



DIVERZIFIKACIJA IZVOZNIH TRŽIŠTA SRBIJE – POTENCIJALI ZA IZVOZ U ZEMLJE KASPIJSKOG BASENA

Nataša Stanojević

Megatrend univerzitet, Fakultet za međunarodnu ekonomiju, Beograd, Srbija
✉ nstanojevic@megatrend.edu.rs

Ana Jovancai

Megatrend univerzitet, Fakultet za međunarodnu ekonomiju, Beograd, Srbija
✉ ajovancai@megatrend.edu.rs

UDK
339.564(497.11)
Pregledni rad

Apstrakt: Ključna obeležja aktuelnih trgovinskih odnosa Srbije sa inostranstvom su visok i rastući spoljnotrgovinski deficit i veoma mali broj izvoznih partnera. Činjenica da Srbija skoro čitav svoj neveliki izvoz plasira na tržišta Italije, Nemačke i tri bivše članice SFRJ, ukazuje na potrebu za geografskom diverzifikacijom izvoza. Za prevazilaženje brojnih slabosti spoljne trgovine Srbije od ključnog značaja je pronalaženje novih ili revitalizacija ranijih tržišta. Primenom modela gravitacije utvrđuju se determinante srpskog izvoza i utvrđuju potencijalni izvozni pravci. Koeficijenti dobijeni u nekim ranijim studijama, zasnovani su na podacima koji su važili pre Svetske finansijske krize. Kako je izvoz u zemlje Evropske unije, koje su geografski najbliže Srbiji, smanjen tokom krize, polazna pretpostavka je da su koeficijenti sada značajno promenjeni, a posebno koeficijent geografske distance za koji se očekuje da je značajno smanjen. Dobijeni koeficijenti se, zatim, primenjuju na zemlje Kaspijskog basena, koji se do sada, zbog relativno velike razdaljine, nije smatrao atraktivnim izvoznim tržištem. Ovo je region koji, zbog brojnih geografskih i ekonomskih obeležja, može predstavljati interesantno tržište za srpske proizvode, uprkos velikoj udaljenosti. Primenom modela gravitacije utvrđuje se da u nekim zemljama ovog regiona ima dovoljno slobodnog „prostora“ za srpski izvoz.

Primljeno:
02.07.2014.
Prihvaćeno:
27.03.2015.

Ključne reči: izvoz Srbije, model gravitacije, geografska razdaljina, Kaspijski basen.

Uvod

Privreda nekadašnje Socijalističke Federativne Republike Jugoslavije odlikovala se veoma razgranatim trgovinskim odnosima sa zemljama raznovrsnih ekonomskih i političkih orijentacija, smeštenim u različitim regionima Evrope, Azije, Afrike i Latinske Amerike. Najvažniji trgovinski partneri su bili SSSR, Italija i Nemačka, zatim Saudijska Arabija, Francuska, potom države iz okruženja, Poljska, Čehoslovačka i druge.

Raspad Jugoslavije i proces tranzicije koji su započele bivše republike, doveo je do prekomponovanja strukture njihovih privreda, promena ekonomskih odnosa, time i krupnih promena u strukturi, obimu i pravcima spoljne trgovine. Srpska privreda je, pored ovog, pretrpela i nesagledive gubitke zbog višegodišnjih sankcija UN i NATO bombardovanja 1999. godine. U prvoj deceniji posle raspada Jugoslavije, došlo je do drastičnog pada obima, kvaliteta i raznovrsnosti proizvodnje i izvoza.

Smena levičarskog režima 2000. godine i preuzimanje vlasti od strane prodemokratske i proevropske opozicije, obezbedila je ukidanje ekonomskih sankcija, što je omogućilo izvestan stepen revitalizacije spoljne trgovine. S druge strane, nova vlast je, paradoksalno, dovela do drastičnog smanjenja broja izvoznih tržišta. Uz objašnjenje da je novi kurs spoljne politike Srbije (tada u zajedničkoj državi sa Crnom gorom) „okretanje“ ka Zapadu, već 2001. godine zatvoreno je 13 ambasada u zemljama Azije, Afrike i Latinske Amerike. Primera radi, ukinuta je ambasada u Libanu, u kome je oduvek poslovao veliki broj srpskih preduzeća, što je za direktnu posledicu imalo da je sledeće godine izvoz u ovu zemlju bio 20 puta manji.

Na početku 21. veka, kao rezultat čitave decenije dezinvestiranja, Srbija se nalazi među tehnološki najmanje konkurentnim privredama u Evropi, a obim proizvodnje i proizvodni asortiman su drastično redukovani.

Danas su glavna obeležja stanja ekonomskih odnosa Srbije sa inostranstvom enormni rast spoljne zaduženosti, visok spoljnotrgovinski deficit, koji se i dalje konstantno povećava i veoma mali broj izvoznih partnera. Svetska ekonomska i finansijska kriza nije uzrok ovakvom stanju, ali je značajno doprinela da se ove slabosti brže ispolje i manifestujuju u još većem obimu.

Iako su glavni trgovinski partneri, zemlje članice Evropske unije zapravo uvoze veoma malo proizvoda iz Srbije. Jedan od razloga je to što ove zemlje već dve decenije Srbiju svrstavaju u red rizičnih trgovinskih partnera, a zatim i slabiji kvalitet srpskih proizvoda kao posledica primene zastarele tehnologije. Uvoz iz Srbije se dodatno smanjuje usled ekonomske recesije koja je direktno pogodila najrazvijenije privrede EU. U ovim zemljama je došlo do značajnog smanjenja obima trgovinske razmene uopšte, time i sa Srbijom. Čak i ako zanemarimo podatke o opadanju izvoza u zemlje Evropske unije, sama

činjenica da Srbija skoro čitav svoj izvoz plasira na tržište EU (od čega je skoro polovina usmerena Italiju i Nemačku) i u tri bivše članice SFRJ u okviru CEFTE, ukazuje potrebu za geografskom diverzifikacijom izvoza. Za prevazilaženje navedenih slabosti spoljne trgovine Srbije – malog izvoza, velikog deficita i ograničenog broja izvoznih partnera, od ključnog značaja je pronalaženje novih tržišta. Potrebno je identifikovati ili nove trgovinske pravce ili utvrditi koja od postojećih izvoznih tržišta imaju dodatni slobodni „prostor“ za srpske proizvode.

Standardni okvir za analizu pravaca trgovinskih tokova je primena modela gravitacije. Gravitacioni model srpskog izvoza do sada je bio izrađen u samo nekoliko istraživanja (Jovičić M. i dr 2002; Stanojević N. i Batić J. 2009; Stanojević N. i Batić J. 2010). Kako ova istraživanja datiraju od pre Svetske ekonomske krize, a imajući u vidu pretpostavku da su se parametri u izvesnoj meri promenili, i to naročito u pravcu smanjivanja značaja faktora geografske udaljenosti, postoji potreba da se varijable modela ponovo testiraju. Cilj ovog istraživanja je da se utvrde novi parametri srpskog izvoza, a zatim, ukoliko se potvrdi hipoteza o smanjivanju značaja geografske udaljenosti, da se primene na prostor, koji se zbog relativno velike razdaljine, ne smatra atraktivnim izvoznim tržištem za srpske proizvode.

