

Ковачевић Маја*

<https://orcid.org/0000-0001-6902-3794>

Пантић Немања**

<https://orcid.org/0000-0003-0030-6950>

Милојевић Иван***

<https://orcid.org/0000-0003-3653-3477>

УДК: 316.42:334.72

Прегледни рад

DOI: 10.5937/ptp2602192K

Примљено: 30. март 2026.

Одобрено за објаву: 23. април 2026.

Странице: 190–208

УТИЦАЈ ГЛОБАЛИЗАЦИЈЕ И ДИГИТАЛИЗАЦИЈЕ НА ПОСЛОВАЊЕ МАЛИХ И СРЕДЊИХ ПРЕДУЗЕЋА – ЕКОНОМСКИ ИЗАЗОВИ И ПРАВНА РЕГУЛАТИВА

АПСТРАКТ: Предмет истраживања јесте анализа утицаја глобализације на пословање савремених предузећа, са посебним фокусом на сектор малих и средњих предузећа (МСП), која теже интернационализацији, са циљем да се пружи свеобухватан и систематичан приказ утицаја глобализације на трансформацију конкурентности предузећа у светлу дигитализације и експанзије дигиталних платформи. Кроз рад се идентификују критичне тачке преласка на проактивне моделе пословања, уз детаљну анализу пратећих ризика и регулаторних оквира неопходних за њихово превазилажење. Рад указује на то да предузећа у условима појачане глобалне конкуренције морају континуирано иновирати и користити савремену информационо-комуникациону технологију како би, превазилажењем географских баријера и ефикасним управљањем ресурсима, остварила одрживу конкурентску предност. У раду се

*Редовни професор, Универзитет Привредна академија у Новом Саду, Факултет за економију и инжењерски менаџмент у Новом Саду, Нови Сад, Србија, имејл: majaskovacevic5@gmail.com

**Ванредни професор, Универзитет у Крагујевцу, Факултет за хотелијерство и туризам у Врњачкој Бањи, Врњачка Бања, Србија, имејл: nemanja.pantic@kg.ac.rs

***Редовни професор, Универзитет за пословне студије, Бања Лука, Босна и Херцеговина, имејл: drimilojevic@gmail.com



© 2026 by the authors. This article is an open access article distributed under the terms and conditions of the Creative Commons Attribution (CC BY) license (<https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

чини осврт на правну регулативу у Европској унији и у Србији која је од значаја за развој модерног МСП сектора, имајући у виду управо утицај дигитализације на пословање привредних субјеката. Резултати истраживања указују на значај правовремене усклађености пословања МСП са иновативним трендовима присутним на тржишту, које у корак прати национална правна регулатива усклађена са регулаторним оквиром на нивоу Европске уније.

Кључне речи: глобализација, МСП, дигиталне платформе, привредни субјекти, ЕУ регулатива, национални законски оквир.

1. Увод

Глобализација, као феномен савременог доба, покреће снажне економске, друштвене, политичке и културне процесе и остварује утицаје широм света (Петровић, 2021). Међусобна повезаност и зависност омогућавају интеграцију тржишта, технологија и култура, доносе бројне изазове за појединце, предузећа и државе. Ефекти глобализације манифестују се кроз ширење тржишта, технолошке иновације, успостављање глобалних ланаца снабдевања, интензивну конкуренцију, бројне ризике и изазове (Новаковић, 2021; Mengisteab, 2008).

Разумевање утицаја глобализације на пословање и развој предузећа, посебно малих и средњих предузећа (МСП) од суштинске је важности за доношење стратешких одлука у глобализованом свету. С обзиром на комплексност овог феномена, истраживање се фокусира на анализу основних димензија глобализације и на њихов утицај на сектор МСП, која желе да се шире глобално. Прилагођавање различитим условима пословања и националним законима држава (Joffe, 2021), истовремено је и највећи изазов, тако да за МСП глобализација није само прилика за продају производа на другим тржиштима, већ шанса за ширење и унапређење (Iqbal & Khan, 2023; Nirmala и др., 2024), и стратешки императив који захтева дубоку организациону трансформацију (Bahtijarević-Šiber, Sikavica & Pološki Vokić, 2008). У тим условима организациона култура постаје механизам помоћу којег предузећа успевају да превазиђу изазове, а разумевање глобализације омогућава предузећу да усвоји проактивни начин пословања, да усклади, унапреди и повеже сопствени идентитет са регулаторним захтевима наднационалних ентитета. Конкурентност у условима глобализације и дигиталне трансформације више није детерминисана искључиво технолошком опремљеношћу или капиталом

(Ebert & Duarte, 2016), већ способношћу предузећа да изврши потребно институционално усклађивање и транзицију (Megawati и др., 2025). Carbajal Piña, Acur и Cetindamar (2024) наглашавају важност развоја одрживе културе способне да континуирано усваја нове технологије, процесе и инфраструктуру која ће омогућити управљање развојем предузећа и дигиталним иновацијама. Може се рећи да су економски трендови и законска регулатива примарни на макро нивоу, док на микро нивоу привредни субјекти морају поседовати отпорност и спремност да опстану кроз различите националне јурисдикције.

Предмет истраживања јесте анализа утицаја глобализације на пословање савремених предузећа, са посебним фокусом на сектор МСП, која теже интернационализацији. Циљ је да се пружи свеобухватан и систематичан увид у то како глобални процеси утичу на конкурентност и трансформишу предузећа у условима дигиталног пословања, дигиталне трансформације и дигиталних платформи. У истраживању је наглашена потреба идентификовања могућности и ризика у преласку на проактивни модел пословања, улога дигиталних платформи, као и идентификовање кључних ризика и регулатива за њихово превазилажење.

