

DRUŠTVENO ODGOVORNI MARKETING KAO FAKTOR KONKURENTNOSTI PREDUZEĆA

Dr Mira Avramović¹, M.Sc. Slavica Popović²

¹Visoka poslovna škola strukovnih studija, Leskovac, SRBIJA, e-mail avramovic.mira@vpsle.edu.rs

²Visoka poslovna škola strukovnih studija, Leskovac, SRBIJA, e-mail popovic.slavica@vpsle.edu.rs

***Sažetak:** Društvena odgovornost je briga preduzeća o blagostanju društva koja podrazumeva obavezu preduzeća da maksimizira pozitivne i minimizira negativne uticaje na društvo. Implementacija društveno odgovornih aktivnosti omogućava da preduzeće ostvari konkurentsku prednost, bolju pozicioniranost marki proizvoda/usluga, smanji troškove poslovanja, stekne naklonost potrošača i celokupne društvene zajednice. U savremenim uslovima poslovanja preduzeća se suočavaju sa brojnim tehnološkim i tržišnim inovacijama usled nastojanja da zadovolje potrebe, interese i želje potrošača i zainteresovanih stejkholdera. Tako da je definisanje održivih poslovnih i marketing strategija imperativ daljeg razvoja. Prilagođavanje trendovima i izazovima na tržištu, zahteva odgovorno ponašanje preduzeća, prihvatanje etičkih i moralnih principa.*

***Ključne reči:** korporativna društvena odgovornost, društveno odgovoran marketing, marketing strategija*