Distribution: Restricted | EB 2004/83/R.18/Rev.1 | 2 December 2004
Original: English | البند 11(ب)(i) من جدول الأعمال | Arabic

الصندوق الدولي للتنمية الزراعية

المجلس التنفيذي – الدورة الثالثة والثمانون

روما، 1-2 ديسمبر/كانون الأول 2004

تقرير رئيس الصندوق وتوصيته إلى المجلس التنفيذي

بشأن قرض مقترح تقديمه إلى

جمهورية إثيوبيا الاتحادية الديمقراطية

من أجل

برنامج تحسين التسويق الزراعي

بسبب قيود الموارد والاهتمامات البيئية تصدر وثائق الصندوق بكميات محدودة.
ويرجى من السادة المندوبين إحضار وثائقهم معهم إلى الاجتماعات وتقييد طلب النسخ الإضافية.

المحتويات

معادلات العملة iii

الموازين والمقاييس iii

خريطة منطقة البرنامج iv

موجز القرض v

موجز البرنامج vi

الجزء الأول – الاقتصاد والظروف القطاعية واستراتيجية الصندوق 1

ألف – الاقتصاد وقطاع التسويق الزراعي 1

باء – الدروس المستفادة من تجربة الصندوق السابقة 3

جيم – استراتيجية الصندوق في تعاونه مع إثيوبيا 4

الجزء الثاني – البرنامج 6

ألف – منطقة البرنامج والمجموعة المستهدفة 6

باء – أهداف البرنامج ونطاقه 7

جيم – عناصر البرنامج 7

دال – التكاليف والتمويل 8

هاء – التوريد، والصرف، والحسابات ومراجعتها 11

واو – التنظيم والإدارة 11

زاي – المبررات الاقتصادية 12

حاء – المخاطر 13

طاء – الأثر البيئي 13

ياء – السمات الابتكارية 14

الجزء الثالث – الوثائق القانونية والسند القانوني 14

الجزء الرابع – التوصية 14

الملحق

موجز الضمانات التكميلية الهامة المدرجة في اتفاقية القرض المتفاوض بشأنها 15

الذيول

		الصفحة
الذيل الأول:	البيانات القطرية	1
الذيل الثاني:	قروض الصندوق السابقة في إثيوبيا	2
الذيل الثالث:	الإطار المنطقي	3
الذيل الرابع:	مخطط تنظيمي	6

معادلات العملة

وحدة العملة	=	بير
1.00 دولار أمريكي	=	8.70 بير
1.00 بير	=	0.12 دولار أمريكي

الموازين والمقاييس

1 كيلوغرام	=	2.204 رطل
1 000 كيلوغرام	=	1 طن متري
1 كيلومتر	=	0.62 ميل
1 متر	=	1.09 ياردة
1 متر مربع	=	10.76 قدم مربع
1 آكر	=	0.405 هكتار
1 هكتار	=	2.47 آكر

حكومة جمهورية إثيوبيا الاتحادية الديمقراطية

السنة المالية

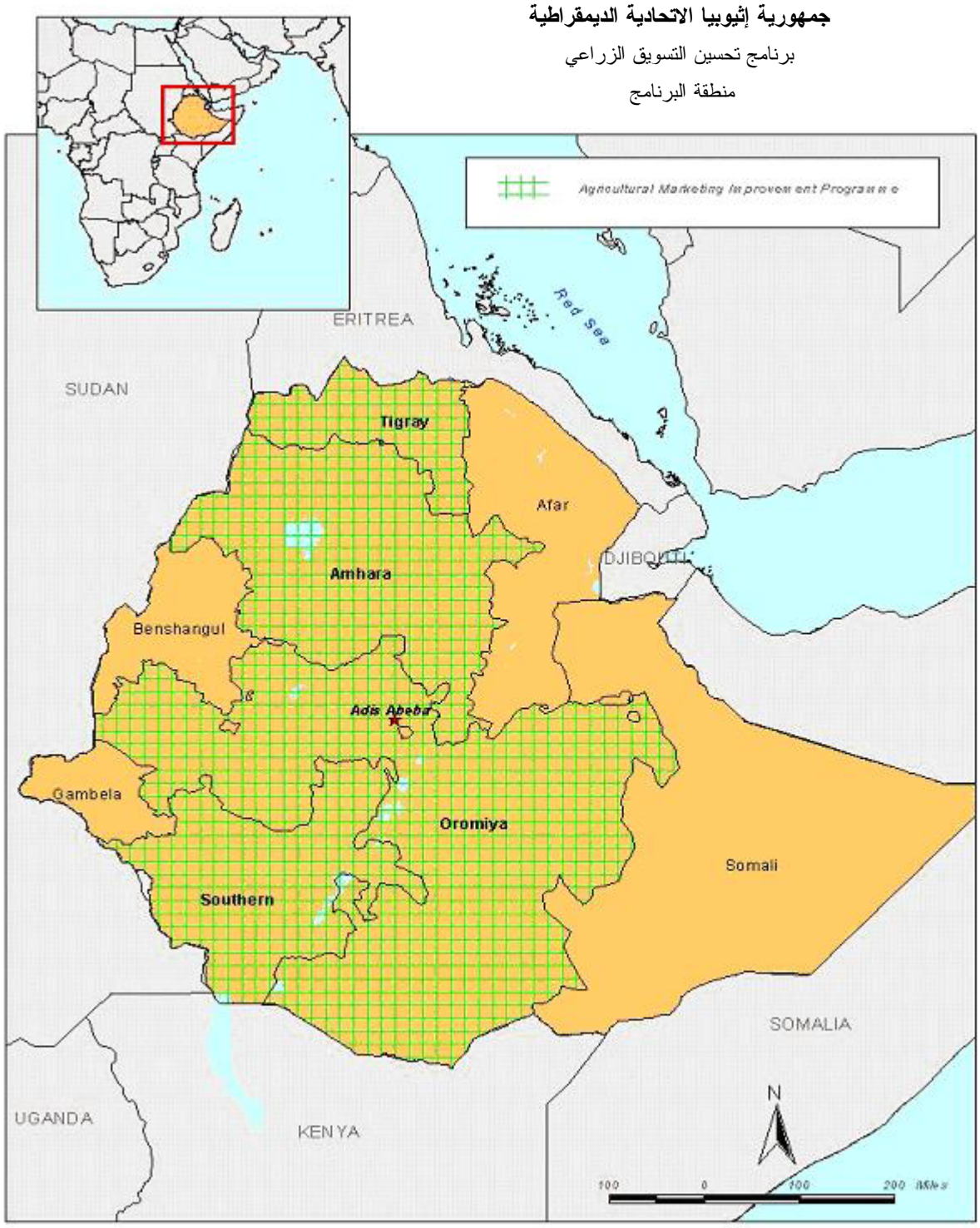
7 يوليو/تموز – 6 يوليو/تموز

خريطة منطقة البرنامج

جمهورية إثيوبيا الاتحادية الديمقراطية

برنامج تحسين التسويق الزراعي

منطقة البرنامج



إن التصميمات المستخدمة وطريقة عرض المواد في هذه الخريطة لا تعني التعبير عن أي رأي كان من جانب الصندوق فيما يتعلق بترسيم الحدود أو التخوم أو السلطات المختصة بها.

