

## СИСТЕМА УПРАВЛЕНИЯ СОЦИАЛЬНЫМИ ПРОГРАММАМИ

**МТС — лидер рейтинга социальной эффективности крупнейших компаний России информационно-аналитического агентства «АК&М».**

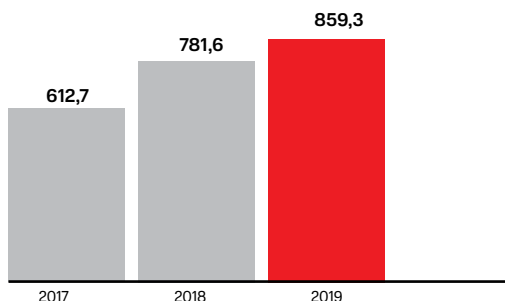
Компания ведет свою деятельность в 83 регионах России и рассматривает вопросы развития территорий присутствия и устойчивости бизнеса в долгосрочной перспективе как глубоко взаимосвязанные. Поэтому МТС, опираясь на бизнес-стратегию, стратегию по КСО и Политику по благотворительности, реализует комплексную программу социальных инвестиций в сфере поддержки местных сообществ.

Ключевыми приоритетами при планировании социальных инвестиций в регионы являются индивидуальный подход и ориентированность на решение наиболее актуальных и острых вопросов жителей каждой конкретной территории. Поэтому в основу комплексной программы социальных инвестиций МТС лег принцип поэтапной поддержки и развития инициатив «снизу вверх» — начиная с реализации потребностей локальных сообществ и заканчивая созданием трехсторонних партнерств «общество — власть — бизнес» по сохранению и развитию социокультурных особенностей региона.

МТС проводит комплексную оценку реализованных проектов с привлечением участников проектов и внешних экспертов. Результаты оценки и итоги полученной обратной связи обсуждаются со всеми заинтересованными сторонами. Ключевым принципом оценки социальных и благотворительных проектов является анализ соответствия вложенных ресурсов (материальных, трудовых и проч.) достигаемым результатам, выраженным в объеме полученных общественных благ и позитивных изменений, охвате аудитории и ее вовлеченности.

В рамках программы создана эффективная система управления, которая включает в себя федеральную команду сотрудников, постоянно занятую в сфере реализации социально ориентированных проектов, а также региональных специалистов по всей России и волонтерские движения.

**\\ Объем средств, направленных Группой МТС на благотворительные и социальные проекты, млн руб.**



В социально направленной деятельности непосредственно задействованы топ-менеджмент Компании и директора региональных представительств. Региональные директора с помощью собственных социальных сетей приглашают волонтеров принять участие в мероприятиях, активно откликаются на происходящие в регионе события и являются единой «точкой входа» для инициатив, партнеров и властей. Компания стабильно выделяет бюджет на реализацию программы социальных инвестиций, который формируется исходя из фактически освоенных средств по итогам предыдущего периода и планируемого развития проектов на будущий сезон.

Планирование и распределение приоритетов с точки зрения территорий в рамках программы социальных инвестиций осуществляются ежегодно на основе региональной стратегии развития бизнеса МТС, анализа социально-экономической ситуации в каждом отдельном регионе и потребностей заинтересованных сторон, а также итогов деятельности предыдущих периодов.

Широкое информирование о программе достигается за счет работы с актуальными потребностями жителей региона: истории помощи обычным людям и поддержки социально и культурно значимых объектов получают большой эмоциональный отклик в социальных сетях, мессенджерах и СМИ.