Ranija istraživanja (Stanojević N. i Batić J. 2009; Stanojević N. i Batić J. 2010.) potvrdila su ogromne neiskorišćene potencijale srpskog izvoza u zemlje Severne Afrike i neke zemlje Bliskog istoka. Kako nema osnova za sumnju da su se ovi potencijali samo povećali, opredilili smo se za primenu novog modela na zemlje Kaspijskog basena. Ovo je regija koju zbog brojnih ekonomskih i geografskih karakteristika identifikujemo kao adekvatno izvozno tržište, iako je udaljenost ovih zemalja relativno velika. Cilj je da se preciznije identifikuju izvozni potencijali, kako u pogledu izvoznih pravaca, tako i vrednosti izvoza Srbije u zemlje Kaspijskog basena.

1. Obeležja spoljne trgovine Srbije

Glavno obeležje trgovinske razmene Srbije sa inostranstvom već dugi niz godina je nedovoljan rast izvoza i niska pokrivenost uvoza izvozom, što dovodi do ubrzanog rasta trgovinskog deficita. U 2008. godini uvoz Srbije je bio dva puta veći od izvoza. Ukupna spolnotrgovinska razmena je iznosila blizu 34 milijarde dolara, a vrednost izvezeno robe samo 11 (Republički zavod za statistiku). U 2009. godini ovaj trend se nastavio. Izvoz je iznosio nešto manje od polovine uvoza, 8,345 milijardi USD naspram 15,582 milijardi, ali teško da se to može nazvati poboljšanjem s obzirom da je izvoz opao za oko tri milijarde dolara, a ukupna razmena sa 34 opala na 24 milijarde USD. Prema podacima Republičkog zavoda za statistiku, u poslednjih desetak godina deficit je uvećan

sa – 1,75 na čak – 11,9 milijardi USD u 2008. godini, a zatim smanjen na oko 8,4 milijardi dolara u 2011. godini.

Podaci o naglašenom deficitu u trgovini, sa bezmalo svim trgovinskim partnerima, govore o tome da Srbija nije uspela da pronade odgovarajuću izvoznu strategiju i na pravi način stimuliše izvozne proizvođače.

U pogledu razmene sa pojedinim državama najveći deficit Srbija ostvaruje sa Ruskom federacijom zbog uvoza energenata, po veličini deficita sledi trgovina sa Nemačkom i Italijom, mada sa njima ostvaruje i najveći obim izvoza (sa po više od 1,3 milijarde USD), zatim sa Kinom i Mađarskom. Po obimu izvoza BiH je treći izvozni partner Srbije sa izvozom od 1,2 mlrd USD, sa kojom Srbija ostvaruje trgovinski suficit. Suficit takođe postoji u trgovini sa Crnom Gorom, Makedonijom i Albanijom (Republički zavod za statistiku).

Evropska unija predstavlja najznačajniji spoljnotrgovinski partner Srbije i učestvuje sa više od polovine u ukupnom uvozu i izvozu Srbije u inostranstvo. Ipak, obim izvoza na tržište Evropske unije ni izbliza nije onoliki koliki bi mogao da bude s obzirom na geografsku blizinu. Jedan od razloga je što su ove zemlje još 1998. godine Srbiju svrstale u grupu najrizičnijih zemalja, što predstavlja značajno ograničenje poslovnoj saradnji. Dalje, u uslovima globalne ekonomske krize rizične zemlje i privredni subjekti iz tih zemalja se smatraju još rizičnijim, te je posledica krize dalje smanjenje izvoza Srbije na ova tržišta. Pored toga, upravo države Evropske unije beleže najdinamičniji pad uvoza. Pod uticajem krize ukupna tražnja u ovim zemljama, time i robe iz Srbije, je u vrtoglavom padu. Izvoz u razvijene države EU drastično je opao 2009. godine da bi 2010. u najboljem slučaju dostizao vrednost nivoa iz 2008. godine.

Tabela 1. Izvoz Srbije u zemlje EU

	Italija	Nemačka	Slovenija	Austrija	Francuska	Grčka	V.Britanija	Poljska
2007	1094	937,5	409	301,4	290,3	182,1	150,1	135,3
2008	1128,5	1142	502	458,1	346,4	211,1	152,3	155,8
2009	820,8	870,5	343,8	290,7	249,3	135,7	107,3	67,1
2010	1118,4	1008,2	425,9	338,4	276,7	182,1	155,4	113,1
2011	1306,1	1329,7	526,1	371,3	309,1	201,0	185,2	182,5

Izvor: autor prema podacima UN Comodity trade

Veoma mali broj izvoznih partnera Srbije, ukazuje na potrebu za geografskom diverzifikacijom izvoza. Zato je jedan od osnovnih zadataka spoljnotrgovinske politike u narednom periodu usmeravanje domaćih preduzeća na nova tržišta.

2. Mogućnost i potreba diverzifikacije spoljne trgovine Srbije

Najbolji način da se Srbija suoči sa spoljnotrgovinskim deficitom i veoma malim obimom izvoza je da obnovi zapostavljenu trgovinsku razmenu sa zemljama sa kojima ima tradicionalno dobre poslovne odnose, ali i da ojača trgovinske veze sa novim partnerima. U prvu grupu ubrajamo zemlje Bliskog i Srednjeg istoka i Severne Afrike, a u drugu nove države nastale raspadom SSSR, koje zapravo nisu „novi“ izvozni partneri Srbije.

Potencijal za izvoz Srbije na tržišta ovih zemalja je veliki:

1. Ovi regioni predstavljaju velika tržišta, bilo u pogledu velikog broja stanovnika ili ukupnog BDP.
2. Privrede navedenih regiona su u mnogo manjoj meri na udaru Svetske ekonomske krize. Njihovi uvozni potencijali nisu, ili bar ne značajno opadali u prethodnom period.
3. Rast BDP u prethodnom periodu u zemljama ZND je iznosio 9,1% prosečno godišnje, a u zemljama Bliskog istoka i Severne Afrike oko 5,2%, što je značajno veći rast od 1,1% koliko iznosi prosečan rast privreda zemalja evrozone. U slučaju bivših sovjetskih republika postoje veliki izgledi za nastavak tako visokog rasta i u narednom periodu, što ukazuje na povećanje mogućnosti za izvoz na ova tržišta.
4. Ove zemlje su mnogo otvorenije za trgovinsku razmenu sa Srbijom. Postoje tradicionalne trgovinske veze između Srbije i ovih zemalja, neposredno ili preko bivšeg SSSR-a. Ovde Srbija ne spada u „rizičnu“ grupu.
5. Države navedenih regiona imaju otvorena tržišta.
6. Privredna kompatibilnost je izuzetno naglašena. Zbog nepovoljnih geografskih uslova zemlje Bliskog istoka, Centralne Azije i Severne Afrike, nemaju mogućnost za značajniji razvoj poljoprivrede, a zbog nedostatka vode, čak ni mnogo grana industrije. Nasuprot njima, Srbija ima izuzetno povoljne uslove za razvoj poljoprivrede, kao i širok asortiman prehrambenih proizvoda, a takođe i značajnu proizvodnju u oblasti mnogih industrijskih grana, koje ne postoje u ovim zemljama.

Navedeni argumenti jasno idu u prilog tezi da na ovim tržištima, ili bar mnogim od njih postoje značajne izvozne šanse za Srbiju. Ipak, izvozne potencijale je potrebno preciznije utvrditi kako u pogledu izvoznih pravaca, tako i u pogledu obima izvoza.