Рад је структуриран на начин да омогући разумевање сложености теме, почевши од теоријског оквира који дефинише основне појмове глобализације, интернационализације и утицаја на пословање предузећа. Други део рада посвећен је анализи глобалних ланаца снабдевања и логистичких изазова (Jovanović & Vasiljević, 2008), као и регулаторних, правних, валутних и економских изазова и улози дигиталних платформи у интернационализацији МСП. У завршним поглављима рада, чини се осврт на правну регулативу која је од значаја за развој модерног МСП сектора у Европској унији и у Србији, имајући у виду управо утицај дигитализације на пословање привредних субјеката. Резултати истраживања указују на значај правовремене усклађености пословања МСП са иновативним трендовима присутним на тржишту, које у корак прати национална правна регулатива усклађена са регулаторним оквиром на нивоу Европске уније.

2. Утицај глобализације на пословање предузећа

Глобална повезаност земаља, народа и култура, обезбеђује проток информација, капитала, људи, робе и услуга, те утиче на економију, на политику, на друштво и на културу. Ширењем пословних активности на међународна тржишта, омогућен је приступ новим потрошачима,

проширен тржишни потенцијал, диверзификовани извори прихода и смањена зависност од једног тржишта, чиме се позитивно утиче на стабилност пословања. У глобалним условима, интеракција и интеграција између људи, организација и влада (James & Steger, 2014), посебно је значајна за компаније које имају предузећа у различитим земљама света, послују изван матичне државе или сарађују с иностраним компанијама. Ефекат глобализације на пословне операције изузетно је широк, представљајући изазове и нове могућности за предузећа. Појављују се повезана друштва, која чине матична компанија – компанија-мајка, доминантно друштво, контролно друштво; и зависне компаније – компаније-ћерке, потчињена друштва, контролисана друштва (Ćirić, 2008, стр. 123). Предузећима је омогућено да се усмере изван националних граница, односно да се усмере према најпрофитабилнијим, најконкурентнијим и најперспективнијим тржиштима и остваре конкурентску предност. Суочена са јачом конкуренцијом, предузећа морају стално да иновирају, прилагођавају производе и услуге и ефикасно управљају својим ресурсима и операцијама. Развој нових технологија, посебно у области комуникација и транспорта, олакшава стварање глобалних мрежа и тржишта и омогућава смештај делова предузећа на најповољније пословне локације. Због виртуелних веза, ове локације постају лако доступне у врло кратком времену, без обзира на удаљеност (Bedecković & Golub, 2011). Глобализација је у великој мери повезана с развојем нових технологија, нарочито у областима комуникација и транспорта. Напредак у тим подручјима омогућио је бржи и лакши проток информација, људи, робе и услуга широм света. Савремена ИКТ омогућава ефикасну размену информација путем интернета, мобилних телефона, имејла, видео-конференција и друштвених мрежа, чиме је смањена удаљеност и омогућена комуникација у реалном времену без обзира на географске разлике. Транспортна технологија омогућила је бржи и ефикаснији превоз људи и робе широм света, смањујући трошкове и време транспорта. Тиме је олакшана глобална трговина и омогућена бржа и јефтинија испорука производа на међународним тржиштима.

Интензивна интернационализација јесте следећа фаза глобалног ширења предузећа и обухвата економију, трансфер технологија, знања и културних вредности. Процес у којем се пословне активности, производи и услуге интегришу у међународна тржишта захтева прилагођавање пословних модела, стратегија и операција, успостављање партнерстава са иностраним субјектима, отварање филијала или прилагођавање понуде локалним културним и потрошачким потребама (Johanson &

Vahlne, 2015). Модел Упсале истиче да се интернационализација одвија кроз интеракцију између развоја тржишног знања и инкременталних инвестиција, што је кључно за интензивно ширење (Johanson & Vahlne, 2015, 2017).

У контексту глобализације одрживи развој, као оквир одговорног пословања, добија на значају. Како Лончар (2019) наводи, одрживи развој подразумева задовољавање потреба садашњих генерација без угрожавања могућности будућих да задовоље своје потребе, кроз уравнотежење економских, социјалних и еколошких димензија (Ghimire, 2023). Еколошки аспекти пословања наглашавају одрживо коришћење ресурса, смањење емисија гасова са ефектом стаклене баште, очување биоразноликости и промоцију обновљивих извора енергије, попут соларне енергије и енергије ветра. Економски аспект осигурава раст без исцрпљивања ресурса, подржавајући иновације и зелене технологије, које стварају дугорочну профитабилност. Социјални аспект промовише једнакост, приступ образовању, здравству и фер радне услове, уз поштовање културних разлика на глобалним тржиштима (Purvis, Mao & Robinson, 2019).

Уз позитивне аспекте, попут повећане трговине, бољих услова за економски раст и ширења културе, глобализација доноси и бројне изазове. То укључује неједнакости у приступу ресурсима, културна и економска прилагођавања, као и потенцијалне претње за домаће индустрије и традиције. Глобализација такође може довести до јачања глобалних проблема, попут климатских промена, миграција и међународних конфликта.

