca do odbiorcy, wydaje się, że to jest rzecz, która fajnie przemawia do odbiorcy.

Również takim naszym nowatorskim podejściem było to, że w listopadzie i grudniu 2023 r. przez 28 dni w 1897 pojazdach w 45 miastach emitowane były spoty – 30-sekundowe animacje. Więc korzystamy ze wszystkich możliwych środków, żeby dotrzeć. Oczywiście były one wyświetlane również w Opolu. Miejskie Zakłady Autobusowe w Warszawie również włączyły się w naszą akcję – w 325 autobusach można było zobaczyć nasze spoty reklamowe.

Również korzystamy z takich możliwości, że Okręgowy Inspektorat Pracy w Opolu wspólnie z ZUS przeprowadził debatę oksfordzką w ramach tematu „Legalnie zatrudniam, legalnie pracuję. Działalność gospodarcza czy praca na etacie”. Młodzież szkolna debatowała na temat form zatrudnienia.

Prowadzimy szereg konkursów, chociażby „Pracodawca – organizator pracy bezpiecznej” i „Buduj bezpiecznie”. Również dla młodzieży w tym roku mieliśmy konkurs „Poznaj swoje prawa w pracy” – jesteśmy bardzo dumni, bo 10 tys. uczniów wzięło udział, to był dla nas bardzo dobry wynik. Też mogę powiedzieć, że poziom był tak wysoki, że pomimo tego, że mieliśmy finalistów najlepszych z najlepszych, to poziom czterech najlepszych osób był tak wysoki, że musieliśmy robić dogrywkę, bo uzyskali tą samą liczbę punktów – nagrody też były znaczne, bo za pierwsze miejsce było 2 tys. zł. Bardzo się cieszymy, że ten konkurs spotkał się z takim dużym zainteresowaniem i że uczniowie chcą się uczyć, chcą poznawać prawo pracy i bezpieczeństwo i higienę pracy, bo przez takie kształtowanie podstaw liczymy na to, że w przyszłości unikniemy tak dużej liczby wypadków czy tak wielu problemów, które występują dzisiaj w zakresie prawnej ochrony pracy.

Korzystamy również z naszych materiałów promocyjnych, mamy ich bardzo wiele w formie papierowej i formie elektronicznej. Mamy kody QR, żeby dotrzeć w ten sposób. Jeżeli chodzi o nasze publikacje, to z tego co pamiętam, na koniec roku było ich już 185. One są też napisane bardzo prostym i zrozumiałym językiem. W tym roku wydaliśmy książeczkę o stresie w pracy, która cieszyła się dużym powodzeniem. Mamy tam krótki test, żeby sprawdzić, czy stresujemy się w pracy, czy grozi nam wypalenie – wiadomo, że nie jest to profesjonalne, ale taki początek – mamy tam przykłady ćwiczeń antystresowych, przykłady diety antystresowej, więc wydaje mi się, że tak nowocześnie podchodzimy do tematu. Te książeczki są hitem również na konferencjach poświęconych mobbingowi. Bo też wypada się pochwalić – w tym roku mamy 60 konferencji, w tym w każdym okręgu konferencję poświęconą zagrożeniom psychospołecznym.

W poniedziałek byłem w Szczecinie, gdzie mieliśmy konferencję poświęconą mobbingowi w kulturze. Byliśmy po prostu zaskoczeni ilością osób, bo w filharmonii w Szczecinie było momentami 800 osób, więc wynik był imponujący – superwydarzenie, jesteśmy z niego bardzo dumni. Wcześniej mieliśmy w Rzeszowie „Stres w miejscu pracy”. Ku mojemu zadowoleniu cała aula była wypełniona i było tak dużo chętnych, że ludzie stali bądź siedzieli na schodach. W Warszawie mieliśmy konferencję poświęconą zdrowiu psychicznemu, która też była dużym przedsięwzięciem.

Jeżeli chodzi o działania promocyjne, to mogę się pochwalić, że w ramach światowego dnia ofiar wypadków mieliśmy uroczysty rok poświęcony mobbingowi, gdzie również pokazywaliśmy nasze doświadczenia kontrolne. Mieliśmy akcję w Poznaniu, gdzie 115 firm, w każdym niemalże powiecie, włączyło się w takie działania promocyjno-edukacyjne, gdzie wspólnie ze strażą pożarną PIP w tym uczestniczyła, były pokazy ewakuacji, była osoba, na którą zwał się jakiś element rusztowania, a strażacy ją ratowali. ZUS i Urząd Dozoru Technicznego też się w to włączył. W Kielcach również 10 dużych pracodawców się w to włączyło. Były też akcje – co też jest ważne w ramach tych kampanii – w których pracodawcy organizowali olimpiady wiedzy z zakresu BHP, gdzie jako ciekawostkę mogę powiedzieć, że w jednej z firm nagrodą główną był trzydniowy urlop. Poziom też był bardzo wysoki, bo w tej firmie nikt nie miał mniejszej liczby odpowiedzi niż 90%, a nie można było ściągać, żeby było jasne, bo też tam byłem i w tym uczestniczyłem.

