

دراسة تحليلية باستخدام نموذج الجاذبية لتأثير المقاطعة الاقتصادية على واردات الدول الإسلامية من الدانمارك

عمرو رضوان | معيد

فاطمة عبد الشافي | مدرس

قسم الاقتصاد الزراعي - جامعة القاهرة

FFhefnawy@yahoo.com

Amr.radwan@upc.edu

ملخص

تناولت الدراسة بالتحليل تأثير المقاطعة الاقتصادية التي حدثت كرد فعل للإساءة للنبي الكريم صلى الله عليه وسلم على واردات الدول الإسلامية من الدانمارك خلال الفترة من 2004 وحتى 2010 وذلك باستخدام نموذج الجاذبية والذي يعد أحد أهم نماذج التجارة الخارجية وأوسعها إستخداما وخلصت الدراسة إلى أن تلك المقاطعة لم تكن فعالة بشكل كاف كما أنها كانت ذات مدى زمني محدود وكان أكثر المتغيرات تأثيراً على واردات الدول الإسلامية صادرات كل دولة إلى الدانمارك في العام السابق في حين أن كل المتغيرات المرتبطة بالمقاطعة لم يكن لها تأثير معنوي إحصائياً وانتهت الدراسة لمجموعة من التوصيات التي تضمن تفعيل المقاطعة مما يمنع تكرار الإساءة مستقبلاً ويعزز السلم والتعايش العالمي.

Abstract

This study has analyzed the effect of the economic boycott that occurred as a response of the cartons published in a Danish newspaper of the prophet Mohamed, peace be upon him, which cross the line and considered as insulting for many millions of Muslims all over the world. The study analyzed the effect of this economic boycott on the Danish exports to Muslim countries during the period 2004-2010 using the well-known in international trade literature, the gravity model the study found the Danish imports in the previous year from each Muslim country to be the only variable that have a statistically significant effect on the Danish exports beside the GDP and the distance in some years while all the variables that reflects the boycott were statistically un significant which reflects that the boycott was weak and just last for a short period. The study draws some guidelines that could help in making the boycott more effective to avoid future insults and assure the international peace and cohabitation.

تم ترتيب أسماء المؤلفين أبجدياً وكلا المؤلفين له مساهمة متساوية في إنجاز الدراسة لمزيد من المعلومات يرجى الإتصال بعمرو رضوان قسم الاقتصاد الزراعي - كلية الزراعة - جامعة القاهرة 9 شارع الجامعة - الجيزة - جمهورية مصر العربية، بريد إلكتروني amr.radwan@upc.edu ، هاتف: 00201113474867

مقدمة

ليس أقدس عند كل مسلم صادق الإيمان ولا أحب إلى قلبه بعد الله سبحانه وتعالى من النبي محمد صلى الله عليه وسلم إلا أن هبة المسلمين لنصرتهم والزود عن عرضه صلى الله عليه وسلم عند الإساءة إليه كانت واهنة عاجزة لا تعبر عن هذا الحب ولا تعكس ذلك الإجلال بل ما لبثت أن فترت فاجترأ المسئ وكمر جرمه الفينة بعد الفينة.

ولا نتحدث عن هبة همجية أو اعتداء مذموم أو عنف مجرم فهو صلى الله عليه وسلم من نأنا عن ذلك كله إنما نتحدث عن سلاح أمضى غفل عنه المسلمون لا يسيل دما ولا يشوه للإسلام صورة بل يؤثر وبشكل كبير على إقتصاديات هذه الدول إنهما المقاطعة الإقتصادية

تتناول هذه الدراسة التعريف بهذه الوسيلة الناجحة وتاريخها على مر الزمان وكيف يمكن أن تكون أداة فعالة في يد الأمة فلا يجترئ عليها مجترئ ولا يجرح بيضتها متغطرس

تبدأ الدراسة بتعريف مختصر للمقاطعة الإقتصادية وبعض صورها عبر التاريخ وبعد ذلك نستعرض بشكل موجز تطور التجارة بين الدانمارك والدول الإسلامية يلي ذلك عرض لتطور مقاطعة المنتجات الدانماركية في الدول الإسلامية وبعد شرح نموذج الجاذبية نستعرض البيانات المستخدمة في تطبيق النموذج ثم يتم إستعراض أهم النتائج وتختتم الدراسة بمجموعة من التوصيات يمكن من خلالها تفعيل المقاطعة الإقتصادية.