جمهورية إثيوبيا الاتحادية الديمقراطية

برنامج تحسين التسويق الزراعي

موجز القرض

المؤسسة التي تعود إليها المبادرة:	الصندوق الدولي للتنمية الزراعية
المقترض:	جمهورية إثيوبيا الاتحادية الديمقراطية
الوكالة المنفذة:	وزارة الزراعة والتنمية الريفية والحكومات الإقليمية لأمهرة، وأوروميا، وتيغري، ومنطقة الأمم والقوميات والشعوب الجنوبية
التكلفة الكلية للبرنامج:	35.1 مليون دولار أمريكي
قيمة القرض الذي يقدمه الصندوق:	18.2 مليون وحدة حقوق سحب خاصة (ما يعادل 27.2 مليون دولار أمريكي تقريبا)
شروط القرض الذي يقدمه الصندوق:	40 سنة، بما في ذلك فترة سماح مدتها عشر سنوات، ويتحمل رسم خدمة بواقع ثلاثة أرباع الواحد في المائة (0.75%) في السنة
مساهمة المقترض:	7.9 مليون دولار أمريكي
المؤسسة المكلفة بالتقدير:	الصندوق الدولي للتنمية الزراعية
المؤسسة المتعاونة:	مكتب الأمم المتحدة لخدمات المشاريع

موجز البرنامج

من هم المستفيدون؟ يشكل المستفيدون من برنامج تحسين التسويق الزراعي من الأسر الريفية التي تعيش معظمها في مناطق تنتج فائضاً من الحبوب والبن، بالإضافة إلى المناطق التي تعاني من انعدام الأمن الغذائي في إثيوبيا. وإذ يبلغ متوسط الدخل القومي للفرد 0.30 دولار أمريكي في اليوم، فهذا يعني أن معظمهم لا يستطيعون الحصول على وجبة تعادل 200 2 كالوري، أوصت بها منظمة الصحة العالمية. وتتصف االأسر المستفيدة بارتفاع عدد حالات التقزُّم بين الأطفال بسبب سوء التغذية، وتزداد حالتها تعقيداً بارتفاع نسبة وفيات الأطفال الرضَّع البالغة 112 وفاة من كل 000 1 مولود حي. وإمكانية وصولها إلى الخدمات الاجتماعية، كالطرق الريفية، والعناية الصحية الأولية، والتعليم وماء الشرب المأمون إمكانية محدودة. يبلغ متوسط حجم الأسرة المستفيدة 5.2 أفراد. و20% من الأسر المستفيدة ترأسها امرأة.

لماذا هم فقراء؟ يمكن أن يُعزى تفشّي الفقر بين الأسر المستفيدة إلى ضعف نظام التسويق الزراعي وعدم كفايته، فقد فشل مراراً وتكراراً في تدبير أمر الفائض من إنتاج الحبوب؛ وانخفاض الأسعار الدولية للبن؛ وارتفاع نسبة الفاقد بعد الحصاد إذ تكاد تصل إلى 30 في المائة؛ وقلة تطوير شبكات النقل والاتصالات وارتفاع تكاليف النقل والتسويق ارتفاعاً هائلاً؛ وتكرار حدوث القحط الناتج عن تكرُّر حالات الجفاف تكرُّراً متزايداً؛ ونظم الإنتاج البعلي، التي تغلب عليها قلة المدخلات وقلة المخرجات؛ وصغر مساحة المزرعة (هكتار واحد في المتوسط)؛ ومحدودية إمكانية الوصول إلى خدمات الدعم الأساسية، بما في ذلك الري، والخدمات المالية، وتحسين مدخلات المزارع؛ والتدهور البيئي؛ وضغط السكان وارتفاع نسبة المَعولين؛ وقلة فرص إدرار الدخل البديل.

ما الذي سيفعله البرنامج لهم؟ بتحسين القدرة الوطنية على تحليل السياسات وصياغة الاستراتيجيات لتسويق المنتجات الزراعية، سوف يسهم البرنامج في استقرار أسعار الحبوب المحلية، على مدار السنة وفيما بين كل سنتين، وهذا أمر ضروري جداً لتشجيع أغلبية المزارعين أصحاب الحيازات الصغيرة على زيادة الإنتاج، وبذلك المحافظة على دخل الأسرة وزيادته. ولما كانت الحبوب هي الغذاء الرئيسي فإن تثبيت الأسعار يمكن أن يترجَمَ إلى تحسين الأمن الغذائي للأسر وتقليل نسبة الفقر لدى الأسر المنخفضة الدخل، في المناطق الريفية والحضرية على السواء، التي تعتبر مشترية صافية للغذاء. ومن شأن اعتماد تحسين تكنولوجيات التحضير، والتخزين والنقل، بالاقتران مع تحسين التصنيف والمعايير، أن يقلل الفاقد من المحاصيل في مرحلة ما بعد الحصاد، وزيادة المردود للمزارعين. ومن شأن إنشاء بورصة للبن وإعلان أسعارٍ للبن بطريقة بيع السَّلَم، يسيطر عليها أصحاب المصالح مجتمعين، وتطبيق نظام لا مركزي على المناطق التي تحضِّر البن وتسوِّقُهُ وتزرعه، أن يزيد السعر الذي يأخذه المزارعون أصحاب الحيازات الصغيرة لقاء بُنِّهِم، بتشجيعهم على تحسين الجودة وتقليل تكاليف التسويق للوحدة، بينما يمكِّن المنتجين من استغلال مكانهم في سوق البن العضوي الإثيوبي في الأسواق الدولية.