McLuhan & Powers (1989) и Bedeković и Golub (2011) уводе термин *глобално село*, у којем се услед глобализације променио начин живота, навике, традиција и обичаји. Културни обрасци утичу на понашање запослених и на понашање пословних партнера (Bahtijarević-Šiber, Sikavica & Pološki Vokić, 2008). Традиционални начин вођења пословања, у глобалном предузећу, више није довољан, односно разумевање локалних обичаја, норми и пословних пракси постаје кључно за успех. *Глобално село* мења се и захтева прилагођавање стила вођења предузећа, нове стратешке одлуке, познавање и уважавање различитости и способност прилагођавања (Logue, 2023; Ralón, 2017). Предузећа морају прилагодити своје маркетиншке стратегије, производе и пословне приступе специфичностима и очекивањима потрошача у различитим земљама. Према Andrijanić (2020), међународни односи нису само економски, већ укључују и културне, политичке и друштвене

аспекте. Специфичне околности у земљама обликују пословање, па тако различити ресурси, разлике у схватањима, интересима и обичајима могу утицати на начин преговарања, уговарања и договарања на међународној сцени. Менаџмент мора познавати и разумети како културне разлике утичу и обликују пословне односе (Certo & Certo, 2008). Глобално ширење мења национални идентитет у интеркултурални. Комуникација међу партнерима из различитих земаља захтева ефикасно управљање, што подразумева обављање менаџерских функција (планирања, организовања, вођења, менаџмента људских потенцијала и контроле) уз неизоставно разумевање специфичности окружења (Bahtijarević-Šiber, Sikavica & Pološki Vokić, 2008).

Предузећа на глобалној сцени користе глобалне ланце снабдевања и на тај начин смањују трошкове производње и приступања повољним ресурсима, али захтевају ефикасно управљање. Пред предузећима се налазе бројни правни, економски, политички и друштвени изазови (управљање логистиком, комуникација с партнерима у различитим временским зонама, различит језик, природне непогоде, политичка нестабилност, економска криза и сл.). Успех међународног пословања предузећа мора се посматрати кроз призму макроекономских агрегата (на пример, инфлација, флукуације девизног курса) или инфраструктурних проблема (несташице средстава за рад и предмета рада, недовољно квалификована радна снага, недостатак транспортних капацитета итд.). Како Јовановић и Vasiljević (2008) истичу, „промене у данашњем пословном окружењу изазване су глобализацијом, све строжим захтевима крајњих купаца, тенденцијама ка смањењу животног века производа, зависношћу компанија од пословних партнера, као и фокусирањем компанија на кључне компетенције“ (стр. 252). Привредни субјекти своју целокупну активност фокусирају на крајњег купца и/или корисника услуге, избегавајући беспотребно изнуривање и трошење енергије. Поједини аутори наводе четири фактора од кључног значаја за глобалне ланце снабдевања, и то: дугачки рокови испоруке, продужено и непоуздано време превоза, спајање и опције збирног терета, модел вишеструког превоза робе и трошковне опције. У циљу спречавања неприлика, морају се размотрити и уважити ризици и специфичности глобалних ланаца снабдевања (Анђелковић, Барац & Миловановић, 2014). Како роба преваљује хиљаде километара, а време превоза и испоруке јесте важан чинилац, предузећа морају размотрити начине отпреме робе. Предузећа могу самостално организовати логистичке активности или се одредити за ангажовање специјализованих посредника (шпедитери, *door-to-door*

транспортни провајдери итд.). У развијеним тржишним економијама логистичким услугама координирају и управљају, односно целокупним ланцем снабдевања управљају специјализована међународна предузећа (Bendeković, Vuletić & Gotovac, 2013; Pavlić Skender & Grčić Fabić, 2013).

3. Регулаторни, валутни и економски изазови привредних субјеката на међународном тржишту

Компаније које послују на међународним тржиштима суочавају се са значајним ризиком валутних флукуација, јер промене девизних курсева могу драматично утицати на трошкове увоза/извоза, на приходе у локалним валутама и на укупну профитабилност (Tiwary, 2019). Такође, економске кризе, хиперинфлација, рецесије или геополитички шокови у појединачним земљама дестабилизују пословање, па глобалне компаније развијају и користе софистициране стратегије заштите, укључујући хединг уговоре и сл. Повезивањем привреде, политике и културе утиче се на социјалну равнотежу, а као последица јављају се: несразмерни демографски раст у неразвијеним регионима, повећана привредна нестабилност, дерегулација друштвених сектора, јачање регионалних интеграција, растући јаз између богатих и сиромашних и сл. Међутим, међународни проток роба, услуга и капитала, смањује значај националних економија у корист мултинационалних мрежа (Heimberger, 2020). Предузећа су услед измењених микро и макро услова пословања суочена са озбиљним претњама, попут поремећаја ланаца снабдевања или регулаторних баријера. У глобалним условима пословања, стандарди конкурентности производа, иновативности и услужности постају све захтевнији. Паралелно, примењују се критеријуми животне средине, друштвене одговорности и ESG управљања (Environmental, Social, and Governance) и дигиталних платформи. Стога глобално позиционирање није избор, већ обавеза, тј. стратешки императив који захтева прилагодљивост (Bahtijarević-Šiber, Sikavica & Pološki Vokić, 2008). У циљу оптимизовања пословних процеса, глобализација подстиче предузећа да усвајају технолошке иновације и дигитализацију, чиме се олакшава глобална комуникација и сарадња међу партнерима (Gobble, 2018). Са друге стране, мора се узети у обзир утицај пословних активности на окружење, друштво и људска права, тако да корпоративна друштвена одговорност (CSR – Corporate Social Responsibility) добија на значају. Потрошачи, инвеститори и друге заинтересоване стране све

више очекују од компанија да покажу одговорност и транспарентност у својим пословним праксама.