المقاطعة الإقتصادية عبر التاريخ

المقاطعة مصطلح يعني سحب كل العلاقات ورفض التفاوض في أي معاملات تجارية مع شخص أو منشأة وعرفتها الأمم المتحدة في ميثاقها كما في المادة (41) حيث تنص: (وقف العلاقات الاقتصادية والمواصلات الحديدية والبحرية والجوية والبريدية والبرقية واللاسلكية وغيرها من وسائل المواصلات وفقاً جزئياً أو كلياً) .

من أمثلة المقاطعة الإقتصادية الشعبية في العصر الحديث ما حدث في الدانمارك عندما قرر أصحاب الحرف الدانماركيون مقاطعة البضائع الألمانية احتجاجاً على تضييق السلطات الألمانية على استخدام اللغة الدانماركية في مقاطعة سليزفيج وفي بداية القرن العشرين قاطع الشعب الصيني البضائع الأمريكية احتجاجاً على وضع السلطات الأمريكية قيوداً ضد هجرة الصينيين إلى أمريكا واستطاعهم فيها . كما يعد من أشهر أمثلة المقاطعة الإقتصادية ما قامت به الهند من خلال دعوة زعيمها غاندي بمقاطعة البضائع الأجنبية وقاموا بحرقها علناً في بومباي في سلسلة من الإحتجاجات ضد الإستعمار البريطاني للهند. كذلك من أمثلة المقاطعة الإقتصادية في عصرنا الحديث تلك المقاطعة التي فرضتها البلدان العربية على المنتجات الإسرائيلية إثر احتلالها لأرض فلسطين، تطبيقاً لقرار مجلس الدول العربية رقم (16) في دورته الثانية في 12\12\1945. كذلك قيام الملك فيصل رحمه الله باستخدام سلاح المقاطعة الاقتصادية ، حيث أوقف ضخ النفط وبيعه عن بريطانيا والولايات المتحدة ، في أعقاب حربي (1967 و 1973) ، مما كان له الأثر الواضح في أحداث تلك المعركتين . وأخيراً المقاطعة الشعبية وشبه الرسمية للمنتجات الدانماركية ، والتي بدأت في أوائل عام 2006 م على أثر قيام بعض الصحف الدانماركية بالاستهزاء من شخصية النبي صلى الله عليه وسلم برسومات كاريكاتورية .

تطور التجارة بين الدانمارك والدول الإسلامية

تعد الدول الإسلامية (الدول الأعضاء في منظمة المؤتمر الإسلامي) شريك أساسى للدانمارك حيث بلغت واردات هذه الدول من الدانمارك في عام 2011 قرابة 3.6 مليار دولار بما يمثل 3.2% من إجمالي الصادرات الدانماركية مقارنة بما قيمته 1.4 مليار دولار في عام 2001 بمعدل نموبلغ 162% ومعدل نموسنوى قارب 10% ورغم الإساءة للنبي صلى الله عليه وسلم في سبتمبر 2005 إلا أن نمو الصادرات الدانماركية للدول الإسلامية ظل متمتعاً بمعدلات نموسنوية مرتفعة بلغت 8.6% مما يعكس عدم فاعلية المقاطعة الإقتصادية التي تبنتها العديد من شعوب الدول الإسلامية

تعد تركيا والسعودية والإمارات ومصر وماليزيا أهم مستوردي المنتجات الدانماركية بين الدول الإسلامية حيث مثلت قيمة واردات هذه الدول ما يبلغ نحو 18% و 14% و 11% و 6% و 5% على الترتيب من صادرات الدانمارك للدول الإسلامية في عام 2011 (أنظر شكل رقم 1)

تمثلت الصادرات الرئيسية للدانمارك في الآلات والمعدات ومنتجات الألبان والمنتجات الدوائية والمنتجات الغذائية الأخرى والمنتجات الكهربائية والإلكترونية والتي مثلت قرابة 24% و11% و9% و8% و6% على الترتيب من إجمالي الصادرات الدانماركية في عام 2011 (أنظر شكل رقم 2).