كيف سيشارك المستفيدون في البرنامج؟ استناداً إلى الدراسات الاستقصائية المخططة على مستوى القاعدة وتقديرات الاحتياجات التدريبية، سيقوم البرنامج بتمكين المستفيدين تمكيناً فعالاً من التعامل مع فرص السوق الناشئة واستغلالها. وستتم توعية المزارعين وتدريبهم، في جملة أمور، على إدارة المحاصيل في مرحلة ما بعد الحصاد، بما في ذلك اعتماد تكنولوجيات محسنة للتحضير والتخزين والنقل؛ والحصول على المعلومات الاستخبارية عن السوق واستخدامها؛

وأهمية التصنيف والمعايير وجودة المنتجات؛ وديناميات التنظيم والمجموعات؛ وإدارة المؤسسات التجارية؛ والمساومة الجماعية؛ والتعاقد؛ ونظام إيصالات المستودعات؛ وديناميات فيروس نقص المناعة البشرية/متلازمة العوز المناعي المكتسب في التسويق الزراعي. وستتم أيضاً توعية المستفيدين بأهمية تجميع المنتجات بغية الحصول على ميزة نسبية لدى التعامل مع الأسواق من خلال العضوية في جمعيات وتعاونيات وشركات مساهمة، رسمية وغير رسمية، إلخ. وستوفر دورات التدريب للمستفيدين محفلاً للدعوة إلى تحسين اللوائح التجارية وقوانين الضرائب وإجراءات الترخيص. ولا تقل عن ذلك أهميةً مشاركةُ الأسر في تصميم أسواق الجمعيات الريفية وتطويرها وتشغيلها، وكذلك في تنفيذ الاستثمارات لتحسين إدارة المحاصيل بعد الحصاد.

تقرير رئيس الصندوق وتوصيته إلى المجلس التنفيذي
بشأن قرض مقترح تقديمه إلى
جمهورية إثيوبيا الاتحادية الديمقراطية
من أجل
برنامج تحسين التسويق الزراعي

أعرض هذا التقرير والتوصية التالية له بشأن قرض مقترح تقديمه إلى جمهورية إثيوبيا الاتحادية الديمقراطية بما قيمته 18.2 مليون وحدة حقوق سحب خاصة (بما يعادل 27.2 مليون دولار أمريكي تقريبا) بشروط تيسيرية للغاية للمساعدة في تمويل برنامج تحسين التسويق الزراعي. ويكون أجل القرض 40 سنة، بما في ذلك فترة سماح مدتها عشر سنوات، ويتحمل رسم خدمة بواقع ثلاثة أرباع الواحد في المائة (0.75%) في السنة. ويتولى مكتب الأمم المتحدة لخدمات المشاريع إدارة القرض باعتباره المؤسسة المتعاونة مع الصندوق.

الجزء الأول – الاقتصاد والظروف القطاعية واستراتيجية الصندوق[1]

ألف – الاقتصاد وقطاع التسويق الزراعي

1 - يبلغ عدد سكان إثيوبيا 68 مليون نسمة، وهي بذلك ثاني أكبر بلد في إفريقيا جنوبي الصحراء بعدد السكان. وهي كذلك من أفقر البلدان في العالم، إذ يبلغ متوسط الناتج المحلي الإجمالي فيها 90 دولاراً أمريكياً للفرد. وقد احتلت إثيوبيا المركز 170 من أصل 177 بلداً على مؤشر التنمية البشرية لعام 2004. ومنذ عام 1992/1991 والحكومة تقوم بإجراء إصلاحات مؤسسية وسياساتية تهدف إلى تحويل البلد من اقتصاد مخطط إلى اقتصاد السوق. ونتيجة لهذه الإصلاحات سجل الناتج المحلي الإجمالي نموا مقداره 5.8% في السنة في المتوسط خلال العقد المنتهي في عام 2001/2000. ويسيطر إنتاج الحبوب والبن على القطاع الزراعي الذي يمثل 45% من الناتج المحلي الإجمالي. والزراعة هي المصدر الرئيسي للعمل والدخل لنحو 85% من السكان. وهي كذلك المصدر الرئيسي لحصيلة الصادرات والمواد الخام للقطاع الصناعي. في السنوات الأخيرة انخفضت مساهمة البن في حصيلة الصادرات بنحو 50% نتيجة لتدني الأسعار في السوق العالمية. ويعزى انخفاض معدل نمو الناتج المحلي الزراعي، الذي يقدر بنحو 2.6% في السنة، ولم يكد يواكب معدل نمو السكان، إلى عدم فعالية نظام التسويق الزراعي وعدم كفاءته، وارتفاع مقدار الفاقد بعد الحصاد، وقلة تطور شبكات النقل والاتصالات، والجفاف، وتكنولوجيات الإنتاج التي يسيطر عليها انخفاض المدخلات وانخفاض المخرجات، ومحدودية إمكانيات حصول الأسر الريفية على خدمات الدعم، والتدهور البيئي. ونظراً إلى التقلبات الواسعة للإنتاج الزراعي الناتجة عن الجفاف، توجد تقلبات كبيرة في معدل نمو الناتج

[1] لمزيد من المعلومات أنظر الذيل الأول.

المحلي الإجمالي من سنة إلى أخرى. وقد انخفض هذا المعدل من 7.7% في عام 2001 إلى 1.9% في عام 2002 وإلى –3.9% في عام 2003.

2 - ويعيش نحو 44% من السكان تحت خط الفقر الوطني. وتوجد فوارق واضحة بين المناطق الريفية والمناطق الحضرية. غير أن انخفاض معادل جيني، البالغ 0.26%، يعني أن دخول الأسر الريفية تكاد تكون موزعة بالتساوي. ويحصل 24% فقط من السكان على ماء الشرب المأمون، و15% فقط على مرافق التصحاح المناسبة. وتبلغ نسبة الوفيات بين الأطفال الرضَّع 112 وفاة من بين كل 000 1 مولود حي، وهذه نسبة عالية. والنسبة الإجمالية لالتحاق الأطفال بالمدارس الابتدائية منخفضة، إذ تبلغ 64%؛ ومتوسط العمر المتوقع عند الولادة منخفض أيضاً، إذ يبلغ 42 سنة، وهو آخذ بالانخفاض نتيجة لتفشي فيروس نقص المناعة البشرية/متلازمة العوز المناعي المكتسب (الإيدز). وتقدر نسبة البالغين المصابين بالفيروس بـــ 4.4 في المائة. وقد بدأت الحكومة فعلاً – بدعمٍ قوي من شركائها في التنمية – تنفيذ برنامج استثماري كبير لتقليل انتشار فيروس نقص المناعة البشرية/الإيدز، وتخفيف حدة هذا الوباء ومساعدة الأسر الريفية على التغلب على آثاره الاقتصادية والاجتماعية.