3. Novi ekonometrijski model izvoza Srbije

Standardni okvir za analizu pravaca trgovine i još preciznije, potencijala trgovinskih tokova, uključuje primenu modela gravitacije. Uprkos nekim teorijskim kontraverzama, gravitacioni model se pokazao kao veoma primenjiv instrument za objašnjenje i predviđanje bilateralne trgovine. Često je bio

korišćen za testiranje efikasnosti trgovinskih sporazuma i organizacija kao što je NAFTA ili STO. Prema principu gravitacionog približavanja, bilateralna trgovina između dva regiona ili zemlje je direktno proporcionalna njihovom bruto domaćem proizvodu i obrnuto proporcionalna razdaljini između njih. Pored geografske razdaljine, model često uključuje varijable kao što su nivo cena, zajednički jezik, carine, kolonijalna istorija i drugo.

S obzirom na to da Srbija ima veoma diverzifikovanu ponudu proizvoda ali u malim količinama, transportni troškovi deluju ograničavajuće na izvoz na udaljena tržišta.

Koeficijenti izvoza Srbije, utvrđeni u malobrojnim dosadašnjim istaživanjima, zasnovani su na podacima pre Svetske ekonomske krize. Kako je u toku krize opao izvoz u zemlje EU, koje su Srbiji, u pogledu geografske distance, najbliže, pretpostavka je da su se parametri promenili u pravcu smanjivanja značaja faktora geografske udaljenosti. Zato postoji potreba da se utvrde novi koeficijenti.

U ovom modelu je testirano pet varijabli, ali su samo četiri uključene u model kao statistički značajne. Step en uticaja ovih faktora na izvoz Srbije je prilično neujednačen. Model je izrađen na osnovu podataka o 44 zemlje koje smo markirali kao najvažnije izvozne destinacije imajući u vidu vrednost izvoza. Tu je uključeno 30 zemalja najvećih recipivnih tržišta za srpske proizvode prema rang-listi Republičkog zavoda za statistiku, zatim 5 zemalja Bliskog istoka i još 9 zemalja – po 3 najznačajnija izvozna tržišta na 3 kontinenta (Južna Amerika, Afrika, Azija), koje ne ulaze u grupu prvih 30. Posmatrani podaci se odnose na period od 2005. do 2010. godine, što daje značajan statistički uzorak od 286 opservacija. Model se ocenjuje metodom najmanjih kvadrata (OLS – ordinary least squares), koeficijenti se određuju dovodeći u odnos nezavisne promenljive sa traženom pojavom – potencijalnim izvozom, metodom višestruke statističke regresije. Koriste se podaci panela (*panel data*), kao kombinacija uporednih podataka i podataka vremenskih serija, umesto podataka preseka (*cross-section data*). Ovim je omogućena „kako analiza regionalne strukture spoljnotrgovinske razmene, tako i analiza promena u strukturi koje nastaju tokom vremena“ (R. Dragutinović Mitrović, 2005, str. 78).

Pri oceni varijabli modela, najvažniji zadatak je da se utvrde parametri (koeficijenti) koji odgovaraju ispitivanim ekonomskim, socijalnim, geografskim i drugim faktorima uključenim u model gravitacije. Koeficijenti određuju u kojoj meri pojedinačne nezavisne promenljive (BDP zemalja, razdaljina, ekonomsko-politička distanca) utiču na zavisnu promenljivu – izvoz Srbije. Koeficijenti pokazuju koje od navedenih varijabli su statistički značajne za izvoz Srbije i u kojoj meri i u skladu s tim će biti uključene u model (jednačinu).

Testirane varijable su:

- *BDP* 44 države koje su uključene u uzorak. Podatake o tome daje UN Comtrade. Očekivan predznak je pozitivan, jer platežna moć u velikoj meri određuje obim uvoza. Jednako često se koristi i *BDP per capita*, ali je u ovom modelu tražnja u većoj meri određena ukupnim *BDP*. Naime, ukupan bruto-domaći proizvod objašnjava i veličinu emitivnog tržišta, što za izvoz ima veći značaj od platežne moći pojedinaca. Iako najčešća varijabla u modelima gravitacije, *BDP* recipitivnog tržišta pokazuje relativno slab odnos (mali koeficijent korelacije) sa izvozom Srbije. Bez obzira na to, ova varijabla je uključena u model zato još uvek pokazuje statistički značaj i zajedno sa drugim faktorima doprinosi da se posmatrana pojava objasni u što većoj meri.

- *BDP Srbije* je u modelu iskazao mnogo veći uticaj na izvoz Srbije od *BDP* recipitivnih tržišta. Veza između ekonomskog rasta i rasta izvoza se pokazala kao direktnija i uticajnija.

- Transportni troškovi u izvozu bilo kog proizvoda imaju izuzetno veliki uticaj na tražnju. Kao predstavnik transportnih troškova najčešće se koristi *razdaljina* između tržišta. Čak i kada transportni troškovi opadaju sa razvojem tehnike i novih tehnologija, kao i zbog liberalizacije trgovine, *razdaljina* nastavlja da značajno utiče na vrednost i obim izvoza. Zbog toga su najznačajniji trgovinski partneri najčešće susedne zemlje, što važi i za Srbiju. Pa, ipak, izvozni pravci ni u kom slučaju nisu iscrpljeni evropskim zemljama. Geografska udaljenost od zemalja Severne Afrike nije značajno veća od mnogih evropskih tržišta, a od mnogih je i manja. Pri oceni ovog modela korišćena je *razdaljina* izražena u kilometrima između Beograda i prestonica zemalja koje su uključene u model. Model dobijen na opisan način pokazuje da izvoz Srbije značajno zavisi od geografske udaljenosti, koja je u očekivano negativnom odnosu sa obimom izvoza.

- Broj stanovnika je česta varijabla u izvoznom modelu gravitacije, jer dovodi u vezu veličinu tržišta i vrednost izvoza. Međutim, testiranjem na primeru izvoza Srbije u 42 zemlje, nije se pokazala statistički relevantnom, te nije uključena u model.

- Ekonomsko-politička distanca između dve zemlje se ne može izmeriti, pa koristimo *dummy*, odnosno veštačku varijablu, ocenjujući nulom ili jedinicom nemerljive aspekte ekonomskih odnosa između dve zemlje. Prema podacima Zavoda za statistiku, spoljnotrgovinska robna razmena bila je najveća sa zemljama sa kojima Srbija ima potpisane sporazume o slobodnoj trgovini. Ograničićemo se samo na ove ugovore, iako ova veštačka varijabla obično ima šire značenje u smislu prijateljskih odnosa, nacionalne ili verske bliskosti i slično. Veštačka varijabla *P* uzima vrednost 1 kada postoje preferencijalni aranžmani u bilateralnoj trgovini Srbije sa svakom pojedinačnom državom iz uzorka i to za godine u kojima su sporazumi o slobodnoj trgovini stupili na snagu. Na primer, Srbija je sa Turskom sklopila Sporazum o slobodnoj trgovini juna 2009. godine, tako da je zaključno sa 2009. godine vrednost ove varijable bila 0, a tek za 2010. dobija vrednost 1. Iste godine je uočljivo izuzetno

povećanje izvoza u Tursku. Pozitivnu vrednost ove varijable imaju i sve države CEFTA, u kojoj učešće podrazumeva sporazume o slobodnoj trgovini. Izuzetak je Albanija, sa kojom su diplomatski odnosi izvesno vreme bili potpuno prekinuti, a zbog političkih okolnosti, trgovinska razmena se odvija da nivou daleko nižem od potencijalnog. Srbija je potpisala ovakve sporazume i sa Kazahstanom i članicama EFTA ali su oni stupili na snagu tek 2011, zbog čega se još uvek ne mogu oceniti njihovi efekti.