ويستعرض الشكل رقم 3 تطور صادرات الدانمارك من منتجات الألبان للدول الإسلامية المختلفة حيث تعد منتجات الألبان أحد أهم بنود الصادرات الدانماركية حيث قاربت قيمتها في عام 2011 نحو 400 مليون دولار ومثلت واردات الدول الإسلامية أكثر من 14% من صادرات الدانمارك من هذه المنتجات، وكانت أهم الدول المستوردة لهذه المنتجات سلطنة عمان ومصر والإمارات ونيجيريا والسعودية.

ورغم أن منتجات الألبان تعد أكثر المنتجات تأثراً بحملات المقاطعة الاقتصادية إلا أنها شهدت نموا ملحوظا حيث بلغ معدل النمو خلال الفترة 2001-2011 نحو 80% بمعدل نموسوى خلال نفس الفترة بلغ 6% وشهد هذا المعدل انخفاضا طفيفا في أعقاب الإساءة الدانماركية حيث بلغ معدل النمو السنوى خلال الفترة 2004-2011 نحو 4%.

ويلاحظ أن الدانمارك قد اعتمدت العديد من الإستراتيجيات لمواجهة حملات المقاطعة في الدول الإسلامية لعل من أهم هذه الإستراتيجيات الإعتماد على منتجات جديدة مثل المنتجات الدوائية والتي لا يعتمد إستهلاكها على إختيار المستهلك بل وصفة الطبيب وكذلك تعويض إنخفاض الصادرات في بعض الدول التي شهدت حملات مقاطعة قوية مثل المملكة العربية السعودية بفتح أسواق جديدة وتعزيز الصادرات لدول ذات نمط استهلاكي مشابه كسلطنة عمان.

أما من ناحية الواردات فقد بلغت واردات الدانمارك من الدول الإسلامية ما قيمته قرابة ثلاثة مليارات دولار عام 2011 بمعدل نموكبير بلغ 223% بمعدل نموسوى بين عامي 2001 و2011 قدر ب 12.5% في حين تراجع معدل النمو السنوى بشكل طفيف في أعقاب 2004 ليسجل 8%.

هذا وقد إستأثرت تركيا وبنجلاديش وإندونيسيا وقطر وماليزيا بالنصيب الأكبر من هذه الواردات ومثلت المعادن والبتترول والمنسوجات وبعض المنتجات الزراعية أهم بنود تلك الواردات (أنظر شكل رقم 4 و5)

الأزمة

في 30 سبتمبر 2005 قامت صحيفة يولانديس بوستن الدانماركية بنشر 12 صورة كاريكاتيرية للنبي محمد " صلى الله عليه وسلم" وبعد أقل من أسبوعين وفي 10 يناير 2006 قامت الصحيفة النرويجية ماجازنيت والصحيفة الألمانية دي فيلت والصحيفة الفرنسية فرانس سويروصحف أخرى في أوروبا بإعادة نشر الصور الكاريكاتيرية. ما جرح مشاعر الغالبية العظمى من المسلمين لاسيما وأنه بخلاف ما حملته الرسوم من إساءة فإن رسم النبي محرم في العقيدة الإسلامية وقوبل نشر هذه الصور الكاريكاتيرية بموجة عارمة على الصعيدين الشعبي والسياسي في العالم الإسلامي ونتج عن ذلك حملات شعبية لمقاطعة المنتجات الدانماركية في العديد من الدول الإسلامية إلا أن تلك الحملات كان مردودها على الصادرات الدانماركية محدودا ولم تدم إلا لوقت قصير.

شكل رقم 6 و7 يعرض معدلات النمو السنوى لصادرات الدانمارك وفقا للدولة المستوردة والسلع المصدرة على الترتيب خلال الفترة من 2005 حتى 2011 حيث يلاحظ أن معدل الإنخفاض لإجمالي الصادرات الدانماركية بلغ 13% في أعقاب الإساءة الأولى في 2005 وقرابة 20% في أعقاب الإساءة الثانية في 2008 إلا أن العام التالى شهد نموا ملحوظا في الصادرات الدانماركية بلغ 40% و32% على الترتيب.

هل المسلمون جادون في المقاطعة

يعرض شكل رقم 8 و9 لتطور التجارة بين الدول الإسلامية وإسرائيل وهوما يعكس عدم جدية الدول الإسلامية في المقاطعة ليس مع الدانمارك فحسب بل مع الدولة العبرية أيضا والتي لم تسعى إلى النسي فحسب بل أساءت للمسلمين جميعا ورغم كل ذلك ورغم قرارات المقاطعة من المنظمات الإسلامية ومن جامعة الدول العربية تجاوزت صادرات إسرائيل للدول الإسلامية أربعة مليارات دولار في 2011 مما يمثل أكثر من 6% من صادرات الدولة العبرية للعالم وبمعدل نموسنوى تجاوز 13% خلال الفترة 2001 – 2011.