3 - وكانت الاستراتيجيات والسياسات وبرامج الاستثمار العامة، حتى وقت قريب، تركِّز بصورة رئيسية على زيادة الإنتاج الزراعي. ولم تُعِر انتباهاً يُذكر للتسويق الزراعي. وللقضاء على هذا النقص أعادت الحكومة مؤخراً تشكيل مؤسساتها الرئيسية بحيث أصبحت جميع أنشطة الإنتاج الزراعي والتسويق الزراعي من مسؤولية وزارة الزراعة والتنمية الريفية. وكان الهدف من وراء ذلك تحسين أداء الأسواق الزراعية لإدامة الدخول الحقيقية للأسر الريفية، بتثبيت الأسعار المحلية للحبوب على مدار السنة وفيما بين كل سنة وأخرى.

4 - **تسويق الحبوب.** أدت الإصلاحات الاقتصادية التي اضطلعت بها الحكومة خلال العقد إلى تخفيض دور الحكومة في تسويق المنتجات الزراعية تخفيضاً كبيراً. غير أن القطاع الخاص ما زال ضعيفاً، لا سيما في المناطق الريفية، حيث تتفاقم المشاكل بسبب رداءة البنى التحتية، وارتفاع تقلبات شروط التبادل التجاري، وارتفاع تكاليف المعاملات، وقلة المعلومات عن الأسواق، وعدم كفاية تطور الخدمات المالية. ونظراً إلى صغر مساحات المزارع الفردية، وسيطرة التوجُّه الكفافي للزراعة، وصغر المقادير التي يُتَّجَر بها عادة على مستوى الأسرة ومستوى القرية، سيكون من الأهمية بمكان تعزيز تعامُل المزارعين أصحاب الحيازات الصغيرة مع الأسواق. يُباع كل سنة ما يتراوح بين مليوني طن وثلاثة ملايين طن من الحبوب سنوياً، أي ما يعادل 20% أو30% من مجموع الإنتاج. ومع أنه لا يوجد استيراد تجاري يذكر للحبوب إلى إثيوبيا، يتم استيراد كميات كبيرة على شكل معونة غذائية، بلغ مقدارها 000 561 طن في عام 2002، و1.5 مليون طن في عام 2003. ولا يمكن التقليل من أهمية المعونة الغذائية في إنقاذ أرواح ملايين الناس المصابين بانعدام مزمن للأمن الغذائي أو المتأثرين بالقحط الناتج عن الجفاف. غير أن زيادة واردات المعونة الغذائية يمكن أن يكون لها أثر قاسٍ على مستوى المزرعة، لا سيما في السنوات التي يوجد فيها فائض في الإنتاج، وتكون الأسعار منخفضة جداً، وتكون هذه الآثار كارثية على الدخول الحقيقية للمزارعين.

5 - ومن شأن ترشيد توريد المعونة الغذائية أن يساعد على استقرار أسعار الحبوب بطريقة تصون الدخول الحقيقية وتشجع المزارعين أصحاب الحيازات الصغيرة على الاستثمار في تكنولوجيات الإنتاج المحسنة. وبالنظر إلى نمو السكان البالغ 2.7% سنويا توجد حجة قوية للتوسع في إنتاج الحبوب في إثيوبيا. وقد اعتُرِف بذلك في إطار برنامج

التنمية المستدامة والحد من الفقر، حيث يُتصوَّر أن القطاع الزراعي يجب أن ينمو بواقع 5% في السنة لتقليل الفقر تقليلاً ملحوظاً في عام 2015. وهذا ينطوي على ضرورة كون أسعار الحبوب قابلة للتنبؤ بها لكي يقوم المزارعون أصحاب الحيازات الصغيرة بزيادة إنتاجهم وتشجيع تجار القطاع الخاص على الموازنة المكانية لمشترياتهم.

6 - **تسويق البن.** يأتي أكثر من 95% من البن العربي البالغ إنتاجه في إثيوبيا أربعة ملايين كيس سنوياً من نحو 800 000 من المزارعين أصحاب الحيازات الصغيرة. ومع أن الإنتاجية منخفضة، حقق البن الإثيوبي مكاناً له في الأسواق العالمية. ويُستهلك محلياً نحو 50% من مجموع الإنتاج. ويصدَّر البن في مزادات علنية تعقد في أديس أبابا وفي ديري داوا، التي توجد فيها أكبر قدرة على تجفيف قشور البن الأخضر وتنظيفه وفرزه. غير أن عدداً محدوداً من الجمعيات التعاونية حصل على رخص لتصدير البن مباشرة دون المرور بالمزادات. وعملت الحكومة على زيادة مردودات صغار المزارعين بإعدادها خطة لتنمية البن وتسويقه، تدعو إلى زيادة الإنتاج مع تحسين الإدارة، وتحسين فرز النوعيات، والتحول على نطاق كبير من التجفيف بأشعة الشمس إلى غسل البن، بغية الحصول على أسعار عالية إلى درجة كبيرة في الأسواق العالمية. وتدعو الخطة أيضاً إلى إصلاح مرافق التحضير بعد الحصاد، بما في ذلك رفع مستوى المرافق القائمة لقشر حبوب البن الجافة، وتطبيق اللامركزية تدريجياً بتحويل مراقبة الجودة وتحضير الصادرات إلى المناطق التي تنتج البن بغية تقليل تكاليف المعاملات والمناولة.

باء – الدروس المستفادة من تجربة الصندوق السابقة

7 - ستواصل الوكالات الحكومية ووكالات القطاع العام في إثيوبيا القيام بدور بارز في التنمية الريفية حتى المستقبل القريب. ومن الدروس الرئيسية المستفادة أن الدمج المبكر والتام لتنسيق البرنامج وإدارته وترتيبات تنفيذه في إطار مؤسسي لا مركزي أمر ضروري جداً للنجاح ولاستدامة الاستثمارات ذات الصلة. وتضمن هذه الترتيبات، بالإضافة إلى تعزيز الملكية المحلية، الاتساق مع الاستراتيجيات والسياسات العامة بطريقة تكمل البرامج الاستثمارية لجهات مانحة أخرى. وتوفر أيضاً برنامجاً مفيداً لبناء القدرات المحلية العارفة بالقدرات المؤسسية المتفاوتة في تجهيزها واستعدادها على الصعيدين الإقليمي والمحلي.

8 - والدرس الهام الثاني المستفاد هو أن الاستقرار السياسي والحكم الصالح مطلبان ضروريان جداً لمشاركة الأسر المستفيدة مشاركة فعلية في التخطيط والتنفيذ. وملكية المستفيدين لاستثمارات البرنامج ليست أمراً ممكناً فحسب، لكنها شرط ضروري للاستدامة. ومن الواضح أن الإطاحة *بنظام ديرغ* وما تبعها من إلغاء تعاونيات المنتجين "الجماعية" مهدا السبيل لإنشاء منظمات مملوكة ملكية فردية وقاعدتها المجتمع المحلي. فتمكين المجتمع المحلي رُكنٌ هام من أركان أساس الحكم الصالح، والدعوة إلى تحقيق مصالح الفقراء، والمساومة الجماعية.