Jednačina modela bi trebalo da ima sledeći oblik:

$$X = \alpha + \beta_1 Y_r + \beta_2 Y_s - \beta_3 D + \beta_4 P + u \quad (1)$$

Pri čemu je:

- X potencijalni izvoz u određenu zemlju,
- α ocenjena vrednost konstante,
- Y_r BDP - domaći bruto proizvod receiptivnih tržišta (u milionima \$),
- Y_s BDP - domaći bruto proizvod Srbije (u milionima \$),
- D razdaljina od Beograda do prestonice zemlje uvoznice (u km),
- P dummy varijabla za ekonomsko-političku distance,
- β_1 β_2 β_3 i β_4 parametri odgovarajućih nezavisnih promenljivih
- u greška modela.

Primenom metoda linearne višestruke regresije ustanovljavamo parametre β_1 β_2 β_3 i β_4 , odnosno preciznu vrednost odnosa između izvoza Srbije, kao zavisne promenljive i četiri nezavisne varijable.

Tabela 2. Parametri izvoza Srbije

Parametar	Vrednost parametra	Standardna greška	T statistika	P-vrednost
α	6,0444	3,14379	1,92265	0,0555
β_1	0,145712	0,0226816	6,42425	0,0000
β_2	0,765676	0,292797	2,61504	0,0094
β_3	-1,73612	0,102741	-16,898	0,0000
β_4	0,835341	0,216184	3,86403	0,0001

Izvor: kalkulacija autora, korišćen statistički softver Statgraphics X64

pri čemu je:

- α konstata modela,
- β_1 parametar za BDP izvoznog tržišta,
- β_2 parametar za BDP Srbije,
- β_3 parametar za geografsku razdaljinu,
- β_4 parametar za ekonomsko-političku distance,
- $R^2 = 74,2727 \%$,
- R^2 (prilagođena statistika) = 73,9078 %.

Kako je P-vrednost manja od 0,05, konstatujemo da postoji statistički značajna veza između varijabli modela sa stepenom pouzdanosti od 95,0%.

R^2 pokazuje da model objašnjava čak 74,2727% varijabilnosti zavisne promenljive, odnosno potencijalnog izvoza Srbije. Prilagođena R^2 statistika, koja je primerenija modelu sa više različitih nezavisnih varijabli, iznosi 73,9078%. Dakle, oko 74% promena u izvozu Srbije ima uzrok u četiri testirane varijable.

Rezultat je jednačina:

$$X = 6,0444 + 0,145712*Y_r + 0,765676*Y_s - 1,73612*D + 0,835341*P + 1,2913 \quad (2)$$

Na ovaj način utvrđen model može se upotrebiti za procenu potencijalnog izvoza Srbije u bilo koju zemlju sveta.

Parametri pre Svetske ekonomske krize

Uporedimo sada nove parametre srpskog izvoza sa najnovijim koeficijentima u istraživanjima iz perioda pre Svetske krize. Parametri u radu Stanojević, Batić (2010) rađeni su istom metodom (OLS), korišćenom u većini ekonometrijskih modela, ali uključuju i sličnu statističku masu. Izbor tržišta prema kojima su utvrđeni zasnovan je na kvantitativnoj zastupljenosti izvoza Srbije u ove zemlje, a u ocenu modela bile su uključene 42 zemlje, odnosno samo dve manje nego u ovoj analizi. Period koji je obuhvaćen u izradi modela je 4 godine 2005-2008. godine.

Tabela 3. Parametri izvoza Srbije pre Svetske ekonomske krize

Parametar	Vrednost parametra	Standardna greška	T statistika	P-vrednost
α	3.0295	2.63601	1.14928	0.0045
β_1	0.560394	0.0466861	12.0034	0.0000
β_2	0.814331	0.250337	3.25294	0.0014
β_3	-2.08202	0.0915762	-22.7354	0.0000
β_4	0.573528	0.164901	3.47802	0.0006

Izvor: Stanojević, Batić, 2010.

pri čemu je:

- α konstata modela,
- β_1 parametar za BDP izvoznog tržišta,
- β_2 parametar za BDP Srbije,
- β_3 parametar za geografsku razdaljinu,
- β_4 parametar za ekonomsko-političku distance.

Kako se vidi iz tabele 3, vrednost parametara se promenila u pretpostavljenom pravcu, samo zato što su u njihovu izradu uključeni i podaci za dve krizne (ili postkrizne) godine 2009. i 2010. Parametar veličine izvoznog tržišta je sa 0,56 smanjen na svega 0,14. Do ovoga je dovelo to što je izvoz Srbije najviše opao u trgovini sa najrazvijenijim, evropskim tržištima. Vrednost parametra BDP Srbije je neznatno smanjena sa 0,81 na 0,76. Očekivano, negativni koeficijent razdaljine je smanjen s obzirom da je većina udaljenijih izvoznih partnera pretrpela daleko blaže posledice krize nego susedne (geografski bliže) zemlje EU. Konačno, koeficijent ekonomsko-političke distance je značajno povećan.

U realnim situacijama treba kalkulisati sa još naglašenijim navedenim razlikama, iako se statistički to još uvek ne može dokazivati. Radi se o tome da su u model uključene i godine pre krize, jer uzorak od samo dve-tri godine, bez obzira na veliki broj izvoznih tržišta, statistički ne bi bio dobar. Kada bi se u model uključile samo krizne 2009. i 2010. godine, parametri za razdaljinu bi imali još manje negativan efekat, a GDP izvoznog tržišta manji pozitivan uticaj.

Protok vremena će pokazati u kom pravcu se menjaju analizirani uslovi. Izvozni rezultati će narednih godina pokazati da li se radi o trenutnim (kriznim) ili trajnijim parametrima izvoza Srbije.

4. Primena gravitacionog modela izvoza Srbije na zemlje Kaspijskog basena

Primenom modela gravitacije, dobijenog na opisan način, na izvoz Srbije u pojedinačne zemlje, utvrđuje se precizno kolika je vrednost robe iz Srbije koju tržišta ovih zemalja mogu da prime. Poređenjem potencijalnog sa stvarnim izvozom, jasno se pokazuje koji su izvozni pravci najotvoreniji, odnosno markiraju se zemlje sa najviše slobodnog „prostora“ za uvoz iz Srbije.

Kako je pretpostavka o smanjenju negativnog koeficijenta razdaljine potvrđena, to još više ističe mogućnost za izvoz Srbije u regione izvan Evrope. Značaj regiona Bliskog istoka i Severne Afrike, koji su razmatrani u nekim ranijim studijama (Stanojević, Batić, 2010), još je veći od ranije procenjenog, a ovo istraživanje je fokusirano na primenu dobijenog modela na još udaljenije destinacije, uz pretpostavku da su posle krize izvozni potencijali, čak i u udaljene zemlje, daleko veći od dosadašnjeg izvoza.