وقد إستقبلت معظم الدول الإسلامية هذه الصادرات وان كان النصيب الأكبر منها قد نالته تركيا وماليزيا ونيجيريا ومصر والأردن على الترتيب، وتمثلت أهم بنود هذه الصادرات في المنتجات الكهربائية والإلكترونية والمنتجات الكيماوية المتنوعة والمعادن والبترول والبلاستيك ومنتجاته.

نموذج الجاذبية Gravity Model

يستمد نموذج الجاذبية فكرته الأساسية من قانون نيوتن للجاذبية والذي ينص على أن قدرة جسمين على جذب كل منهما الأخر تتناسب طرديا مع كتلتيهما وعكسيا مع مربع المسافة بينهما. ويهدف تطبيق نموذج الجاذبية في نظرية التجارة الدولية إلى شرح التدفقات التجارية الثنائية بين شريكين تجاريين.

هذا ويحظى نموذج الجاذبية بأهمية بالغة في أدبيات الاقتصاد الدولي حيث أن الافتراض الأساسي لنموذج الجاذبية يتمثل في أن التدفقات التجارية الثنائية ترتبط طرديا مع حاصل ضرب الناتج المحلي الإجمالي للدولتين وترتبط سلبيا مع المسافة بينهما. لذا فإن أبسط صورة لنموذج الجاذبية تأخذ الصيغة الآتية:

$$T_{ij} = A \cdot (Y_i Y_j / D_{ij}) \dots (1)$$

حيث :-

T_{ij} : التدفقات التجارية الثنائية

Y_i : الناتج المحلي الإجمالي للدولة i

Y_j : الناتج المحلي الإجمالي للدولة j

D_{ij} : المسافة بين الدولة i والدولة j

A : ثابت التناسب

وقد دأب الاقتصاديون في السنوات الأخيرة على تحسين النموذج اعتمادا على منهجيات الاقتصاد القياسي الحديثة وذلك بإدخال متغيرات أخرى تؤثر على تدفقات التجارة بين الشركاء مثل الدخل الفردي وسعر الصرف وعدد السكان، كما تم توسيع نطاق النموذج ليعكس تأثير الحدود المشتركة واللغة المشتركة وكذلك أثر الاتفاقيات المشتركة وغيرها من المتغيرات التي يمكن أن تعكسها المتغيرات الصورية.

وقد طور نموذج الجاذبية في مجال التجارة الدولية بواسطة Tinbergen (1962) و Pöyhönen (1963) ثم طور في دراسة Linnemenn (1966) حيث ادخل السكان كمقياس تقليدي لحجم الدولة وسمى نتيجة لذلك بنموذج الجاذبية المطور كما ادخل فيه الدخل الفردي، وقد يشمل أيضا نسبة العمل إلى رأس المال في الدولة المصدرة كما حدث مع Bergstrand (1989).

وتأخذ معادلة الجاذبية الأساسية الصورة اللوغارتمية الآتية:

$$\ln T_{ij} = \alpha + \beta_1 \ln [Y_i \cdot Y_j] + \beta_2 \ln D_{ij} + \varepsilon_{ij} \dots (2)$$

حيث

Tij التدفق التجاري بين الدولتين ij

Yi · Yj حاصل ضرب الناتج المحلي للدولة (i) والدولة (j)

Dij المسافة بين الدولة (i) وشريكها التجاري الدولة (j)

يتضح من المعادلة (2) أن جميع المتغيرات في صورة اللوغاريتم الطبيعي، ويعبر حاصل ضرب الناتج المحلي الإجمالي للدولة (i) والدولة (j) عن الحجم الاقتصادي لكلا الدولتين، حيث إن الدول ذات الحجم الاقتصادي الكبير ذوات الطاقة الإنتاجية الكبيرة، تكون هي الأكثر قدرة على تحقيق اقتصاديات السعة وزيادة صادراتها المبنية على الميزة التنافسية، كما إنها أيضا لديها أسواق محلية كبيرة قادرة على استيعاب واردات أكبر لذلك، فإن الزيادة في حاصل ضرب الناتج المحلي الإجمالي لكلا الدولتين من المتوقع أن تؤدي إلى زيادة حجم التجارة الثنائية .