9 - ثالثاً، تدل التجربة على أن في إمكان الصندوق أن يؤثر في توجيه الاستراتيجيات والسياسات والموارد العامة توجيهاً حكيماً لما فيه مصلحة الفقراء الريفيين في بيئة قطرية كإثيوبيا، حيث الاستثمارات العامة بالضرورة كبيرة نسبياً. وأدى تعاون الصندوق مع الحكومة ومع المعهد الدولي لبحوث سياسات الأغذية، في إجراء استعراض شامل للتسويق الزراعي، إلى إقامة ندوة مفيدة للمناقشة القائمة على علمٍ حول الدور الهام الذي ينبغي أن يؤديه نظام تسويق زراعي فعال وكفء في الحد من الفقر الريفي.

جيم – استراتيجية الصندوق في تعاونه مع إثيوبيا

سياسة إثيوبيا من أجل استئصال الفقر

10 - الأهداف الأساسية للحكومة، كما هي مكرسة في برنامج التنمية المستدامة والحد من الفقر، هي الحد من الفقر مع المحافظة على استقرار الاقتصاد الكلي، ببناء اقتصادٍ قائم على السوق الحرة يستند إلى أربعة أعمدة رئيسية هي: (أ) التصنيع القائم على التنمية الزراعية؛ (ب) إصلاح نظام القضاء والخدمة المدنية؛ (ج) تطبيق اللامركزية والتمكين؛ (د) بناء القدرة المؤسسية في القطاعين العام والخاص. برنامج التنمية المستدامة والحد من الفقر يعكس اعترافاً بأنه يجب تحسين أداء القطاع الزراعي تحسناً كبيراً إذا ما أريد لإثيوبيا أن تحقق الأهداف الإنمائية للألفية في موعد لا يتجاوز عام 2015. وتحمل التغييرات التي أُدخلت مؤخراً على حقوق استخدام الأرض بشائر بزيادة الإنتاج الزراعي على أساس تجاري. ويهدف برنامج إصلاح الخدمة المدنية إلى ضمان الكفاءة والفعالية في توريد الخدمات العامة دعماً للنمو الاقتصادي النشيط.

11 - وتعترف الحكومة اعترافاً تاماً بحدة انعدام الأمن الغذائي وكونه مزمناً. وبالاتفاق مع شركائها في التنمية، عملت على تنفيذ برنامج "شبكات أمان" ليساعد هيكلياً نحو خمسة ملايين نسمة على الخروج من ربقة عملية نداء المعونة الغذائية، بإدخال نظامٍ للدعم النقدي بدلاً من المعونة الغذائية. لذلك، يمكن لهذا البرنامج أن يزيد الطلب على مشتريات الحبوب المحلية وتشجيع القطاع الخاص على الاستثمار في التسويق الزراعي. ومن شأنه أيضاً أن يقلل مقدار المعونة الغذائية المستوردة وبذلك يسهم في تحقيق استقرار الأسعار المحلية للحبوب.

أنشطة الجهات المانحة الأخرى في مجال استئصال الفقر

12 - أدى ازدياد تكرر حالات القحط الناتج عن الجفاف إلى جعل جهات مانحة ومنظمات غير حكومية تصبح جهات فاعلة هامة في تسويق الحبوب في إثيوبيا. فمنذ عام 2000، زادت بعض وكالات المعونة مشترياتها من مصادر محلية. غير أن الجهات المانحة كانت تاريخياً تركِّز على استيراد المعونة الغذائية وتسليمها، دون أن تولي كبير انتباه، إن أولت على الإطلاق، لتعزيز الإطار المؤسسي لتسويق السلع الزراعية المنتجة محلياً على أساس تجاري. وفي عام 2003 وحده، قدمت الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية معونة غذائية بأكثر من 500 مليون دولار أمريكي بينما قدمت 5 ملايين دولار أمريكي لتمويل التنمية الزراعية.[2] ودعم الاتحاد الأوروبي، والحكومة الفرنسية نظام معلومات السوق الذي تديره المؤسسة الإثيوبية لتجارة الحبوب. ودعم الاتحاد الأوروبي أيضاً تحسين الطرق باعتباره جزءاً لا يتجزأ من مساعدته لصناعة البن.

13 - الاستعدادات جارية في مرحلة متقدمة لمشروع بناء القدرات الريفية الذي تموله المؤسسة الإنمائية الدولية لبناء القدرات وتوسيع نطاق خدمات الإرشاد الزراعي الوطنية. ويقوم البنك الدولي ومجموعة من الشركاء في التنمية بدعم مشروع تنمية قطاع الطرق الإثيوبي لمدة 10 سنوات، الذي يهدف إلى تقليل نسبة الأراضي الزراعية التي تبعد أكثر من مسيرة نصف يوم عن طريق صالح للسفر في جميع الظروف المناخية من 75 في المائة، وهي النسبة الحالية، إلى

[2] الوكالة الأمريكية للتنمية الدولية، "كسر حلقة أزمات الأغذية: منع القحط في إثيوبيا"، مايو/أيار.

70 في المائة. وقدمت منظمة الأمم المتحدة للتنمية الصناعية دعماً محدوداً لوزارة الزراعة والتنمية الريفية في تدريب المزارعين أصحاب الحيازات الصغيرة، لا سيما النساء، على ديناميات الجماعة وتكنولوجيات التصرُّف بعد الحصاد، وتكنولوجيات النقل المحسنة. وبدعم كبير من الجهات المانحة (بما في ذلك الصندوق العالمي)، وضعت الحكومة إطاراً استراتيجياً للاستجابة الوطنية لفيروس نقص المناعة البشرية/متلازمة العوز المناعي المكتسب، التي تهدف إلى تخفيض انتشار المرض ومساعدة الأُسر المنكوبة على التغلُّب على آثاره الاقتصادية–الاجتماعية.