Dobijene parametre primenjujemo na zemlje Kaspijskog basena. Nesumnjivo je da se mnogi regioni sveta uklapaju u navedenih šest razloga za diverzifikaciju srpskih izvoznih tržišta, a dodatni razlog za izbor Kaspijskog basena je naglašenija kompatibilnost privreda. Naime, zemlje Kaspijskog basena obiluju resursima nafte i gasa za čijim uvozom Srbija ima potrebe. S druge strane, zbog donedavne specijalizacije proizvodnje unutar SSSR, ove

države imaju veoma ograničen proizvodni asortiman i još uvek ne potpuno definisane uvozne partnere za njih. Struktura srpskog izvoza je takva da bi mogla da bude konkurentna na ovim tržištima u pojedinim segmentima.

Primenom modela gravitacije na izvoz Srbije u svaku od ovih četiri zemlje Kaspiskog basena, Azerbejdžan, Iran, Kazahstan i Turkmenistan, utvrđujemo precizno kolika je vrednost robe iz Srbije koju ova tržišta mogu da prime.

Za svaku zemlju izračunata je vrednost potencijalnog izvoza u dve varijante. U prvoj veštačka varijabla za ekonomsko-političku distancu ima vrednost nula, s obzirom da su odnosi Srbije sa ovim zemljama relativno nerazvijeni. U drugoj varijanti, ova nezavisna promenljiva ima vrednost jedan.

Tabela 4. Potencijalni izvoz Srbije u zemlje Kaspiskog basena

Zemlja	Izvoz 2010	Potencijalni izvoz (u milionima \$)	Potencijalni izvoz sa pozitivnom dummy varijablom
Azerbejdžan	5,764	33,465	77,157
Iran	32,297	33,253	82,609
Kazahstan	4,576	18,144	41,832
Turkmenistan	2,812	18,103	41,739

Izvor: kalkulacija autora

Kako pokazuju dobijeni rezultati, uz promenu bilateralnih odnosa sa zemljama ovog regiona, vrednosti potencijalnog izvoza se značajno povećavaju, a u odnosu na stvarni izvoz na današnjem nivou predstavljaju 2,5 do 20 puta veći iznos.

Kada se stvarni izvoz u ovako velikoj meri razlikuje od potencijalnog, to ukazuje na mogućnost izvoza veoma širokog asortimana robe, ali je ipak korisnije da se za svaku zemlju preciznije utvrdi za kojim vrstama robe postoji najveća tražnja. Proizvodi koji se javljaju na listi izvoznih artikala u sve zemlje ovog regiona su pre svega:

1. Proizvodi teške industrije;
2. Roba široke potrošnje;
3. Poljoprivredni proizvodi i prehrambena industrija.

Shodno tome, izvozna strategija treba da se bazira na povećanju izvoza ovih proizvoda, odnosno na širenju postojećih tržišta.

4.1. Azerbejdžan

Azerbejdžan je agrarno-industrijska država, sa razvijenim privrednim granama vezanim za energente. Privreda Azerbejdžana se tokom nekoliko decenija razvijala u sklopu privrede SSSR i bila usmerena najviše na rusko tržište. Vodeće grane privrede bile su proizvodnja i prerada nafte, ali i poljoprivreda. Tokom 60-ih i 80-ih godina počinje intenzivniji razvoj industrijskih grana, kao što su hemijska, tekstilna, prehrambena, mašinska i druge. Zbog rata u Nagorno-Karabahu i političke nestabilnosti zemlje, privreda se nalazila u jako teškom stanju i u periodu od 1988. do 1994. godine pretrpela drastičan pad. Posle potpisivanja Jermensko-azerbejdžanskog sporazuma o miru, maja 1994. godine i stabilizacije političkih okolnosti u zemlji, dalja recesija privrede je zaustavljena.

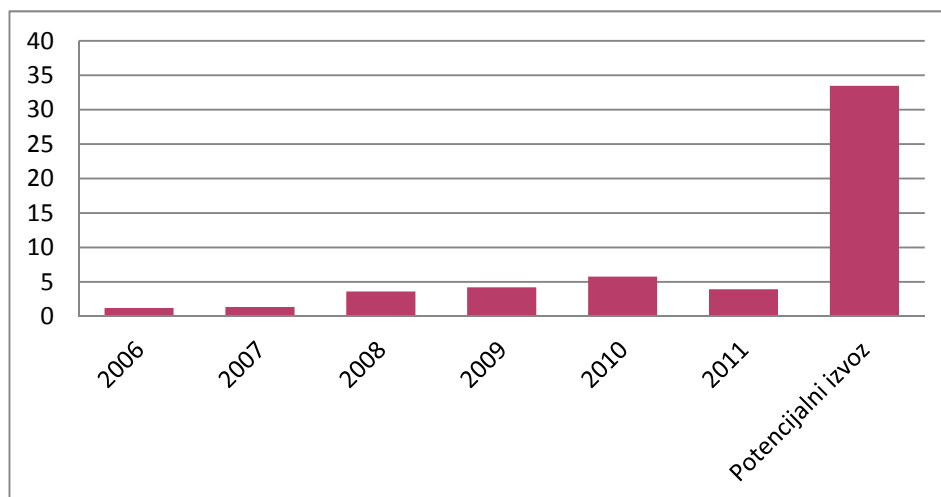
Naftni sektor danas predstavlja najvažniju i najrazvijeniju granu privrede, a Azerbejdžan nakon raspada SSSR, postaje veoma privlačan za strane naftne kompanije.

Druga, takođe značajna grana privrede, je poljoprivreda. Gotovo 46% celokupne teritorije zemlje čini poljoprivredno zemljište. Od poljoprivrednih i drugih kultura najzastupljenije su pšenica, duvan, pamuk, čaj, tropsko voće i grožđe. Međutim, svojom proizvodnjom, Azerbejdžan zadovoljava samo 10-15% ukupnih potreba za hranom.

Od 1997. godine započet je nagli privredni rast BDP, koji je iznosio 5,8% u 1997., 7,4% u 1999, 11,3% u 2000. i 9,9% u 2001. godini (World bank). Rast je posledica razvoja sektora usluga i blagog porasta industrijske proizvodnje, dok je politika smanjenja poljoprivredne proizvodnje i dalje nastavljena. U periodu 2002-2008. godina postignuti su značajni rezultati: nivo siromaštva smanjen je sa 45% na 13%, minimalni lični dohodak povećan je 3,5 puta, penzije uvećane 3,8 puta, dok su budžetski fondovi porasli do 10 puta. Prema podacima Svetske banke rast GDP u ovom periodu konstantno je bio dvocifren, a rekordne vrednosti je dostigao u 2006. godini kada je iznosio čak 34%, a u 2005. i 2007. Preko 25%. Od 2009. godine, privredni rast je jednocifren. Zbog rastuće privrede očekivano je i povećanje obima spoljne trgovine.

Na prostoru Kaspijskog basena, Azerbejdžan je država sa najviše „slobodnog prostora“ za izvoz iz Srbije. Zahvaljujući intenzivnom angažovanju vlada obe države, srpski izvoz u ovu zemlju raste iz godine u godinu.

U 2006. i 2007. godini izvoz je iznosio nešto više od milion dolara godišnje da bi u 2008. godini dostigao 3,6 miliona, zatim je povećan na 4,2 u 2009. i na oko 5,8 miliona \$ u 2010. godini, da bi u 2011. ponovo opao ispod četiri miliona. Bez obzira na rast, vrednost izvoza je daleko od potreba i mogućnosti ove zemlje. Rezultati našeg istraživanja pokazuju da je potencijalni izvoz od 33,465 miliona dolara čak šest puta veći od najboljih izvoznih rezultata iz 2010. godine.