أما متغير المسافة (البعد الجغرافي) فيعد بمثابة عامل مقاوم للتجارة والذي يمثل العوائق التجارية مثل تكاليف النقل، الوقت، الاختلافات الثقافية والنفوذ إلى الأسواق.

النموذج المطبق في الدراسة

بالإضافة إلى المتغيرات التقليدية لنموذج الجاذبية فقد تم إضافة متغيرات أخرى توقع أن يكون لها تأثير على التجارة بين الدانمارك والدول الإسلامية في حالة المقاطعة بسبب الرسوم المسيئة للرسول " صلى الله عليه وسلم " وهذه المتغيرات هي نسبة مستخدمي الانترنت وتفترض الدراسة أنه كلما زادت نسبة مستخدمي الانترنت تصبح المقاطعة أكثر فاعلية (حيث أن معظم حملات المقاطعة تم الدعوة لها على الإنترنت)، ومتغير نسبة المتعلمين وتفترض الدراسة أنه كلما زادت نسبة المتعلمين كلما أصبحت المقاطعة أكثر فاعلية وذلك بفرض أن إرتفاع نسبة التعليم يؤدي إلى زيادة وعي الفرد، ومتغير التعريفية الجمركية للشركاء التجاريين والذي يعكس مدى الانفتاح التجاري للدولة ومتغير قيمة صادرات الدولة للدانمارك في العام السابق وهو ما يعكس المصالح الاقتصادية للدولة فقد تخشى الدولة التي لها حجم صادرات كبير للدانمارك تأثير المقاطعة على صادراتها للدانمارك إذا عاملتها الدانمارك بالمثل، ومتغير يعكس درجة التدين، ومتغير صوري يأخذ واحد في حالة أن تكون الدولة عربية وصفر في حالة أن تكون الدولة غير عربية وكذلك متغير عدد سكان الدولة بالمليون نسمة والذي يعكس حجم السوق.

وعلى ذلك يأخذ النموذج المطبق في هذه الدراسة الصورة الآتية :

$$\ln E_{ij} = \alpha + \beta_1 \ln [YI \cdot Yj] + \beta_2 \ln Dij + \beta_3 \ln [Iij] + \beta_4 \ln [IU] + \beta_5 \ln Lit + \beta_6 \ln Tar + \beta_7 \ln Rel + \beta_8 \ln Arb + \beta_9 \ln Pop + \epsilon_{ij} \dots \dots \dots (3)$$

حيث :

Eij صادرات الدانمارك (i) وشريكها التجاري (j)

Yi · Yj حاصل ضرب الناتج المحلي الإجمالي للدولة (i) والدولة (j)

Dij المسافة بين الدانمارك (i) وشريكها التجاري الدولة (j)

Iij واردات الدانمارك (i) من شريكها التجاري الدولة (j)

IU نسبة مستخدمي الانترنت في الدولة (j)

Lit نسبة المتعلمين في الدولة (j)

Tar التعريفية الجمركية في الدولة (j)

Arab متغير صوري يعكس كون الدولة عربية أم لا

تم تطبيق النموذج المشار إليه في المعادلة 3 على عينة شملت الدول الأعضاء في منظمة المؤتمر الإسلامي للسنوات من 2004 حتى 2010، مع إستبعاد كلا من الصومال وفلسطين لعدم توفر البيانات، وقد تم تقدير النموذج باستخدام إجمالي الصادرات الدانماركية للدول الإسلامية وكذلك باستخدام صادرات الدانمارك من منتجات الألبان حيث تعد أهم بنود الصادرات الدانماركية للدول الإسلامية كما أنها كانت أكثر المنتجات تعرضا لحملة المقاطعة الإقتصادية التي حدثت في العديد من الدول الإسلامية

النتائج

يعرض الجدول رقم 1 تقديرات نموذج الجاذبية لإجمالي الصادرات الدانماركية للدول الإسلامية خلال الفترة من 2004 حتى 2010 حيث تعبر 2004 عن الوضع قبل حدوث الأزمة بينما تعبر 2005 و2008 عن الوضع أثناء الأزمة وتعبر 2006 و2009 عن الوضع عقب الأزمة مباشرة بينما تعبر 2007 و2010 عن الوضع بعد الأزمة وعودة استقرار السوق.