استراتيجية الصندوق في إثيوبيا

14 - تدعو وثيقة الفرص الاستراتيجية القطرية التي وضعها الصندوق إلى دعم برامج الاستثمار التي يكون لها أكبر أثر على زيادة الأمن الغذائي الأسري ودخل الأسرة زيادة مطَّردة. وتهدف الاستراتيجية القطرية، تمشِّياً مع البرنامج الإثيوبي للتنمية المستدامة والحد من الفقر، إلى تحسين إمكانيات وصول الأسر الريفية الفقيرة إلى ما يلي: (أ) الموارد الطبيعية المنتجة؛ (ب) الري؛ (ج) الخدمات المالية الموثوقة؛ (د) تكنولوجيات الإنتاج المحسنة؛ (هـ) الأسواق؛ (و) البنى التحتية الاجتماعية التكميلية. ويشمل الدعم المستمر الذي يقدمه الصندوق ما يلي: (أ) إنتاج ونشر تكنولوجيات الإنتاج الزراعي المحسنة بطريقة تشاركية بموجب مشروع البحث والتدريب الزراعيين؛ (ب) زيادة إمكانيات وصول الأُسر الريفية إلى الخدمات المالية الموثوقة بموجب برنامج الوساطة المالية الريفية؛ (ج) تطوير نُظم ري صغيرة يملكها ويديرها المزارعون أنفسهم، بموجب البرنامج القطري الخاص؛ (د) تحسين أحوال معيشة المجتمعات الرعوية، بموجب مشروع تنمية المجتمعات الرعوية؛ (هـ) التوريد الفعال للخدمات الاجتماعية الأساسية، بموجب مشروع الإقليم الجنوبي لتنمية التعاونيات والائتمان. أظهرت هذه البرامج الاستثمارية أن أصحاب الحيازات الصغيرة راغبون في تحمُّل المخاطر لتلبية احتياجات الأسر إلى الأمن الغذائي قبل أن يوسعوا الإنتاج استجابةً لفرص السوق. وكذلك، أكدت هذه البرامج من جديد رغبة المجتمعات الريفية في المساهمة والمشاركة النشطة في البرمجة والتنفيذ كأعضاء في مجموعات المزارعين للبحوث، وجمعيات مستخدمي المياه، ومجموعات أو جمعيات التوفير والتسليف الريفية.

الأساس المنطقي للبرنامج

15 - يدرك الناس بوجه عام أن الأسواق التي تتحلى بالكفاءة والقدرة على المنافسة هي أفضل ترتيبات مؤسسية لضمان اتخاذ القرارات المُثلى المتعلقة بالإنتاج والاستهلاك. ولا يمكن أن يُترك نظام كهذا على مستوى التنمية الحالي للبلد لكي يتطور بنفسه كليةً. فالقطاعان العام والخاص كلاهما ما زالا غير مؤهلين للاستجابة الفعالة للطلبات التي يقدمها اقتصاد السوق والفرص التي يوجدها. وثمة التزام قوي من جانب الحكومة بتحسين أداء الأسواق الزراعية. ويوفر برنامج تحسين التسويق الزراعي المقترح لأصحاب المصلحة وسيلة مفيدة لتحقيق ما يلي: (أ) تعزيز قدرة المؤسسات على تحليل السياسة العامة وصياغة الاستراتيجية؛ (ب) تحسين قدرة الحكومة على تيسير إمدادات المعونة الغذائية دعماً لسياسة تسعير تصون الدخول الحقيقية لأصحاب الحيازات الصغيرة؛ (ج) وضع إطار لتنظيم تسويق المنتجات تنظيماً فعالاً.

16 - وتسويق المنتجات الزراعية في إثيوبيا غير متطور وهو عرضة لتأثير تقلبات واسعة في العرض. وقد عانى قطاع البن الفرعي كثيراً من استمرار انخفاض الأسعار الدولية، وارتفاع تكاليف المعاملات، وتضاؤل اهتمام

المزارعين، ويعود جانب من السبب في ذلك إلى انخفاض الأسعار. ولم تستفد صناعة البن الإثيوبية من أنواع البن الإثيوبي الخاصة في الأسواق الدولية، وذلك لعدم توفُّر الكفاءة على مستويات متعاقبة من سلسلة التسويق. وبتحسين فعالية تسويق المنتجات الزراعية وكفاءته، سيقوم برنامج تحسين التسويق الزراعي إلى حد كبير بما يلي: (أ) تكملة المبادرات الناشئة لزيادة جاذبية البن الإثيوبي؛ (ب) تعزيز إمكانيات وصول أصحاب المصالح إلى تحسين تكنولوجيات التحضير بعد الحصاد، والنقل والتخزين؛ (ج) تحسين فرص التوازن عبر الزمن في أسعار الحبوب؛ (د) تقليل تكاليف المناولة والمعاملات وزيادة مردودات المزارعين أصحاب الحيازات الصغيرة.

17 - وأدى تكرار الفشل في التسويق إلى وجود حلقة مفرغة. فزيادة إنتاج محاصيل الحبوب تؤدي إلى صعوبات في التخزين والتسويق. وانخفاض الأسعار التي تعود على المنتجين يتبعها انخفاض في الإنتاج، مما يؤدي إلى حالات نقص الأغذية على نطاق واسع وزيادة في الطلب على المعونة الغذائية. وتوحي هذه الظواهر بقوةٍ بأن أصحاب الحيازات الصغيرة يستجيبون للطلب. ولذلك، من شأن تطوير نظام تسويق فعال وكفء أن ينشط النمو الاقتصادي بإنصاف نظراً إلى كون أغلبية السكان مزارعين أصحاب حيازات صغيرة.

18 - وشجعت الحكومة، وهي محقَّةٌ في ذلك، المزارعين أصحاب الحيازات الصغيرة على استخدام مدخلات مزارع محسَّنة بغية زيادة الإنتاج والأمن الغذائي للأُسر. وأبدى المزارعون أصحاب الحيازات الصغيرة استعدادهم للاستجابة لهذا التحدي. لذلك، من الأهمية بمكان أن يزيد سعر الحبوب في المزرعة على تكلفة إنتاجها من قبل المزارعين الأكفاء. ونظراً إلى ارتفاع تكاليف النقل، فإثيوبيا ليست متصلة اتصالاً جيداً بالأسواق العالمية للحبوب. والسوق المحلية هي التي تحدد أسعار الحبوب وهي سوق صغيرة وهشَّة. وسوف تقوّي الاستثماراتُ بموجب برنامج تحسين التسويق الزراعي قدرة الحكومة على القيام بقوةٍ بتحليل أسواق الحبوب وصياغة استراتيجيات وسياسات توفر حوافز مناسبة للمزارعين أصحاب الحيازات الصغيرة.

