

المراجع

أولاً: المراجع العربية:

- (1) أبو الوفا، عصام عبد اللطيف و القنيبط، محمد و العثيمين، عبد الله محمد، (1996)، تحليل هيكل تكاليف إنتاج وتسويق بيض المائدة للمشروعات المتخصصة في المنطقة الوسطى، نشرة مركز البحوث 5:61-31، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- (2) إسماعيل، صبحي محمد و القنيبط، محمد الحمد، (1416هـ)، التسويق الزراعي، دار المريخ، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- (3) الأمام، محمد محمد الطاهر، (1414هـ - 1994م)، تصميم وتحليل التجارب، دار المريخ، الرياض.
- (4) بري، عدنان بن ماجد بن عبدالرحمن وهندي، محمود محمد ابراهيم وعبدالله، أنور أحمد محمد، (1997م)، مبادئ الأحصاء والأحتمالات، الطبعة الثالثة، جامعة الملك سعود.
- (5) البنك الزراعي العربي السعودي، (1996م)، التقرير السنوي الثالث والثلاثون، الرياض، المملكة العربية السعودية.

- (6) خليفة، علي عبد العال والعظيمي، محمود صادق والدسوقي، محمد عبد الحميد، (1982م)، تقدير الهوامش والكفاءة التسويقية لبعض الخضراوات والفاكهة بسوق الرياض المركزي (سوق عتيقة)، نشرة مركز البحوث 1:14-21، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- (7) شيبه، محمد مصطفى ومنصور، مصطفى محمود، (1992)، مجالات ودور العمل الإرشادي في تحسين كفاءة أداء الوظائف التسويقية الفيزيائية، نشرة مركز البحوث الزراعية 1:26-36، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية.
- (8) عبدالمحمود، محمد عبدالرحمن، (1996)، مقدمة في الاقتصاد القياسي، جامعة الملك سعود، الطبعة الأولى.
- (9) العريفي، محمد عبد الله، (2002)، تحليل اقتصادي للأنشطة التسويقية لعسل النحل في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، الرياض.
- (10) الغرفة التجارية الصناعية (1997)، تربية النحل، الإدارة الزراعية بالتعاون مع وزارة الزراعة والمياه، مرامر للطباعة الإلكترونية.

11) فكري، مصطفى و الفيل، أحمد، (1979)، مبادئ التسويق الزراعي، قسم الاقتصاد الزراعي، كلية الزراعة، جامعة الإسكندرية، دار المطبوعات الجديدة.

12) الفيل، أحمد، (1981)، القواعد والأساليب التسويقية الزراعية والتسويقية التعاونية الزراعية، قسم الاقتصاد الزراعي، جامعة الإسكندرية، الطبعة الأولى، دار المطبوعات الجديد، الإسكندرية.

13) القحطاني، موسى مفرح الجرشي، (1998)، العوامل المؤثرة على تكاليف الإنتاج وعوائد الاستثمار في صناعة تربية عسل النحل بمنطقة عسير في المملكة العربية السعودية، رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

14) القنيبط، محمد حمد، (1995)، المشكلات التسويقية التي تواجه منتجي الخضار في منطقة الرياض وكيفية مواجهتها، الغرفة التجارية الصناعية بالرياض، المملكة العربية السعودية.

15) القنيبط، محمد حمد و أبوالوفا، عصام و سفيان، بدر الدين و صلاح الدين، أحمد حلمي و سلطان، محمد محمد، (1993)، تحليل اقتصادي لأهم مشكلات الإنتاج والتسويق التي تواجه مشروعات الدواجن في المنطقة الوسطى بالمملكة العربية السعودية: دراسة الخصائص والمشكلات، نشرة مركز البحوث الزراعية 1:38-

53، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية.

16) القنيبط، محمد حمد و أبوالوفا، عصام ومشعال، سيد، (1995)، منافذ التوزيع وهيكل التكاليف التسويقية لمشروعات الدواجن في المنطقة الوسطى بالمملكة العربية السعودية، نشرة مركز البحوث الزراعية 47:5-32، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية.

17) القنيبط، محمد و أبوالوفا، عصام و مشعال، سيد، (1995)، قياس وتحليل أهم المعايير التسويقية لمشروعات الدواجن في المنطقة الوسطى بالمملكة العربية السعودية، نشرة مركز البحوث الزراعية 50:5-28، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، الرياض، المملكة العربية السعودية.

18) المقبل، حمد ناصر عبد الله، (1988)، اقتصاديات إنتاج وتسويق الطماطم في منطقتي الرياض والخرج، رسالة ماجستير، كلية الزراعة، جامعة الملك سعود، المملكة العربية السعودية.

19) منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة السياسات الزراعية السعرية (1993)، مواد تدريبية على التخطيط الزراعي (31)، المكتب الإقليمي للشرق الأدنى، منظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، دار نافع للطباعة.

20) وزارة الزراعة والمياه، (1997)، الكتاب الإحصائي الزراعي السنوي، إدارة الدراسات الاقتصادية والإحصاء، الرياض، المملكة العربية السعودية.

21) ياسين، محمود وعلي عبدالعزيز، (1995)، تسويق المنتجات الزراعية، جامعة دمشق، مطبعة الأتحاد، دمشق.

