Пласментна политика

Компанията прилага пряк подход за достъп до пазара. Относно реализацията на пазара дружеството се стреми да използва собствен канал за реализация.

Ценова политика

- по отношение на конкуренцията – намаляване на цените.
- по отношение използваните методи за ценообразуване – стремеж да се поддържа гъвкава политика за ценообразуване на предлаганите стоки и услуги

Рекламна политика

По отношение на избраната форма за рекламиране компанията използва предимно билбордове, интернет реклама и реклама в списания. Чрез използване на рекламата компанията цели:

- познаваемост на фирмата;
- стимулиране на интереса;

Договорна политика

- по отношение на договарянето с клиенти – с всеки потенциален клиент препоръчително се провеждат индивидуални преговори
- по отношение на договарянето с доставчици – избор на конкретни доставчици след проучване и сключване на сделки с тях за доставки на преференциални цени.

Кадрова политика

По отношение на числеността на персонала: средно списъчния брой на персонала за 2020г.-31бр. персонал и 2019 г - 35 души.

Ср.списъчен състав на персонала към 31.12.

КАТЕГОРИЯ	2020г	2019г
Общо, в т.ч.	31	35
Ръководители	1	1
Специалисти	2	2
Техници и приложни специалисти	1	1
Помощен административен персонал	2	2
Персонал зает с услуги на населението,търговия и охрана	15	19
Машинни оператори и монтажници	2	2
Професии,неизискващи специална квалификация	8	8

Възнаграждението на управленския персонал за 2020г отчетен като разходи за организация и управление е на стойност 108 хил .лева

По отношение на квалификацията и преквалификацията на персонала дружеството периодично провежда допълнително обучение чрез подходящи форми / курсове, семинари и др. / необходимо за изпълнение на съответната длъжност. Необходимостта от обучение се определя от нуждите на дружеството и от съответната квалификация и специализация на служителите.

Екологична политика

По отношение на екологичните норми – се спазват всички изисквания от законодателството.