

На 15 март преди 64 години за първи път са формулирани основните права на потребителите: правото на безопасност, правото на информация, правото на избор, правото да бъдеш чуто. През всички тези години производителите отговарят на тези права – някои по-добре, други не толкова.

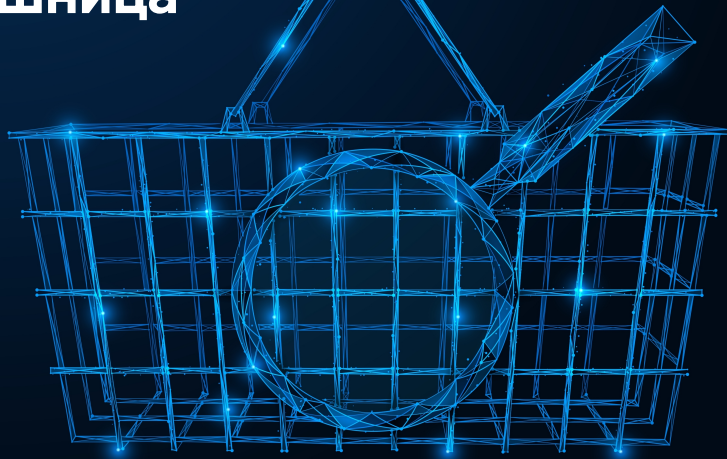
Последните години предизвикаха много промени в нагласите на потребителите – COVID първо сви потреблението, след това последва рязко възстановяване, което за някои компании доведе до едни от най-успешните им години след това.

Но тази година потребителите са притискани от инфлация върху стоки и услуги, варираща в различни размери. Това неминуемо оказва ефект върху това какво и как потребяват и покупателната им способност. Налице са икономически показатели, че този инфлационен натиск ще започне да отслабва.

Производителите на храни и напитки, модните брандове, както и търговските вериги, са сред тези, които най-бързо трябва да се адаптират, за да запазят своите клиенти, но и да съумеят да направят това в ситуация на повишени разходи за производство и доставка заради циклон от кризи.

Към това предизвикателство се добавят и повишените изисквания на потребителите – те активно търсят хранителни продукти, модни стоки и услуги от компании, за които са убедени в тяхната отговорност за околната среда. И тези изисквания са както за физическото пазаруване, така и в онлайн магазините.

## Потребителската кошница



- Какви промени в потребителската кошница вижда българският бизнес?
- Как се променят изискванията на потребителите към качеството и какво търсят?
- Какви са предизвикателствата пред производството на храни и напитки?
- С какви трудности се сблъсква модният бранш и какво е мястото му в листа с покупки?
- Какви иновации на ниво производство, доставка и комуникации на стоки и услуги прилагат компаниите?
- Какъв е интересът към потребяването на био продукти?
- Как електронната търговия променя нагласите към това какво купуваме?

Това са част от въпросите, на които ще търсим отговори на специалните страници в бр. 11/2023 (на пазара от края на ноември до Коледа като печатно и онлайн издание) и отправяме предложение да споделите мнението си. Първа корица на този брой е победителят в конкурса "Мениджър на годината 2023".

**СРОК ЗА ПОЛУЧАВАНЕ НА МАТЕРИАЛИ: 06.11.2023 г.**

**ЦЕНИ ЗА УЧАСТИЕ:**

Една страница реклама или текст – 4 350 лв.  
Две страници реклама и/или текст – 6 550 лв.  
Три страници реклама и/или текст – 7 650 лв.  
Четири страници реклама и/или текст – 8 550 лв.

*\*Възможност за комбинация с банер кампания на [manager.bg](http://manager.bg)*

**ДОПЪЛНИТЕЛНИ РЕДАКЦИОННИ УСЛУГИ:**

Интервюта (въпроси + редактиране) – 150 лв.  
Native статия (написване от редактор) – 350 лв.

**\*цените са без ДДС и включват публикуване на материалите и на [manager.bg](http://manager.bg)**