Пословање у више земаља подразумева усклађивање са различитим националним законодавствима и регулативама, што често захтева специјализовану правну подршку, мултидисциплинарне тимове и континуирано праћење промена. Земље имају специфичне законе о порезима (нпр. избегавање двоструког опорезивања преко билатералних споразума), радним правима (радно време, минимална плата, заштита радника), заштити потрошача, животној средини (емисије, отпади) и интелектуалном власништву, чија неусклађеност може угрозити посао, довести до казни, тужби и сл. Nugiantari (2025) идентификује ризике у прекограничним уговорима, од неусклађености правних система до изазова у вези са регулаторном усклађеношћу. Аутор наглашава да компаније могу постићи одрживи раст идентификацијом правних ризика, усклађеношћу и оптимизацијом профита, уз креацију оквира за правну процену ризика.

4. Улога дигиталних платформи у интернационализацији МСП и правна регулатива Европске уније и Србије

Пристап глобалним тржиштима путем дигиталних платформи представља кључну прилику за предузетнике, стартапове и МСП да прошире своје пословање с минималним улагањима и административним оптерећењем.

Традиционална продаја захтевала је значајне инвестиције и постепено освајање тржишта. Еволуција дигиталних платформи у савременом економском контексту условљена је разумевањем основне структуре и понашања корисника. Petsas и др. (2013) указали су на предности дигиталног тржишта (нпр. App Store и Google Play) у стварању тржишне доминације и оспорили су традиционалне моделе пословања. У глобалном, дигиталном свету, услед масовне употребе интернета и апликација, мала и средња предузећа променила су начин продаје, односно унапређена је доступност производа. Производи су постали доступни било где на свету, без потребе за великим продајним објектима, складиштима или скупим рекламама. Тако да су данас традиционални модели продаје допуњени или замењени моделом платформске продаје. Продаја је постала бржа и модернија, а предузећа конкурентнија великим компанијама.

Улога дигиталних платформи примарно је инфраструктурна, односно оне МСП пружају ослонац, логистичка и технолошка решења, модификацију трошкова, смањење иницијалног капитала. Истовремено, дигиталне платформе скраћују време неопходно за освајање иностраних тржишта и успостављање поверења код глобалних купаца. Упркос ограниченим ресурсима предузећа, платформе омогућавају економију обима и равноправно надметање са мултинационалним корпорацијама (Lund & Tyson, 2018). Ефикасност интернационализације директно зависи од избора адекватног дигиталног канала. Доступни су глобални лидери, као што су: *Alibaba*, *Amazon* или *eBay* (Baker El-Ebiary, и др., 2021; Qureshi & Yadav, 2020), али и регионални екосистеми, као што су: *Allegro* (Пољска), *Kaufland* (Немачка/CEE), *eMAG* (Румунија/Балкан), *Trendiol* (Турска) и *Pepita* (Мађарска). Коначно, платформе нису само канали продаје, већ су интегрисане пословне инфраструктуре за МСП високе функционалности.

Дигиталне платформе представљају јединствен оперативни систем који подразумева савремену техничку архитектуру и стабилне сервере, сигурне финансијске системе плаћања, а често обухвата и комплетну логистичку мрежу складиштења и доставе. Поред наведених чинилаца оперативних система, дигиталне платформе укључују и софистициране маркетиншке алгоритме. Они омогућавају анализу тржишних трендова и преференција потрошача, препознавање и повезивање понуде предузећа са потенцијалним потрошачима, чиме се процес продаје, наплате и дистрибуције одвија унутар једног система. МСП добијају инфраструктурну подршку кроз моделе интегрисане логистике (*Fulfillment*) и врло често преузимају ризик дистрибуције и складиштења, умањујући оперативне ризике. Заправо, дигиталне платформе функционишу као простор за емпиријску валидацију пословних стратегија, тестирање нових производа и ценовних модела.

Ипак, пословање МСП и ефекти дигитализације зависе од развијености широкопојасног интернета, приступачног клауда и усклађених режима управљања подацима (Nikoletos и др., 2024). Неопходни су подршка и инвестиције у комплементарне капацитете, као што су: аналитика података, управљање сајбер ризицима и прекогранична е-логистика (Mirzaye & Mohiuddin, 2025; Lund & Tyson, 2018). Дизајн дигиталних тржишта мора бити свеобухватан, односно мора истовремено решавати технолошку стабилност, економску оправданост и регулаторну усклађеност (Shirzad & Bell, 2013).

Како су платформе расле, постало је неопходно класификовати њихове пословне моделе. Täuscher и Laudien (2018) идентификовали су шест кључних типова платформи. Аутори анализирају њихов утицај на конкуренцију и регулацију и истичу да на тој класификацији ЕУ данас гради своје законе. Тиме настоји да обезбеди фер игру унутар дигиталних екосистема где велики играчи често постављају сопствена правила (Rondić, 2025). Shree, Singh, Paul, Hao и Xu (2021) указују на то да усвајање платформи није само техничко питање, већ зависи од ширег окружења, тако да дигитална тржишта у ЕУ морају бити не само ефикасна већ и друштвено одговорна (Cano и др., 2022). Azcoitia & Laoutaris (2022) и Abbas и др. (2021) баве се питањима у вези са тржиштем података (Data Marketplaces) и истичу важност *governance* и социо-економских димензија размене података. Питањем поверења у овим комплексним системима бавили су се Tkachuk, Ilie, Tutschku и Robert (2021), који истичу улогу блокчејна и дистрибуираних технологија (DLT) као механизма који могу револуционисати пословне моделе, чинећи их транспарентнијим и отпорнијим на манипулације.