الجزء الثاني – البرنامج

ألف – منطقة البرنامج والمجموعة المستهدفة

19 - **منطقة البرنامج**. على الرغم من أن نطاق أنشطة البرنامج الرئيسية هو نطاق وطني إلا أنه أخذ يركز أساسا على المناطق المنتجة للحبوب والبن ومناطق العجز الغذائي في البلاد. وتحقق مناطق فائض إنتاج الحبوب والبن نحو ثلثي إنتاج البلد من الحبوب وأكثر من 80% من الحبوب المُتاجر بها وأكثر من 95% من البن المنتج والمتاجَر به. ويباع معظم فائض الحبوب في المناطق الحضرية ومناطق العجز الغذائي. ولذلك يتيح التوسع في منطقة البرنامج أفضل فرصة للمشاركة الفعالة في السوق. وتضم المجموعة المستهدفة الأسر الريفية التي تعمل في مزارع يبلغ متوسط مساحتها هكتاراً واحداً، وهؤلاء هم مزارعو الكفاف الذين يقع دخلهم على مقربة من خط الفقر الوطني أو دونه. ويبلغ معامل جيني 0.26، ولذلك لا توجد فوارق كبيرة في الدخل بين الأسر. وسيحسِّن برنامج تحسين التسويق الزراعي، باستهدافه هذه الفئة، الأمنَ الغذائي الأسري ودخول شريحة كبيرة من السكان تعيش على دخل متوسِّطُه 0.30 دولار أمريكي للفرد في اليوم. وترأس النساء نحو 20% من الأُسر الواقعة في المقاطعات التي يغطيها البرنامج. لذلك ستُوجَّهُ

عناية خاصة لاحتياجات وأولويات النساء اللائي يعملن مزارعات أو تاجرات يبعن بالتجزئة. وسيكون ما لا يقل عن ثلث المستفيدين، الذين سيدرَّبون بموجب البرنامج، من النساء، وذلك اعترافاً بالدور الهام الذي تؤديه المرأة في التسويق الزراعي.

باء – أهداف البرنامج ونطاقه

20 – غاية البرنامج هي الحد من الفقر بصورة مستدامة وذلك بضمان الأمن الغذائي والدخل الحقيقي لأغلبية المزارعين أصحاب الحيازات الصغيرة وحمايتهما وزيادتهما. والهدف هو تحسين فعالية وكفاءة تسويق المنتجات الزراعية.

جيم – عناصر البرنامج

21 – يتألف البرنامج من ثلاثة عناصر هي: (أ) التنمية المؤسسية؛ (ب) تنمية البنية الأساسية التسويقية؛ (ج) تنسيق البرنامج وإدارته.

التنمية المؤسسية

22 – ستقوّي أنشطة البرنامج القدرات المؤسسية للتسويق الزراعي وقطاع المدخلات في وزارة الزراعة والتنمية الريفية بغية تحقيق ما يلي، في جملة أمور، تحقيقاً فعالاً: (أ) إجراء تحليل للسوق وصياغة السياسات والاستراتيجيات؛ (ب) إدارة جمع وتوزيع معلومات استخبارية دقيقة عن السوق في حينها؛ (ج) تنظيم ورصد التصنيف والمعايير؛ (د) تعزيز استثمارات القطاع الخاص في التسويق الزراعي. ولكي يتسنى سدُّ الفجوة الراهنة في القدرات المؤسسية على الفور، سيدعم البرنامج تعيين أخصائيين في التسويق الزراعي على درجة عالية من الخبرة والمؤهلات في وزارة الزراعة والتنمية الريفية، بالإضافة إلى تدريب نحو موظفين فنيين أثناء العمل على الصعيدين الاتحادي والإقليمي.

23 – يشكل تدريب الموظفين جزءاً هاماً جداً من بناء القدرة المؤسسية. وتخطط الحكومة لإتمام تقييم شامل لاحتياجات التدريب في القطاعين العام والخاص في موعد لا يتجاوز 31 ديسمبر/كانون الأول 2004. وسوف يدعم برنامج تحسين التسويق الزراعي تعيين منسِّق وطني للتدريب يشرف على إعداد وتنفيذ خطط التدريب الناتجة وتطوير مناهج ومواد التدريب بالتعاون مع الوحدات الإقليمية لتنسيق وإدارة البرنامج، ومقدمي الخدمات المحليين. وثمة دعم آخر على الصعيدين الوطني والإقليمي يشمل بعض التنقلات المحدودة بين الموظفين ومعدات المكاتب اللازمة. واعترافاً بالأهمية المتزايدة للمقاطعة باعتبارها جهة الاتصال في التخطيط والتنفيذ، سيتم تدريب نحو 400 خبير في التسويق الزراعي وموظف لتعزيز التعاون على مستوى المقاطعة تدريباً فعالاً لتنسيق أنشطة البرنامج على ذلك المستوى، واتخذت ترتيبات لتقديم دعم ملائم أيضاً لتنقلات محدودة بين الموظفين وتوفير معدات مكاتب ملائمة.

تنمية البنية الأساسية للتسويق

24 - لتعزيز تعامُل المزارعين أصحاب الحيازات الصغيرة مع الأسواق، سيدعم البرنامج تعيين منسقي تدريب إقليميين ليشرفوا على تدريب مندوبي التنمية ومساعدي تعزيز التعاون وتنظيم هذا التدريب ورصده. رهناً بتقديرات احتياجات التدريب، يرجَّح أن تشمل الدورات التدريبية للموظفين على مستوى المقاطعات، ومندوبي التنمية ومساعدي تعزيز التعاون مواضيع من قبيل ما يلي: (أ) وسائل الحصول على معلومات استخبارية عن السوق وتطبيقها؛ (ب) الجوانب الأساسية لتسويق السلع المحلية، لا سيما الحبوب والبن أو أي محاصيل نقدية ذات صلة في المنطقة؛ (ج) ديناميات المجموعات وأشكال بديلة للتنظيم ينبغي أن ينظر فيها المستفيدون لتحسن تعامُلهم مع الأسواق وشبكات التسويق؛ (د) أهمية مراقبة الجودة والتصنيف والمعايير في تسويق السلع؛ (هـ) الإدارة التجارية والمالية في تسويق السلع؛ (و) تكنولوجيات مرحلة ما بعد الحصاد؛ (ز) ديناميات التمايز بين الجنسين وفيروس نقص المناعة البشرية/متلازمة العوز المناعي المكتسب التي ينبغي النظر فيها في التسويق الزراعي وسيدرس ما يقرب من 18 000 مندوب تنمية ومساعد تعزيز التعاون في كليات التعليم والتدريب الفني والمهني أثناء فترة تنفيذ البرنامج.