Grafikon 1. Izvoz Srbije u Azerbejdžan

Izvor: proračun autora

U pogledu proizvoda srpske privrede za kojima postoji tražnja na ovom tržištu izdvajaju se poljoprivredni proizvodi s obzirom da ova zemlja, kako je navedeno, nije u mogućnosti da zadovoljni sopstvene potrebe za hranom, a ni zemlje u okruženju nemaju uslove pogodne za proizvodnju mnogih vrsta prehrambenih proizvoda. Pored toga, postoji mogućnost povećanja izvoza lekova, medicinske opreme, nameštaja, mašina i uređaji za poljoprivrednu proizvodnju, proizvoda hemijske industrije.

4.2. Iran

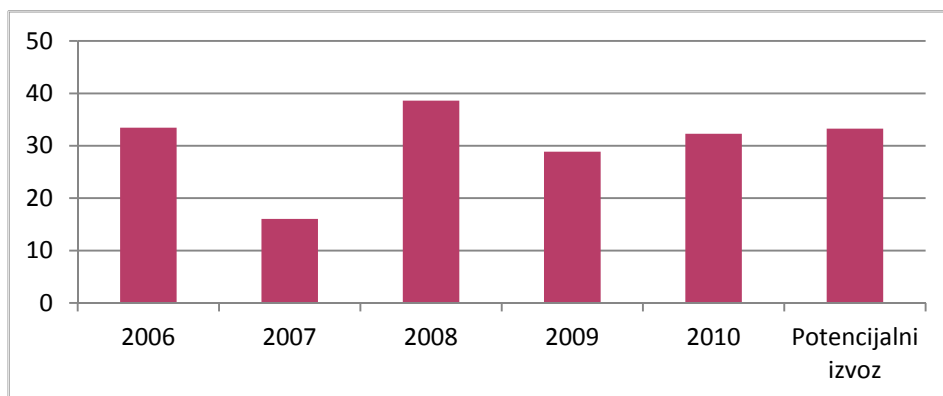
Privrede Srbije i Irana imaju veoma visok stepen kompatibilnosti. Dve zemlje se dopunjuju u oblasti energetike, tehnologije, poljoprivrede i industrije. Ujedno, ovo je jedan od retkih izvoznih partnera sa kojima Srbija ostvaruje suficit. U izvozu, prema podacima Privredne komore Srbije (PKS) dominiraju hartija, vagoni, proizvodi železničke industrije, industrije auto delova i saobraćajnih sredstava, mašinske industrije, a od poljoprivrednih proizvoda kukuruz. Najveći izvoznici su, prema istom izvoru, Tetra pak production - Beograd, Institut za ratarstvo i povrtarstvo, PPT-hidraulika, ATB sever i drugi.

Problem koji u poslednje vreme otežava poslovanje kompanija obe zemlje su sankcije UN i EU prema Iranu, zbog kojih je nerešeno pitanje međubankarskog poslovanja. Zbog nedavno uvedenih sankcija na izvoz nafte, s obzirom da od nje zavisi opstanak čitave iranske privrede, ova zemlja je sa najvažnijim izvoznim partnerima (Indija, Kina, Turska, Japan i druge) uspostavila drugačije aranžmane od dosadašnjih i uobičajenih. Najpre, vrednost jednog dela izvezene nafte pokriva se uvozom drugih proizvoda iz

ovih zemalja, ali s obzirom da je taj uvoz uglavnom daleko manji od vrednosti izvezene nafte, Iran je pristao čak i da partneri naftu plaćaju u valutama ovih zemalja, bile one konvertibilne ili ne. Ovo ukazuje na mogućnost da Srbija sa Iranom uspostavi povoljne barter aranžmane izvoza robe za naftu. Oni bi, s jedne strane, omogućili da se dobije veća vrednost izvezene robe, a s druge, da se prevaziđu ograničenja koja proističu iz sankcija UN.

Izvoz Srbije u Iran je veći nego u Azerbejdžan. Godine 2006. iznosio je 33,465 miliona dolara, 2007. godine samo 16,05, 2008. godine 38,602 miliona dolara. U toku 2009. godine izvoz je drastično opao kao i u slučaju većine izvoznih partnera Srbije, na 28,859 miliona \$ i nastavio blagi rast u 2010. kada je dostigao 32,297. Potencijalni izvoz, koji dobijamo primenom dobijenih koeficijenata, iznosi 33,253 miliona dolara, u varijanti kada je vrednost veštačke varijable, koja se odnosi na ekonomsko-političku distancu nula. Vrednost ove varijable u odnosima sa Azerbejdžanom je jedan, što objašnjava sličnu vrednost potencijalnog izvoza u ovu daleko manju zemlju. Radi se o tome da srpske vlade proteklih decenija ne pokazuju posebnu zainteresovanost za produbljivanje bilo kakvih, pa i ekonomskih odnosa sa Iranom. Proteklih godina je bilo više pokušaja iranske diplomatije i privrednika da uspostave bližu saradnju sa Srbijom, dok predstavnici Srbije ove pokušaje upadljivo ignorišu. Razlog tome je verovatno strah od kvarenja odnosa sa državama razvijenog Zapada koje su decenijama u lošim odnosima sa Iranom. Vrednost potencijalnog izvoza na ovo veliko tržište iznosila bi čak 82,609 miliona dolara kada bi se ekonomsko-politička distanca prevazišla.

Grafikon 2. Izvoz Srbije u Iran



Izvor: proračun autora

Izuzev trgovinskih odnosa, Iran je zainteresovan za investiciona ulaganja u Srbiju, ali, iz navedenih razloga, do sada nisu zabeležena značajnija investiciona ulaganja.

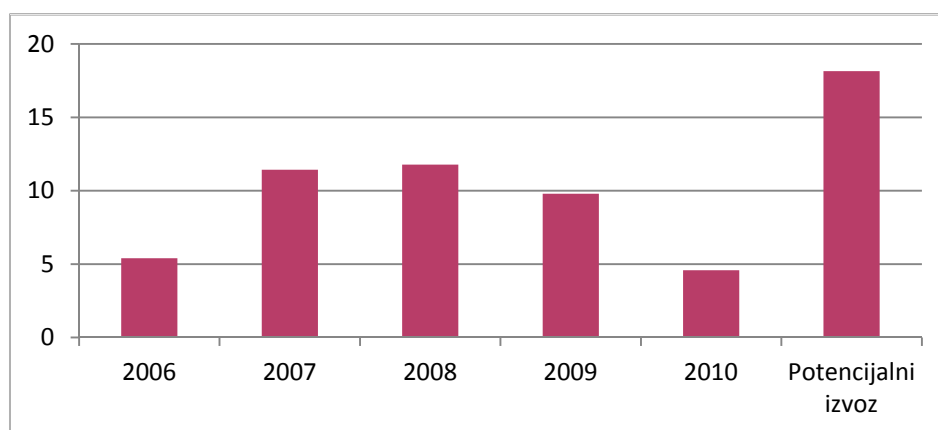
4.3. Kazahstan

Ova zemlja je veoma bogata prirodnim resursima, na kojima se i zasniva domaća industrija i čitava privreda. Kazahstan je druga bivša sovjetska republika po proizvodnji nafte, iza Azerbejdžana. Zbog pozicije zemlje, na tranzitnom putu naftovoda, izvoz nafte se uglavnom odvija ka Ruskoj federaciji. Nafta je do skoro činila 15% ukupnog izvoza Kazahstana. Posle reforme naftnog sektora u Kazahstanu, koje su sprovedene iz stranih investicija, učešće izvoza nafte u ukupnom izvozu se povećalo na čitavih 60%.