Управо ЕУ чини значајне напоре да кроз усвајање регулаторног оквира у виду Уредбе о дигиталним тржиштима (2022) и Уредбе о дигиталним услугама (2022) измени правно окружење у којем послују онлајн платформе, с циљем јачања права корисника и увећања транспарентности у раду платформи. Циљ је заправо да се на нивоу Европске уније Уредбом о дигиталним тржиштима (2022) обезбеди „конкурентни и праведни дигитални сектор који омогућава раст иновативних дигиталних подuzeћа и заштиту сигурности корисника на интернету путем: јасних обавеза и забрана за велике интернет платформе, бољих услуга и праведнијих цена за потрошаче, подстицања иновација и праведнијег окружења који се тичу интернет платформи за технолошка стартап предузећа, пружања могућности пословним корисницима да потрошачима понуде већи избор, забране непоштених пракси на великим интернет платформама“. Уредбом о дигиталним услугама (2022) обезбедило се „сигурније интернет окружење за потрошаче и трговачка друштва у Европској унији уз скуп правила за: ефикаснију заштиту потрошача и њихових основних права, дефинисање јасних одговорности интернет платформи и друштвених мрежа, решавање незаконитог садржаја и производа, говора мржње и дезинформација, постизање веће транспарентности уз боље извештавање и надзор, као и подстицање иновације, раста и конкурентности на унутарњем тржишту Европске уније“. Обе Уредбе стварају јединствени правни оквир који смањује

препреке за прекогранично пословање и штити права потрошача. За МСП то значи већу правну сигурност и лакши приступ тржиштима ЕУ. Поред две поменуте Уредбе, чији је, дакле, циљ сигурност корисника и поштено тржишно такмичење на интернету, Европска унија је усвојила и Акт о вештачкој интелигенцији (2024), чији је циљ „успостављање усклађеног унутрашњег тржишта за вештачку интелигенцију у ЕУ, подстицање увођења ове технологије и стварање подстицајног окружења за иновације и улагања“.

Поједине земље у развоју пружају својим грађанима и разне подстицаје за укључење у ово глобално дигитално тржиште рада, јер на тај начин задржавају таленте у својој земљи истовремено обезбеђујући прилив страних средстава.

Што се тиче правне регулативе у Србији која је од значаја за развој модерног МСП сектора, може се уочити тенденција активног усклађивања актуелног законског оквира са стандардима и регулативом Европске уније, у циљу усклађивања пословања привредних субјеката са савременим трендовима на тржишту и потребама дигиталног пословања. У сет основних закона који уређују поменуту област свакако се убраја Закон о заштити конкуренције (2009), којим се „уређује заштита конкуренције на тржишту Републике Србије, у циљу економског напретка и добробити друштва, а нарочито користи потрошача, као и оснивање, положај, организација и овлашћења Комисије за заштиту конкуренције“ (члан 1). Одредбе Закона о заштити конкуренције (2009) „примењују се на све учеснике на тржишту, па играју и кључну улогу у контексту пословања дигиталних платформи за доставу хране“ (Жунић Марић, Ђукановић & Обрадовић, 2024, стр. 26). Закони које такође треба истаћи јесу Закон о заштити података о личности (2018), којим је „српско законодавство у великој мери усклађено са прописима Европске уније који се односе на заштиту приватности и података о личности, узимајући у обзир све већи значај и проток података о личности приликом пословања пружаоца информационих услуга“ (Жунић Марић, Ђукановић & Обрадовић, 2024, стр. 25), Закон о трговини (2019), који је „први дефинисао и идентификовао разлику између електронске платформе, електронске продавнице и тзв. дропшипинга“ (Жунић Марић, Ђукановић & Обрадовић, 2024, стр. 26), Закон о електронској трговини (2009), чијим су изменама и допунама из 2019. године уведене додатне обавезе пружаоцима услуга информационог друштва; Закон о електронском документу, електронској идентификацији и услугама од поверења у електронском пословању (2017), којим се „уређују електронски документ, електронска

идентификација и услуге од поверења у електронском пословању“ (члан 1); као и Закон о дигиталној имовини (2020), којим се уређују следећа питања: издавање дигиталне имовине и секундарно трговање дигиталном имовином у Републици Србији, пружање услуга повезаних с дигиталном имовином, заложно и фидуцијарно право на дигиталној имовини, надлежност Комисије за хартије од вредности и Народне банке Србије“. Свакако треба нагласити да се „правни положај привредних друштава и других облика организовања, а нарочито њихово оснивање, управљање, статусне промене, промене правне форме, престанак и друга питања од значаја за њихов положај, као и правни положај предузетника“ уређује одредбама Закона о привредним друштвима (2011, члан 1).

5. Закључак

Глобализација и дигитализација представљају повезане процесе који мењају услове за савремено пословање, за раст и развој малих и средњих предузећа. Истраживање указује да глобализација утиче на ширење тржишта и диверзификацију прихода, а технолошке иновације и пословање преко дигиталних платформи омогућавају МСП сектору територијално ширење уз мала почетна улагања. Резултати истраживања указују на то да глобалне и регионалне дигиталне платформе нису само канали продаје, већ комплексна пословна инфраструктура, која је раније била доступна само мултинационалним компанијама. Предузећима постају доступне бројне информације о тржишту и потрошачима, што у сарадњи са дигиталним алатима, смањује оперативне ризике.