Mamy stronę internetową – www.pip.gov.pl – gdzie możemy się dowiedzieć, co się dzieje w inspekcji, mamy też informacje o podstawach prawnych działania inspekcji, podstawowe informacje z zakresu prawnej ochrony pracy również tam znajdziemy. Nasza strona została zmieniona w 2023 r. Chcieliśmy, żeby była jak najbardziej jasna, czytelna i zrozumiała dla odbiorcy. Również idziemy z duchem czasu i mamy możliwość korzystania z chatbota z funkcją głosową – użytkownicy mogą zadawać pytania pisemnie, jak i za pomocą głosu i otrzymują odpowiedzi jednocześnie w dwóch formach.

Przykłady tego sukcesu projektów „Budowa. Stop wypadkom!” i „Legitna praca” pokazały, że te nowoczesne metody są bardzo skuteczne. Myślę, że ta kampania „Budowa. Stop wypadkom!”, która trwała trzy lata i była w niej powiązana działalność prewencyjna z działalnością kontrolną, była bardzo dużym sukcesem PIP, bo w 2022 r. mieliśmy w budownictwie 99 wypadków śmiertelnych, w 2023 r. – 66, a w 2024 r. – 43. To oznacza, że dzięki tej kampanii uratowaliśmy życie kilkudziesięciu osobom i to jest naprawdę wielki powód do dumy i pokazuje, że PIP jest potrzebna. Dziękuję bardzo.

Przewodniczący poseł Marek Sawicki (PSL-TD):

Dziękuję bardzo.

Otwieram dyskusję. Kto z pań posłanek i panów posłów chce zabrać głos? Pani poseł Bodnar, bardzo proszę.

Poseł Izabela Bodnar (Polska2050-TD):

Szanowny panie przewodniczący, Wysoka Komisjo, szanowny panie ministrze, ja chciałam tak spontanicznie od razu zareagować jako wieloletni marketingowiec pracujący właśnie przy tego typu kampaniach w moim poprzednim życiu zawodowym – muszę przyznać, że jestem pod wrażeniem i zakresu, i skuteczności, i dotarcia, i ilości kanałów dystrybucji tego materiału. A moje pytanie właśnie miało zabrzmieć – czy widzimy jakieś rzeczywiste efekty tego? I na końcu pan rzeczywiście powiedział, że faktycznie o połowę – mamy tu konkretny KPI, który został osiągnięty prawdopodobnie dzięki tej kampanii. Tak że gratuluję serdecznie. Mnie się to bardzo podobało. Super.

Przewodniczący poseł Marek Sawicki (PSL-TD):

Dziękuję bardzo.

Czy ktoś jeszcze? Pan przewodniczący Kostuś się zgłasza. Bardzo proszę.

Poseł Tomasz Kostuś (KO):

Ja również chciałbym wzmocnić głos mojej przedmówczyni, pani poseł, która mówiła o wynikach, o efektach, o sukcesie, o skuteczności przede wszystkim tych kampanii, co jest potwierdzone w oficjalnych statystykach. To bez wątpienia sukces pana ministra i jego pracowników i tych nowoczesnych, innowacyjnych form, które stosujecie. Ale również, co chciałem powiedzieć i to padło w pańskim drugim czy trzecim zdaniu – słowo klucz: ewaluacja. Dlaczego ja o tym chciałem wspomnieć w formie dygresji? Dlatego że ja o ewaluacji w poprzedniej kadencji

mówiłem i przy debatach w Sejmie poświęconych PIP, i podczas tego typu raportów. Wtedy to wywoływało trochę taką konfuzję, takie trochę zdziwienie, tak nie bardzo pańscy poprzednicy wiedzieli, co odpowiedzieć, natomiast pan lekko i łatwo już w pierwszym zdaniu powiedział, że podstawą doboru narzędzi, a następnie tej potwierdzonej skuteczności jest właśnie systematyczna ewaluacja, której dokonujecie. I za to w szczególności chciałbym podziękować, bo o to w poprzedniej kadencji bardzo często dopytywałem. Dziękuję.

Przewodniczący poseł Marek Sawicki (PSL-TD):

Dziękuję bardzo.

Pan poseł Witek, bardzo proszę.

Poseł Przemysław Witek (KO):

Dziękuję, panie przewodniczący.

Wszystko mi się podoba, ale jest stara dobra zasada, że słucha się wszystkiego po „ale”. Otwieram sobie waszą stronę Facebook – 30 polubień i 40 obserwujących i tylko zdjęcie profilowe. Ja jestem trochę starej daty i dla mnie głównym narzędziem do pracy jest Facebook, także w Sejmie. Czy ja dobrze trafiłem i to jest ta strona? Dziękuję.

Przewodniczący poseł Marek Sawicki (PSL-TD):

Dziękuję bardzo.