Prema proceni privredne komore Srbije, pored malog obima razmene, koji ćemo preciznije analizirati, neke od najvažnijih karakteristika ekonomskih odnosa sa ovom zemljom su: uska struktura roba u međusobnoj razmeni, dominacija kupoprodajnih odnosa u robnoj razmeni bez učešća dugoročnih, viših i proizvodnih oblika saradnje, nerazvijena finansijska i međubankarska saradnja i drugo. Dodali bi i da u trgovini sa ovom zemljom, Srbija beleži konstantan i veliki deficit.

Nerazvijenost ekonomskih odnosa Srbije i Kazahstana je tolika da je vrednost potencijalnog izvoza višestruko veća od postojeće, čak i u varijanti kada veštačka varijabla ima vrednost nula. Izvoz je 2006. godine iznosio svega 5,4 miliona dolara, 2007. i 2008. godine. oko 11 miliona, zatim je usledio pad na 9,8 2009. godine. a zatim se u 2010. izvoz prepolovio na 4,6 miliona dolara. Potencijalni izvoz dobijen primenom izvedenih koeficijenata, uz postojeću nerazvijenu saradnju, iznosi 18,144 miliona dolara. Premošćavanjem naglašene ekonomsko-političke distance, odnosno angažovanjem državnih i privrednih subjekata obe zemlje na uspostavljanju bliže saradnje, potencijalni izvoz bi mogao da dostigne više od 40 miliona dolara (Tabela 4).

Grafikon 3. Izvoz Srbije u Kazahstan



Izvor: proračun autora

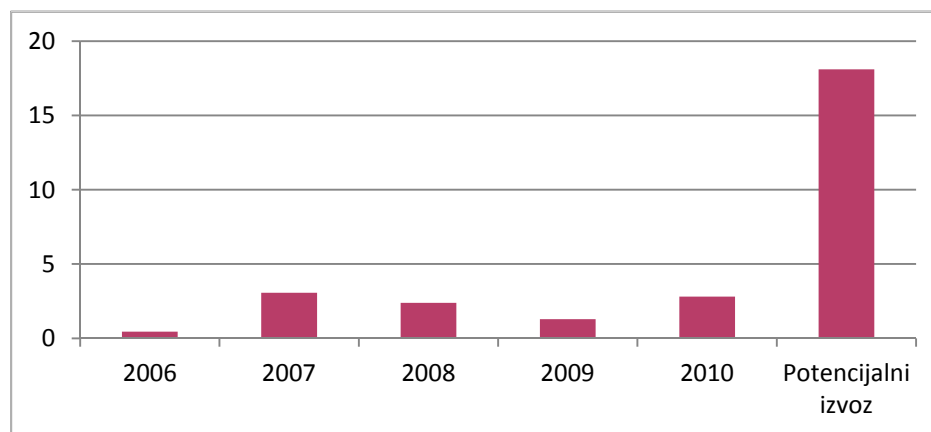
Postoji širok asortiman proizvoda srpske industrije za kojima postoje potrebe u Kazahstanu (mašine, oprema, transportna vozila i hemijski proizvodi), ali su ove potrebe uglavnom zadovoljene uvozom iz Ruske federacije sa kojom Kazahstan ima veoma bliske odnose. Proizvodi za koje postoji slobodan „prostor“ u Kazahstanu i koje Srbija već izvozi u ovu zemlju, ali u veoma malom obimu su telekomunikacioni provodnici, nameštaj, konstrukcije i delovi od aluminijuma, pojedini proizvodi elektroindustrije.

4.4. Turkmenistan

Turkmenistan je bio najsiromašnija republika Sovjetskog Saveza. Raspolaze izvesnim rezervama nafte i gasa, a ostali prirodni resursi ove zemlje su uglavnom magnezijum i sulfati. Uloga Turkmenistana u sovjetskoj privredi bila je da snabdeva ostale republike sirovinama među kojima su glavne prirodni gas, nafta i pamuk. Fokus na sirovinama ostavio je ostatak privrede nerazvijenim. Više od 40% radne snage zaposleno je u poljoprivredi, ali ona ne obezbeđuje ni izdaleka zadovoljenje domaće tražnje, jer se odnosi na proizvodnju pamuka. Turkmenistan je jedan od najvećih svetskih izvoznika pamučnih vlakana, i osim nafte i gasa, to je gotovo čitav proizvodni asortiman ove zemlje. Privreda ove zemlje je zato ostala zavisna od uvoza hrane i ostale robe široke potrošnje, što je čini interesantnim izvoznim partnerom za Srbiju.

Dodatni značaj Turkmenistana kao izvoznog tržišta je izuzetno visoka stopa rasta koja je od 1999. do 2009. godine bila dvocifrena, a u 2010. godini je iznosila 9,2% (World Bank). Od 2010. godine Turkmenistan ima brži rast od drugih bivših sovjetskih republika. Rast privrede uvećao je uvozne potencijale ove zemlje.

Grafikon 4. Izvoz Srbije u Turkmenistan



Izvor: proračun autora

Izvoz Srbije u Turkmenistan je veoma malog obima, što je s obzirom na geografsku razdaljinu i veličinu zemlje očekivano. Ipak, primena gravitacionog modela zasnovanog na novijim koeficijentima, pokazuje da ovi faktori nemaju toliko veliki negativan uticaj. Ovde je kao u slučaju Kazahstana, potencijalni izvoz višestruko veći od postojećeg. Godine 2006. iznosio je svega 0,447 miliona dolara, 2007. godine 3,067 mil. \$, a u narednim godinama oko 2 miliona. Vrednost potencijalnog izvoza je 18,103 miliona dolara. To otvara mogućnost za izvoz bezmalo svih vrsta proizvoda, ukoliko ih ova zemlja ne uvozi iz Ruske federacije za koju je u ekonomskom smislu još uvek čvrsto vezana.

Zaključak

Do promene postojećeg stanja disbalansa u spoljnotrgovinskom prometu Srbije može dovesti smanjenje uvoza na neophodan minimum i drugo, povećanje izvoza, koji se može ostvariti samo pronalaženjem novih tržišta.

Ocena parametara u toku konstruisanja ekonometrijskog modela Srbije, nametnula je neke osnovne zaključke i smernice za izvoznju politiku Srbije. Neki od njih nisu novi ni iznenađujući, kao na primer da na rast našeg izvoza ogroman uticaj ostvaruje rast same privrede, iskazan rastom GDP. Dalje, ne iznenađuje da je geografska razdaljina kao suština teorije gravitacionih modela, svoj veliki uticaj statistički ispoljila i na primeru Srbije.

S druge strane, neočekivan je tako slab, gotovo zanemariv uticaj veličine izvoznih tržišta iskazan njihovim GDP. Pošto je model, kako je rečeno, izgrađen na velikom uzorku i ne odnosi se na bilo koji pojedinačni region, već na izvoz Srbije uopšte, proističe zaključak da bogata tržišta zapravo nemaju mnogo slobodnog „prostora” za robu iz Srbije.