Одржива конкурентска предност у савременим условима пословања у *глобалном селу* више није детерминисана само капиталом, већ способношћу предузећа да се институционално усклађује. Савремени потрошачи и инвеститори захтевају прилагођавање локалним културним обрасцима, нормама и пословним праксама, а све је важније спровођење ESG критеријума и принципа друштвене одговорности. Посебан изазов савременог глобалног пословања МСП, у условима интензивне дигитализације и трансформације, представља сложен регулаторни оквир. Резултати указују на то да је за успешно пословање на међународном тржишту неопходна правовремена усклађеност са регулативом Европске уније, превасходно кроз Уредбу о дигиталним тржиштима (DMA) и Уредбу о дигиталним услугама (DSA), које наглашавају значај фер тржишне утакмице и заштите корисника. За привредне субјекте у Србији, овај процес је олакшан активном тежњом националног законодавства да

усклади законе, попут Закона о заштити података о личности и Закона о електронској трговини, са правним тековинама ЕУ.

Коначно, може се закључити да глобализација и дигитална трансформација нису само спољашњи притисци, већ стратешки императиви који подразумевају дубоку институционалну трансформацију. Коришћење предности дигиталних платформи и поштовање наднационалних правних норми доприносе успостављању равнотеже између локалних специфичности и глобалних трендова и постају кључни фактори за опстанак и профитабилност МСП у савременом свету.

Изјава о непостојању сукоба интереса

Аутори изјављују да немају сукоб интереса.

Доприноси аутора

Концептуализација, М. К., Н. П., И. М.; методологија, Н. П., И. М.; формална анализа, М. К., Н. П.; ресурси, И. М.; писање – припрема оригиналног нацрта, М. К., Н. П., И. М.; писање – преглед и уређивање, М. К., Н. П., И. М. Сви аутори су прочитали рукопис и сложили се са објављеном верзијом рукописа.

Финансирање

Ово истраживање није остварило никакво додатно финансирање.

Изјава о доступности података

Оригинални доприноси представљени у раду укључени су у сам рукопис / додатни материјал, а додатна питања могу се упутити одговарајућем аутору/ауторима.

Информисани пристанак свих учесника у истраживању/одобрење надлежног одбора

Није применљиво.

Kovačević Maja

University Business Academy in Novi Sad, Faculty of Economics and Engineering Management in Novi Sad, Novi Sad, Serbia

Pantić Nemanja

University of Kragujevac, Faculty of Hotel Management and Tourism in Vrnjačka Banja, Vrnjačka Banja, Serbia

Milojević Ivan

University of Business Studies, Banja Luka, Bosnia and Herzegovina

THE IMPACT OF GLOBALIZATION AND DIGITALIZATION ON THE OPERATIONS OF SMALL AND MEDIUM- SIZED ENTERPRISES – ECONOMIC CHALLENGES AND LEGAL REGULATION

ABSTRACT: The subject of this research is an analysis of the impact of globalization on the operations of modern enterprises, with particular emphasis on small and medium-sized enterprises (SMEs) striving for internationalization, with the aim of providing a comprehensive and systematic overview of the influence of globalization on the transformation of corporate competitiveness in the context of digitalization and the expansion of digital platforms. The paper identifies critical transition points towards proactive business models, accompanied by a detailed analysis of the associated risks and the regulatory frameworks necessary for overcoming them. The research indicates that, under conditions of intensified global competition, companies must continuously innovate and employ modern information and communication technologies in order to achieve a sustainable competitive advantage through overcoming geographical barriers and efficient resource management. The paper also provides an overview of the legal regulations in the European Union and the Republic of Serbia that are relevant to the development of the modern SME sector, particularly in light of the impact of digitalization on the operations of economic entities. The research results highlight the importance of

timely alignment of SME operations with innovative market trends, which are closely followed by national legal regulations harmonized with the regulatory framework at the level of the European Union.

Keywords: globalization, SME, digital platforms, economic entities, EU regulation, national legal framework

Литература

1. Abbas, A. E., Agahari, W., Van de Ven, M., Zuiderwijk, A., & De Reuver, M. (2021). Business data sharing through data marketplaces: A systematic literature review. *Journal of Theoretical and Applied Electronic Commerce Research*, 16(7), pp. 3321–3339. DOI: 10.3390/jtaer16070180
2. Анђелковић, А., Барац, Н., & Миловановић, Г. (2014). Управљање факторима ризика: Механизам за повећање отпорности ланца снабдевања. *Економске теме*, 52(1), стр. 81–99
3. Андријанић, Т. (2020). *Izravna strana ulaganja i svjetska ekonomija – diplomski rad*. Osijek: Josip Juraj Strossmayer Univerzitet u Osijeku, Ekonomski fakultet
4. Azcoitia, S. A., & Laoutaris, N. (2022). A survey of data marketplaces and their business models. *ACM SIGMOD Record*, 51(3), pp. 18–29
5. Bahtijarević-Šiber, F., Sikavica, P., & Pološki Vokić, N. (2008). *Suvremeni menadžment-vještine, sustavi, izazovi*. Zagreb: Školska knjiga
6. Baker El-Ebiary, Y. A., Ghanem, W. A. H., Saany, S. I. A., Rose, A. N. M., Jusoh, J. A., & Hassan, H. (2021). A Comparative Study of eBay and Amazon Electronic Commerce Platforms. In: *International Conference on Emerging Technologies and Intelligent Systems* (pp. 371–380). Cham: Springer International Publishing. DOI: 10.1007/978-3-030-82616-1_32
7. Bedeković, V., & Golub, D. (2011). Suvremeni menadžment u uvjetima globalnog poslovanja. *Praktični menadžment: stručni časopis za teoriju i praksu menadžmenta*, 2(2), str. 57–63
8. Bendeković, J., Vuletić, D., & Gotovac, M. (2013). *Uloga i važnost špeditera u lancu opskrbe*. Zagreb: Ekonomski fakultet
9. Cano, J. A., Londoño-Pineda, A., Castro, M. F., Paz, H. B., Rodas, C. & Arias, T. (2022). A bibliometric analysis and systematic review on E-marketplaces, open innovation, and sustainability. *Sustainability*, 14(9), p. 5456. DOI: 10.3390/su14095456
10. Carbajal Piña, C. A., Acur, N., & Cetindamar, D. (2024). An activity theory analysis of digital innovation orchestration in Industry 4.0. *Journal*

