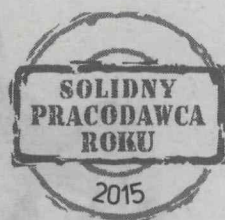


Kolej na przyjazną kolej

Spółka „Koleje Mazowieckie – KM” istnieje od 2004 i aktualnie jest drugim przewoźnikiem w kraju pod względem liczby przewożonych podróżnych. Misją spółki jest prowadzenie pasażerskiego transportu kolejowego o wysokim standardzie w aglomeracji warszawskiej oraz na pozostałym obszarze województwa mazowieckiego, jako elementu zintegrowanego transportu publicznego. W ubiegłym roku z usług firmy skorzystało ponad 62,5 mln osób. W ciągu doby spółka uruchamia blisko 800 pociągów, obsługując 15 linii kolejowych. Jako firma świadoma swojej pozycji na rynku, doskonaląca swoje usługi i podnosząca standardy, chętnie inwestuje w rozwój pracowników, korzystając z różnych form doskazywania i podnoszenia ich kwalifikacji. Pracownicy mają dostęp do szerokiego wachlarza szkoleń ogólnorozwojowych, jak i specjalistycznych (otwartych i zamkniętych), studiów, a także nauki języka obcego. W latach 2012-2014 spółka samodzielnie zrealizowała, współfinansowany ze środków UE, projekt szkoleniowy „Kolej na przyjazną kolej”. Jego głównym celem było podnoszenie poziomu standardów obsługi podróżnych.

W 2012 r. w spółce powstał ośrodek szkoleniowy, który realizuje kursy zawodowe na stanowiska związane z bezpieczeństwem i prowadzeniem ruchu kolejowego. Ośrodek wyposażo-



ny jest w nowoczesne sale ze sprzętem multimedialnym, literaturę specjalistyczną oraz nowoczesny symulator jazdy pociągiem.

Spółka obejmuje także patronatem 3 szkoły średnie, kształcące młodzież w specjalnościach kolejowych, oferując im program stypendiów fundowanych, a absolwentom dając pierwszeństwo w zatrudnieniu.

Zarząd spółki ściśle współpracuje ze związkami zawodowymi funkcjonującymi w firmie. W lutym br. podpisano – jeden z najnowocześniejszych w branży kolejowej – zakładowy układ zbiorowy pracy, który porządkuje, upraszcza i dostosowuje do współczesnych standardów szereg procesów z zakresu zarządzania zasobami ludzkimi.

Spółka wydaje własny miesięcznik „Moja Kolej”, który doskonale spina wiadomości o aktualnych wydarzeniach w firmie, wprowadza w zagadnienia odpowiedzialnego społecznie biznesu oraz promuje nowości ze świata kultury.