فيما يتعلق بالمتغيرات التقليدية لنموذج الجاذبية يلاحظ أن معامل حاصل ضرب الناتج المحلي الإجمالي للدولتين موجب ودون نتائج معنوية إحصائية في معظم السنوات وهو ما يتوافق مع النظرية الإقتصادية ويعكس أنه كلما زاد حجم الدولتين زاد حجم التجارة بينهما نظرا لكبر حجم أسواقهم وزيادة كفاءتهما الإنتاجية.

بينما لم يكن متغير المسافة ذودلالة إحصائية وذلك ليس بغريب حيث أدت العولمة لدوبان الفوارق الثقافية وانخفاض تكلفة النقل مما أدى لضعف تأثير المسافة على التجارة بين الدول.

أما فيما يتعلق بالمتغيرات الأخرى فالمتغير الوحيد الذي تتمتع بتأثير معنوي إحصائيا طوال سنوات الدراسة هو قيمة صادرات الدولة للدانمارك في العام السابق وهو ما يعبر عن أن المحرك الأساسي لواردات الدول الإسلامية كان مصالحتها الإقتصادية وليس المقاطعة. إضافة إلى ذلك وعلى غير المتوقع كان معامل المتغير الصوري الذي يعكس كون الدولة عربية موجبا ومعنويا إحصائيا خلال العديد من السنوات وهو ما يعكس أن كون الدولة عربية له تأثير إيجابي على وارداتها من الدانمارك حتى في السنوات التي تلت الإساءة للنبي صلى الله عليه وسلم وذلك قد يعزى إلى إنخفاض الوعي بالمقاطعة وأهميتها في الدول العربية مقارنة بالدول الإسلامية غير العربية وقد يرجع أيضا لضعف البنية الإقتصادية وإعتماد الدول العربية على الواردات بشكل كبير مقارنة بالدول الإسلامية غير العربية.

ورغم أن منتجات الألبان تعد أكثر المنتجات تأثرا بحملات المقاطعة إلا أن نتائج تقدير نموذج الجاذبية لهذه المنتجات لم تختلف بشكل كبير عن إجمالي الصادرات حيث كان المؤثر الرئيسي على واردات الدول الإسلامية من منتجات الألبان من الدانمارك الناتج المحلي الإجمالي للدولة والذي يعكس حجم السوق وقدرته الإستيعابية إضافة إلى قيمة صادرات الدولة للدانمارك في العام السابق وهو ما يعكس المصالح الإقتصادية للدولة (أنظر جدول رقم 2)

خاتمة

إستعرضت الدراسة تطور صادرات الدانمارك للدول الإسلامية وتأثير المقاطعة الإقتصادية التي حدثت كنتيجة للأزمة التي نشبت بين الدول الإسلامية والدانمارك بسبب نشر الرسوم الكارتونية المسيئة للنبي صلى الله عليه وسلم وتعد الدراسة أول تطبيق لنموذج الجاذبية (والذي يعد أحد أهم نماذج التجارة الدولية وأوسعها إستخداما) في دراسة المقاطعة الإقتصادية وتأثيرها على تطور التجارة. وقد خلصت الدراسة إلى أن المقاطعة الإقتصادية لم تكن فعالة بالقدر الكافي وذات مدى زمني محدود، وتجدر

الإشارة إلى عاملين أساسيين حتى تكون المقاطعة ناجحة ألا وهما التنسيق بين الدول الإسلامية وأن تشمل المقاطعة جميع الدول الإسلامية لتجنب تعويض الدولة المقاطعة مبيعاتها في أسواق ذات نمط إستهلاكي مشابه في دولة إسلامية أخرى. وكذلك أن تكون المقاطعة شاملة لكل منتجات الدولة لتجنب تعويض انخفاض المبيعات بالتركيز على منتجات أخرى.