Kaspijski basen je samo jedan od konkretnih predloga, ali je sasvim izvesno da veliki neiskorišćeni izvoznji potencijali postoje i u drugim regijonima i zemljama. One, prateći rezultate dobijenog modela, ne moraju da budu bogate, važno je da su geografski relativno blizu i da postoji spremnost obe strane na dodatno angažovanje u pravcu prevazilaženja ekonomsko-političke distance. Tu bi se verovatno svrstale sve zemlje Severne Afrike i neke od bivših sovjetskih republika na evropskom tlu. Naravno, ostaje i četvrti faktor, rast srpske privrede kao trenutno teško dostižan cilj, ali, iako uticajan, u vrednosti izvoza on nije presudan faktor.

Potencijalni izvoz Srbije u zemlje Kaspijskog basena daleko prevazilazi postojeći. Primena modela gravitacije pokazuje da slobodan „prostor” za izvoz Srbije u zemlje Kaspijskog basena ima zbirnu vrednost oko 103 miliona dolara godišnje, dok je ostvarena vrednost izvoza Srbije u analizirane četiri zemlje, prethodne godine iznosila samo 45 miliona (rezultati iz Tabele 4). U

hipotetičkoj situaciji, kada bi se diplomatski odnosi Srbije i zemalja Kaspijskog basena doveli na nivo u kome možemo reći da je prevaziđena ekonomsko-politička distanca, potencijalni izvoz u ovaj region bi iznosio više od 243 miliona \$, odnosno bio bi pet puta veći od sadašnjeg izvoza. Dakle, ova tržišta imaju „prostora“ da prime 6 do 10 puta veću vrednost robe iz Srbije od vrednosti današnjeg izvoza, odnosno do 20 puta u uslovima koji bi mogli da se steknu dodatnim angažovanjem na ekonomsko-političkom zblizavanju.

Među zemljama Kaspijskog basena, Srbija najviše ostvaruje svoj izvozni potencijal u Iran, odnosno izvoz u ovu zemlju se najviše približava potencijalnom. Ne zato što sa ovom zemljom ostvaruje bliže kontakte, već zato što su potencijali smanjeni zbog velike razdaljine (ovo je geografski najudaljenija zemlja regiona). U slučaju zemalja sa kojima je potencijalna vrednost izvoza mala, broj takvih zanemarenih ili nedovoljno iskorišćenih izvoznih tržišta Srbije u svetu je tako veliki da bi se ostvarivanjem svih važnijih izvoznih potencijala ukupna vrednost izvoza morala značajno uvećati.

Svi prethodni zaključci ukazuju na potrebu da srpska diplomatija, institucije i privrednici ulože mnogo veće napore u intenziviranje trgovinske razmene sa zemljama Kaspijskog basena. Najpre, zato što je faktor ekonomsko-političke distance jedini na koji se može direktno uticati. Razdaljina je fiksna varijabla, na BDP izvoznih tržišta se ne može uticati, a sopstveni BDP se menja mnogo teže nego odnosi sa zemljama koje takođe imaju interes za saradnju.

Razlog koji se navodi kao objašnjenje za donedavno potpuni nedostatak inicijative i nezainteresovanost za povećanje trgovine sa ovim zemljama je orijentacija Srbije ka tržištima EU, CEFTA i Rusije. Ovo, naravno nije opravdanje, jer nema nikakve ekonomske logike u ograničavanju sopstvenog izvoza. U slučaju tri analizirane postsovjetske države, neostvareni izvozni potencijali su posledica i činjenice da su ovo relativno nove države, tako da njihova ekonomska saradnja sa bilo kojom državom osim sa Ruskom federacijom, još uvek nije dostigla pun obim. Ipak, treba naglasiti razliku u slučaju Azerbejdžana, sa kojim su odnosi ipak dostigli daleko viši nivo. U slučaju Irana, nedostatak bliže saradnje, za koju postoje realne potrebe i mogućnosti, posledica je donedavne političke orijentacije Srbije.

Drugo moguće objašnjenje za neaktivnost države je mala vrednost izvoza, koji bi ostao relativno mali, čak i kada bi se udvostručio. Ipak, upravo primenom gravitacionog modela je pokazano da ova tržišta mogu da prime nekoliko puta, čak i više desetina veću vrednost izvoza iz Srbije. Kako je izračunato, vrednost izvoza u region Kaspijskog basena mogla bi da dostigne 243 nasuprot sadašnjih 45 milion \$, što bi trebalo da bude dovoljan razlog za pokušaj da se odnosi dovedu na nivo iz ranijeg perioda.

Reference

- Dragutinović M.R. (2005) "Ograničenja gravitacionog modela u ekonometrijskoj analizi spoljnotrgovinske razmene", *Ekonomski anali*, vol. 50, no. 167, pp. 77-106.
- Frankel J. & Romer D. (1999) "Does Trade Cause Growth?", *American Economic Review*, 89(3)
- Gallup J. L. & Sachs J. (1998) *Geography and Economic Development*, (Columbia University National Bureau of Economic Research NBER)
- International Monetary Fund (april 2009), *Crisis and recovery*, World Economic Outlook
- Jovičić, M. (2002) *Merenje komparativnih prednosti i strategija unapređenja spoljnotrgovinske razmene Srbije* (Beograd, Ekonomski fakultet)
- Limao N. & Venable A. (1999) "Infrastructure, Geographical Disadvantage, and Transport Costs", *World Bank Policy Research Working Paper* No. 2257.
- Privredna komora Srbije - Privredna saradnja: Srbija i Iran, PKS: www.pks.rs/MSaradnja.aspx?id=71&p=1&pp=2& 10 oktobar 2013.
- Ministarstvo spoljnih poslova republike Srbije, Bilateralni odnosi, <http://www.mfa.gov.rs/sr/index.php/spoljna-politika/bilateralni-odnosi?lang=cyr>, 3. maj 2014.
- Republički zavod za statistiku - <http://webrzs.stat.gov.rs/WebSite/> 10 oktobar 2013.
- Stanojevic N. & Batić J. (2009) "Assessment of Serbian export potentials in Mashriq countries", in *Dealing with the Global Economic Crisis by Companies and Economies*, Belgrade, 27 november 2009 (Megatrend university, Belgrade)
- Stanojevic N. & Batić J. (2010) "Quantitative analysis of Serbia's export potential to North African countries", *Megatrend review*, 7 (1): 163-180
- UN United Nations Commodity Trade Statistics Database
- UN Population Fund (2006), *The State of World population*, New York.
- World bank Data - Key Development Data & Statistics

DIVERSIFICATION OF SERBIA'S EXPORT MARKETS - POTENTIALS FOR EXPORT TO THE COUNTRIES OF CASPIAN BASIN

Abstract: Key features of the current foreign trade of Serbia are high and growing foreign trade deficit, and a small number of export partners. The fact that Serbia places its almost entire export on the markets of Italy, Germany and three former Yugoslavian countries implies the need for export diversification. Finding new or revitalizing former markets is vital for overcoming various weaknesses of Serbia's foreign trade. Gravity model was used for establishing determinants of Serbia's export and potential export directions. Coefficients of Serbia's export, determined in a few earlier studies are based on the figures that were valid before the global economic crisis. As the export to the EU countries which are geographically closest to Serbia decreased during the crisis, it is assumed that the parameters have now changed and the factor of importance of geographical distance decreased. The obtained coefficients are then applied to the countries of the Caspian Basin. This is the region which, due to its numerous geographical and economic characteristics, is seen as an adequate export market, although its distance is relatively large. Research based on applying of gravity model has found that in some countries of the region, there is plenty of „space“ for Serbia's exports.

Keywords: Serbia's export, gravity model, geographical distance, Caspian Basin.