- of Manufacturing Technology Management*, 35(5), pp. 962–983. DOI: 10.1108/JMTM-09-2023-0419
11. Certo, S. C., & Certo, S. T. (2008). *Moderni menadžment*. Zagreb: Mate doo
12. Ćirić, A. (2008). Transnational corporation as a form of corporate activities. *Pravo i privreda*, 45(5-8), pp. 123–142
13. Ebert, C., & Duarte, C. H. C. (2016). Requirements engineering for the digital transformation: Industry panel. In: *2016 IEEE 24th International Requirements Engineering Conference (RE)* (pp. 4-5). IEEE. DOI: 10.1109/RE.2016.21
14. Ghimire, B. J. (2023). Three pillars of sustainable development: Challenges versus achievements. *Journey for Sustainable Development and Peace Journal*, 1(02), pp. 132–146. DOI: <https://doi.org/10.3126/jsdpj.v1i02.58266>
15. Gobble, M. M. (2018). Digitalization, digitization, and innovation. *Research-Technology Management*, 61(4), pp. 56–59
16. Heimberger, P. (2020). Does economic globalisation affect income inequality? A meta-analysis. *The World Economy*, 43(11), pp. 2960–2982. DOI: 10.1111/twec.13007
17. Iqbal, S., & Khan, A. (2023). Globalization and its impact on small and medium-sized enterprises (SMEs): A longitudinal analysis. *Competitive Research Journal Archive*, 1(01), pp. 109–118
18. James, P., & Steger, M. B. (2014). A genealogy of ‘globalization’: The career of a concept. *Globalizations*, 11(4), pp. 417–434
19. Joffe, L. (2021). Globalization, Cultural Diversity and Resilience of the Organization. *Journal of Entrepreneurship and Business Resilience*, 4(2), pp. 100–108
20. Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2015). The Uppsala Internationalization Process Model Revisited: From Liability of Foreignness to Liability of Outsidership. In: Forsgren, M., Holm, U. & Johanson, J. (eds.) *Knowledge, Networks and Power, chapter 7* (pp. 153–186). Basingstoke, UK: Palgrave Macmillan. DOI: 10.1057/9781137508829_7
21. Johanson, J., & Vahlne, J. E. (2017). The Internationalization Process of the Firm—A Model of Knowledge Development and Increasing Foreign Market Commitments. In: Buckley, P. (ed.). *International business* (pp. 145–154). London: Routledge
22. Logue, D. (2023). Global villages and rural cosmopolitanism: Exploring global ruralities. *Journal of Rural Studies*, 102, pp. 103–115

23. Лончар, Ј. (2019). Глобализација и/или одрживи развој? *Географски хоризонт*, 65(2), стр. 7–16
24. Lund, S., & Tyson, L. (2018). Globalization is not in retreat: Digital technology and the future of trade. *Foreign Affairs*, 97(3), pp. 130–140
25. McLuhan, M., & Powers, B. R. (1989). *The global village: Transformations in world life and media in the 21st century – Communication and society*. New York, USA: Oxford University Press
26. Megawati, R., Sihabudin, S., Sopyan, S., Wahyuni, S., Wondo, B. H., Dwijaningtyas, S., & Guritno, B. (2025). Institutional Analysis of Global Competitiveness in the Fields of Management, Tourism, and Education. In: *Proceedings of the 2nd International Conference on Business, Accounting, Banking, and Economics (ICBABE 2025)* (pp. 61–78). UK: Springer Nature. DOI: 10.2991/978-94-6463-862-2_7
27. Mirzaye, S., & Mohiuddin, M. (2025). Digital transformation in international trade: Opportunities, challenges, and policy implications. *Journal of Risk and Financial Management*, 18(8), p. 421. DOI: 10.3390/jrfm18080421
28. Mengisteab, K. (2008). Globalization and state–society relations in Africa. *Africa Development*, 33(2), pp. 37–65
29. Nikoletos, G., Papoutsoglou, I., Spanos, G., Nizamis, A., Lalas, A., Votis, K., & Tzovaras, D. (2024). Digital marketplaces in European research landscape: A systematic literature review. *Open Research Europe*, 4, str. 223. DOI: 10.12688/openresEurope.18657.1
30. Nirmala, A. R., Sukoco, B. M., Ekowati, D., Nadia, F. N. D., Marjan, Y. & Hasanah, U. (2024). Strategies to overcome challenges and seize opportunities for born global SMEs: A systematic literature review. *Sage Open*, 14(4). DOI: 10.1177/21582440241302869
31. Новаковић, Н. Г. (2021). *Глобализација, друштвене неједнакости и социјални протести*. Београд: Институт друштвених наука
32. Nugiantari, A. R. (2025). Legal Risk Assessment in Cross-Border Business Agreements between Regulatory Compliance and Profit Optimization. *Journal of Law, Politic and Humanities*, 5(6), pp. 4509–4519. DOI: 10.38035/jlph.v5i6.2119
33. Pavlić Skender, H., & Grčić Fabić, M. (2013). Logistički špediter u fokusu prometnog i gospodarskog sustava. *Pomorski zbornik*, 47(1), str. 95–107
34. Петровић, П. (2021). *Глобализација и култура: неки економски аспекти*. Београд: Институт друштвених наука
35. Petsas, T., Papadogiannakis, A., Polychronakis, M., Markatos, E. P., & Karagiannis, T. (2013). Rise of the planet of the apps: A systematic study