ثانياً: المراجع الأجنبية:

- 1- **Abdel Karim, Imad; (2002):** The Impact of the URAA on Sudan's Agricultural Trade. Berliner Schriften zur Agrar-und Umweltökonomik , Vol. 2 (forthcoming). Shaker Verlag, Aachen, Germany.
- 2- **Braverman, A., and Hammer, J; (1986):** Multi-market Analysis of Agricultural Pricing Policies in Senegal. In Agricultural Household models: Extensions, Application and Policy, edited by I. Singh *et al.* Baltimore: John Hopkins University Press.
- 3- **Bresslen, R.G & Richard A. King; (1970):** Markets, Prices and International Trade, John Wileyh & Sons , Inc. NY.
- 4- **Chakravarti, I. and Verma, R. (1991):** Marketing of a Minor Forest produce (MFP) in Tribal Subplan (TSP) Area through Cooperatives in Rajasthan, Indian Journal of Economics, 71:282.

- 5- **Chancey, T.R.** (1992): Honey Prices To The Producer –what Really Controls Then? American –Bee- Journal.
- 6- **Chavas, J. and Thomas, L.** (1996). On Market Equilibrium Analysis. University of Wisconsin-Madison. Staff Paper No. 393.
- 7- **Connor, L.J.** (1993): The Honey Loan Program and the American Consumer, Honey Producer.
- 8- **Cramer, G. and Jenson C.** (1988). Agricultural Economics and Agribusiness. Fourth edition. John Willey and Sons, New York.
- 9- **Cundiff, E, Still & R. Govoni, N.** Fundamentals of Modern Marketing, Third Edition, Prentice Hall, Inc, Englewood Cliffs, New Jersey, U.S.A., 1980.
- 11- **Farah, A; El Saeed, H.** (1987): Marketing Costs and Margins for Selected Agricultural Commodities in Sudan 1985-1986, Marketing Section, Ministry Of Agriculture and Natural Resource, Khartoum, Sudan.
- 12- **Harman, j.** (1993): US Export Opportunities to GCC Countries. Horticultural-Products-Review.
- 13- **Henderson, J,M, and Quandt, R,E.** (1971): Microeconomic Theory: A Mathematical Approach, 2nd ed. New York: Mc-Graw Book Hill Bppk Company.
- 14- **International Trade Center (ITC) (1986):** Honey Study of Major Markets, Geneva.

- 15- Jechlitschka, K. and Lotze, H. (1997).** Theory and Application of Multi-market Model for Sectoral Analysis, Journal of Agricultural Informatics.
- 16-John,Freund E. (1979):** Modern Elementary Statistics,5TH ed.Englewood Cliffs.new Jersey.
- 17- Kirschke, D., Jechlitschka, K., Noleppa, S. und Lotze, H. (1996).** Überlegungen und Beispielrechnungen für ein Modell zur Simulation von Marktentwicklung und Agrarpolitik im Oblast Tula. Projekt: Agrarpolitische und betriebswirtschaftliche Beratung Tula 728 - RUS. - 94 – 13.
- 18- Khol, R.L. & Joseph N. Uhl. (1990):** Marketing of Agricultural Products, 7th. ed., Macmillan Pub Co., NY, USA.
- 19- Lehmann , D. ,R. (1979):** Market Research and Analysis, Columbia University, U.S.A, Richard, D. Irwin, Inc..
- 20- Makridakis, s, Wheelights, c, and McGee, V.E. (1983):** Forecasting Methods and Applications 2ND edition,jons wiley and sons , new York, U.S.A
- 21-Nijkamp, P. and Hermanides, O. (1998).** Multidimensional Sustainability Analysis. In J. van den Berg and M. Hofkes (editors), Theory and Implementation of Economic Models for Sustainable Development (Kluwer, D.), 255-273
- 22- Rajendra, Singh (1996):** Economics of Beekeeping in U.P., Adhok-Study, Agroeconomic Research Center, Univ. of Allahabad.

- 23- Scarborough ,v. and Kyoo, J.(1992):** Economic analysis of agricultural markets,a manual, Chatham, U.K., Natural Resources Institute.
- 24- Scheffe, H. (1959):** The Analysis of Variance, New York: John Wiley and Sons, Inc.
- 25- Shafer, C.E. (1998):** Can We Forecast the Price of Honey?, American Bee Journal, 138:5.
- 26- Shirima, S. (1988):** The Danish, Norwegian, Swedish and Finnish Markets for Tanzanian Natural Honey, Report No. 26/88.
- 27- Shirima, S. (1987):** The Danish Market for Tanzanian Natural Honey, Report No. 23/87.
- 28-Smargiassi, M. and Willet, L.S. (1989):** Incorporating Price Expectations in the Development of the Processor Level Econometric Model of the U.S. Honey Industry for Policy Analysis, AE-Research, Dept. of Ag. Econ.Cornell Univ.
- 29- Snedecor, G.W. and W. G. Cochran (1967):** Statistical Methods, Six Edition, Ames, Iowa: The Iowa State Univ. Press.
- 30- Von Oppen,M. (1992):** Equity and efficiency effects of market access for farmers in two regions in India, Conference Paper No. 155, Icrisat, Bangalora,India.
- 31- Von Oppen, M. (1978):** Agricultural Marketing and Aggregate Productivity: A Dimension to be Added to Agricultural Market Research, Economic Program Discussion paper 3, Icrisat, India.

- 31- Wilshire, W. (1994):** Honey Marketing 1994 and Beyond, Australian Bee Journal,75:10.
- 32- Wilshire, W. (1990):** Honey Marketing, Past, Present and Future, Australian BeeKeeper, 91:12.