Główny inspektor pracy Marcin Stanecki:

Oczywiście strzał celny, 10 na 10, okręt zatopiony, przyznaję się bez bicia – nie mamy jako główny inspektorat Facebooka. Próbowaliśmy znaleźć osobę do mediów społecznościowych, ale ci młodzi ludzie mówią nam, że nie można zajmować się wszystkim i trzeba zatrudnić osobną osobę do Facebooka, osobną do TikToka, osobną do Instagrama.

Głos z sali:

Nie... To nie tak.

Główny inspektor pracy Marcin Stanecki:

No w każdym razie dopiero zatrudniliśmy od dwóch tygodni panią i czekamy na efekty jej pracy. Dzisiaj pytałem, jak z naszymi social mediami – mówi, że pracuje. Zdecydowanie nie mamy jeszcze social mediów, mamy LinkedIn, gdzie potroiliśmy w ciągu ostatnich 10 miesięcy liczbę obserwujących i rzeczywiście tam się dużo dzieje. Natomiast tak, nie mamy... Pracujemy nad tym. Też proszę okręgowych, żeby otwierali social media, żebyśmy byli bardziej widoczni. Myślę, że jak się spotkamy za rok o tej porze, to z dumą powiem, że to już nie jest nasza pięta achillesowa, ale pracujemy nad tym... Dosłownie dzisiaj też pytałem o efekty pracy mojego nowego pracownika, ale muszę uzbroić się w cierpliwość, więc proszę o to samo.

Poseł Przemysław Witek (KO):

Przyznam uczciwie, że... Mogę jeszcze jedno słowo, panie przewodniczący?

Przewodniczący poseł Marek Sawicki (PSL-TD):

Nie, bo namieszałeś. A pan przewodniczący Gosek zgłasza się do pomocy, panie ministrze.

Poseł Mariusz Gosek (PiS):

Tak, bo wyszedł z aresztu Dariusz Matecki, on przez prokuraturę Adama Bodnara miał postawiony zarzut i poszedł siedzieć m.in. z trzech czy czterech zarzutów o to, że słabo prowadził social media zdaniem prokuratury, a miał kilkadziesiąt tysięcy polubień. Tak że ja ewentualnie poproszę pana posła Dariusza Mateckiego – jest już na wolności, on chętnie poprowadzi. Ta sprawa, w której pan Bodnar stwierdził, że Dariusz Matecki powinien siedzieć, dotyczy m.in. Kodeksu pracy, to jest de facto sprawa, która w 70% powinna się odbywać przed sądem pracy. Pan Dariusz Matecki jest już człowiekiem wolnym. On, gwarantuję, w kilka miesięcy zbuduje ten profil – kilkanaście tysięcy polubień. W Lasach Państwowych brał za to 6 tys. zł. Zdaniem prokuratury – ślepej kury to było mało. Poszedł siedzieć. Ale jest już na wolności, tak że tutaj deklaruję pomoc.

Przewodniczący poseł Marek Sawicki (PSL-TD):

Jest jeden problem – wydaje mi się, że po tej reklamie, którą miał już pan poseł Matecki, PIP nie będzie stać na takiego eksperta.

Posel Mariusz Gosek (PiS):

6 tys. zł.

Przewodniczący poseł Marek Sawicki (PSL-TD):

On się teraz nie zgodzi za tyle.

Dobrze. Jeszcze pani poseł Bodnar. Bardzo proszę.

Posel Izabela Bodnar (Polska2050-TD):

Panie pośle Matecki, no naprawdę ta dyskusja jest trochę... Przepraszam, panie pośle Gosek.

Posel Mariusz Gosek (PiS):

Pan poseł Matecki jest już obecny, ale nie tutaj.

Posel Izabela Bodnar (Polska2050-TD):

Zawsze mi się panowie trochę myliliście, ale to może dlatego, że tak się przyjaźnicie i często was razem widuję.

Posel Mariusz Gosek (PiS):

Pani też mi się myli z panem ministrem Bodnarem, ale może...

Posel Izabela Bodnar (Polska2050-TD):

Dlatego że mamy podobne nazwiska. W każdym razie myślę, że akurat pan Matecki nie jest dobrym wzorcem dla PIP, ale chciałam powiedzieć, że przy takiej pracy marketingowej, którą państwo już wykonaliście, przy dotarciu, przy tych wszystkich przemyślanych materiałach i grafikach macie gotową kampanię, która pewnie kosztowała ileś pieniędzy – nie wiem, czy o to będziemy pytać. Natomiast aż się prosi, żeby teraz to wszystko przekuć w tak naprawdę niskokosztowe social media, i nie trzeba mieć specjalisty od każdego, bo w zasadzie jeden specjalista powinien sobie spokojnie ze wszystkimi mediami poradzić, więc na pewno warto w to pójść.

Przewodniczący poseł Marek Sawicki (PSL-TD):

Dziękuję bardzo.

Drodzy państwo, zamykam dyskusję, bo ona zaczyna zmierzać w niebezpiecznym kierunku. Stwierdzam, że Komisja zapoznała się z informacją głównego inspektora pracy.

Zamykam posiedzenie Komisji. Dziękuję bardzo.