- of the mobile app ecosystem. In: *Proceedings of the 2013 conference on Internet measurement conference* (pp. 277–290). Barcelona. DOI: 10.1145/2504730.2504749
36. Purvis, B., Mao, Y. & Robinson, D. (2019). Three pillars of sustainability: in search of conceptual origins. *Sustainability science*, 14(3), pp. 681–695. DOI: 10.1007/s11625-018-0627-5
37. Qureshi, M. M., & Yadav, S. K. S. (2020). A Comparative Financial Analysis Between World Top Two E-Commerce Companies: Amazon and Alibaba. *International Journal of Trade and Commerce-IIARTC*, 10(2), pp. 256–268. DOI: 10.46333/ijtc/10/2/3
38. Ralón, L. (2017). From global village to global theater: The late McLuhan as a philosopher of difference, sense, and multiplicities. *Review of Communication*, 17(4), pp. 303–319. DOI: 10.1080/15358593.2017.1367825
39. Regulation (EU) 2022/1925 of the European Parliament and of the Council of 14 September 2022 on Contestable and Fair Markets in the Digital Sector and amending Directives (EY) 2019/1937 and (EU) 2020/1828 (Digital Markets Act)
40. Regulation (EU) 2022/2065 of the European Parliament and of the Council of 19 October 2022 on a Single Market For Digital Services and amending Directive 2000/31/EC (Digital Services Act)
41. Regulation (EU) 2024/1689 of the European Parliament and of the Council of 13 June 2024 laying down harmonised rules on Artificial Intelligence and amending Regulations (EC) No 300/2008, (EU) No 167/2013, (EU) No 168/2013, (EU) 2018/858, (EU) 2018/1139 and (EU) 2019/2144 and Directives 2014/90/EU, (EU) 2016/797 and (EU) 2020/1828 (Artificial Intelligence Act)
42. Rondić, I. (2025). *Digitalna transformacija u proizvodnim kompanijama: izazovi i mogućnosti za srednja i mala preduzeća* – završni rad. Sarajevo: Ekonomski fakultet Univerziteta u Sarajevu
43. Robaty Shirzad, S., & Bell, D. (2013). A systematic literature review of flexible e-procurement marketplace. *Journal of theoretical and applied electronic commerce research*, 8(2), pp. 49–70. DOI: DOI: 10.4067/S0718-18762013000200005
44. Shree, D., Singh, R. K., Paul, J., Hao, A., & Xu, S. (2021). Digital platforms for business-to-business markets: A systematic review and future research agenda. *Journal of Business Research*, 137(C), pp. 354–365. DOI: 10.1016/j.jbusres.2021.08.031

45. Täuscher, K., & Laudien, S. M. (2018). Understanding platform business models: A mixed methods study of marketplaces. *European management journal*, 36(3), pp. 319–329. DOI: 10.1016/j.emj.2017.06.005
46. Tiwary, A. R. (2019). Study of currency risk and the hedging strategies. *Journal of Advanced Studies In Finance (JASF)*, 10(19), pp. 45–55. DOI: 10.14505//jasf.v10.1(19).05
47. Tkachuk, R. V., Ilie, D., Tutschku, K., & Robert, R. (2021). A survey on blockchain-based telecommunication services marketplaces. *IEEE Transactions on Network and Service Management*, 19(1), pp. 228–255. DOI: 10.1109/TNSM.2021.3123680
48. Закон о заштити конкуренције. *Службени гласник РС*, бр. 51/09 и 95/13
49. Закон о заштити података о личности. *Службени гласник РС*, бр. 87/18
50. Закон о трговини. *Службени гласник РС*, бр. 52/19
51. Закон о електронској трговини. *Службени гласник РС*, бр. 41/09, 95/13 и 52/19
52. Закон о електронском документу, електронској идентификацији и услугама од поверења у електронском пословању. *Службени гласник РС*, бр. 94/17 и 52/21
53. Закон о привредним друштвима. *Службени гласник РС*, бр. 36/11, 99/11, 83/14 – др. закон, 5/15, 44/18, 95/18, 91/19, 109/21 и 19/25
54. Закон о дигиталној имовини. *Службени гласник РС*, бр. 153/20
55. Жунјић Марић, Т., Ђукановић, Ј., & Обрадовић, Ј. (2024). *Предлог јавне политике о могућим правцима регулације дигиталних платформи у Србији са аспекта заштите конкуренције и права информационих технологија на примеру платформи за доставу хране*. Београд: Центар за истраживање јавних политика