جدول رقم 1: تقديرات نموذج الجاذبية لإجمالي صادرات الدائمارك للدول الإسلامية

2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	المتغيرات
11.432	2.727	0.139	6.214	3.387	*5.034	5.148	المعامل
7.245	3.821	3.551	3.921	3.668	2.827	3.502	الخطأ المعياري
-0.049	*0.500	*0.596	*0.587	*0.544	*0.693	*0.671	المعامل
0.264	0.143	0.136	0.158	0.141	0.129	0.147	الخطأ المعياري
-0.642	-	0.198	-0.514	-	-0.300	-	المعامل
0.675	0.187	0.340	0.370	0.344	0.273	0.333	الخطأ المعياري
*0.223	*0.113	*0.142	*0.159	*0.152	*0.144	0.060	المعامل
0.104	0.054	0.044	0.058	0.050	0.044	0.053	الخطأ المعياري
-0.222	0.036	-	0.000	0.009	-0.033	-	المعامل
0.171	0.091	0.086	0.092	0.084	0.107	0.086	الخطأ المعياري
0.798	0.302	-	-0.031	0.314	-0.223	-	المعامل
1.115	0.598	0.394	0.621	0.563	0.477	0.580	الخطأ المعياري
1.109	0.950	-	0.596	-	0.751	0.042	المعامل
2.199	1.141	0.074	1.158	1.065	0.847	1.061	الخطأ المعياري
0.023	0.047	0.022	0.018	0.021	*0.077	0.048	المعامل
0.089	0.047	0.044	0.046	0.043	0.034	0.042	الخطأ المعياري
0.893	*0.728	*0.987	*0.628	*0.962	0.448	*0.630	المعامل
0.685	0.367	0.351	0.373	0.342	0.276	0.344	الخطأ المعياري
0.078	0.153	0.070	0.063	0.028	-0.024	0.050	المعامل
0.231	0.121	0.113	0.121	0.110	0.095	0.116	الخطأ المعياري

* تشير لكون التقديرات معنوية إحصائياً عند مستوى معنوية 5%

جدول رقم 2: تقديرات نموذج الجاذبية لصادرات الدائمارك من منتجات الألبان للدول الإسلامية

2004	2005	2006	2007	2008	2009	2010	المتغيرات
*20.865	5.337	*6.657	*6.346	*7.763	6.148	5.707	المعامل
8.850	3.429	3.444	3.077	3.861	3.573	3.830	الخطأ المعياري
0.732	*0.595	*0.614	*0.596	*0.755	*0.782	*0.622	المعامل

0.469	0.188	0.158	0.145	0.178	0.181	0.184	الخطأ المعياري	
-1.030	-	-	-	-	-0.541	-	المعامل	المسافة بين العاصمتين
	0.238	0.380	0.458	0.510		0.358		
0.825	0.322	0.316	0.284	0.368	0.327	0.346	الخطأ المعياري	
-0.238	0.074	*0.259	*0.135	0.111	*0.138	*0.107	المعامل	قيمة الصادرات للدائمات
0.151	0.070	0.078	0.058	0.081	0.055	0.046	الخطأ المعياري	
-0.409	-	-	-	-	-0.030	-	المعامل	نسبة الجمارك
	0.019	0.023	0.039	0.027		0.065		
0.177	0.067	0.064	0.059	0.075	0.072	0.076	الخطأ المعياري	
*0.829	0.491	-	1.281	0.746	0.632	0.756	المعامل	عدد مستخدمي الإنترنت
		0.024						
2.328	0.937	0.910	0.819	1.065	1.031	1.100	الخطأ المعياري	
2.520	0.405	-	0.172	0.612	0.454	-	المعامل	القراءة والكتابة
		0.142				0.215		
2.267	0.878	0.849	0.768	0.982	0.912	0.940	الخطأ المعياري	
0.056	*0.108	0.086	0.013	0.054	0.088	0.097	المعامل	معياري التوجه الديني للدولة
0.146	0.057	0.052	0.047	0.059	0.056	0.058	الخطأ المعياري	
0.103	-	-	0.097	-	0.223	0.210	المعامل	كون الدولة عربية
	0.072	0.617		0.085				
0.883	0.370	*0.355	0.294	0.374	0.320	0.339	الخطأ المعياري	
-0.497	-	-	0.013	-	-0.070	-	المعامل	عدد السكان
	0.001	0.077		0.131		0.011		
0.392	0.148	0.143	0.130	0.165	0.166	0.175	الخطأ المعياري	

* تشير لكون التقديرات معنوية إحصائياً عند مستوى معنوية 5%

للحصول على الاشكال مفصلة وملونة الرجاء مراسلة الباحث