25 - وسيدعم برنامج تحسين التسويق الزراعي أيضاً تقدير احتياجات التدريب للمزارعين وأعضاء الجمعيات والاتحادات التعاونية، والتجار الريفيين، وتجار الجملة، وأصحاب مؤسسات النقل، والحرفيين المحليين، مع إيلاء الانتباه الواجب لقضايا التمايز بين الجنسين. ورهناً بتقدير الاحتياجات، سيشمل تدريب المستفيدين، الذي سيبدأ بتوعية المجتمعات المحلية على مستوى القرية، ما يلي: أهمية التسويق الزراعي؛ التصنيف والمعايير؛ تنظيم الأسواق؛ الحصول على معلومات استخبارية عن السوق واستخدامها؛ أشكال منظمات التسويق؛ الفوائد التي يمكن أن تعود على مجموعات المنتجين والمسوِّقين؛ خيارات تكنولوجيا التخزين والتحضير والنقل خارج المزرعة؛ قضايا التمايز بين الجنسين وقضايا فيروس نقص المناعة البشرية/متلازمة العوز المناعي المكتسب في سياق التسويق الزراعي.

26 - **تكنولوجيا مرحلة ما بعد الحصاد في التسويق.** بالإضافة إلى ذلك سيدعم البرنامج الاستثمارات في مجال تحسين الإدارة بعد الحصاد لتجهيز المحاصيل والتخزين والنقل. وتمشيا مع اتجاهات اقتصاد السوق الحر، سيقوم تطوير البنية الأساسية للتسويق على أساس الطلب يدعمها اعتماد تجريبي تديره مؤسسات تمويل صغيرة واتحادات تعاونية تتفق وسياسات الصندوق في مجال التمويل الريفي والإجراءات التشغيلية المنشأة بموجب برنامج الوساطة المالية الريفية والجاري تنفيذه بقيادة الصندوق. وهذا الترتيب يضمن أيضا أن تكون هذه الاستثمارات جذابة ماليا لأصحاب المصلحة في سلسلة التسويق .

27 - **تنسيق البرنامج وإدارته.** ترد الأنشطة المخططة بموجب هذا العنصر من عناصر البرنامج في الفقرتين 32 و33 أدناه.

دال – التكاليف والتمويل

28 - يقدر مجموع تكاليف البرنامج، بما في ذلك الطوارئ، والرسوم والضرائب المتنازل عنها، بمبلغ 351 مليون دولار أمريكي. ويمثل نحو 90% من مجموع تكاليف البرنامج استثمارات لبناء القدرة المؤسسية وتحسين الإدارة بعد الحصاد. ويرد في الجدول 1 أدناه موجز تكاليف البرنامج بحسب عناصر البرنامج.

29 - سيمول البرنامج بقرض من الصندوق مقداره 27.2 مليون دولار أمريكي، أو 77.5% من مجموع التكاليف. وستقدم البلديات أو المستفيدون، نقداً أو عيناً ما يقرب من 1.3 مليون دولار أمريكي مساهمة في رفع مستوى أسواق المجمعات. وتمثل مساهمة الحكومة البالغة 7.9 مليون دولار أمريكي 22.5% من مجموع التكاليف. وترد خطة تمويل البرنامج بحسب العناصر في الجدول 2 أدناه.

الجدول 1: مجمل تكاليف البرنامج[أ]

(بآلاف الدولارات الأمريكية)

العناصر	عملة محلية	نقد أجنبي	المجموع	% من النقد الأجنبي	% من التكاليف الأساسية
ألف – التنمية المؤسسية					
– الاتحادية	297	463	759	61	2
– الإقليمية	1 562	1 173	2 735	43	8
– الروابط بين المزارعين والأسواق	1 513	722	2 235	32	7
المجموع الفرعي:	**3 372**	**2 357**	**5 729**	**41**	**17**
باء – البنية الأساسية للتسويق					
– الائتمان الخاص بإدارة ما بعد الحصاد	17 220	7 380	24 600	30	73
جيم – تنسيق البرنامج وإدارته					
– على الصعيد الاتحادي	790	501	1 291	39	4
– على الصعيد الإقليمي	1 522	655	2 177	30	6
المجموع الفرعي:	**2 313**	**1 155**	**3 468**	**33**	**10**
مجموع التكاليف الأساسية	**22 905**	**10 892**	**33 797**	**32**	**100**
– الطوارئ المادية	420	192	612	31	2
– الطوارئ السعرية	474	216	690	31	2
التكاليف الكلية للبرنامج	**23 799**	**11 300**	**35 100**	**32**	**104**

[أ] ترجع الفروق في المجاميع إلى تقريب الأرقام.

الجدول 2: خطة التمويل[أ]

(بآلاف الدولارات الأمريكية)

العناصر	الصندوق		الحكومة		المجموع		نقد أجنبي	عملة محلية (باستثناء الضرائب)	الرسوم والضرائب
	المبلغ	%	المبلغ	%	المبلغ	%			
ألف – التنمية المؤسسية									
الاتحادية	493	58.8	345	41.2	839	2.4	498	299	42
الإقليمية	429	13.9	2 660	86.1	3 089	8.8	1 332	1 273	484
الروابط بين المزارعين والأسواق	1 464	57.4	1 086	42.6	2 549	7.3	803	1 354	392
المجموع الفرعي	**2 386**	**36.8**	**4 091**	**63.2**	**6 477**	**18.5**	**2 634**	**2 925**	**917**
باء – البنية الأساسية للتسويق									
الائتمان الخاص بإدارة ما بعد الحصاد	24 600	100.0	-	-	24 600	70.1	7 380	17 220	-
جيم – تنسيق البرنامج وإدارته									
على الصعيد الاتحادي	61	4.1	1 430	95.9	1 491	4.2	555	751	184
على الصعيد الإقليمي	158	6.2	2 374	93.8	2 532	7.2	731	1 516	285
المجموع الفرعي	**219**	**5.4**	**3 804**	**94.6**	**4 023**	**11.5**	**1 286**	**2 267**	**469**
مجموع التكاليف الأساسية	**27 205**	**77.5**	**7 895**	**22.5**	**35 100**	**100.0**	**11 300**	**22 413**	**1 387**

[أ] ترجع الفروق في المجاميع إلى تقريب الأرقام.

هاء – التوريد، والصرف، والحسابات ومراجعتها

30 - **التوريد.** سيتم توريد السلع والخدمات وفقاً لمبادئ الصندوق التوجيهية للتوريد. ستجمَّع السلع في مجموعات ذات حجم مناسب لطرح عطاء بها. أيُّ عقد تبلغ قيمته 000 100 دولار أمريكي أو أكثر يُمنح وفقاً للعطاءات التنافسية الدولية. أما العقود التي تقل قيمتها عن 000 100 دولار أمريكي فتمنح وفقاً للعطاءات التنافسية الوطنية. يتم التعاقد على الخدمات الاستشارية وفقاً لإجراءات مكتب الأمم المتحدة لخدمات المشاريع. غير أنه، يجوز منح عقود تدريب المستفيدين والموظفين على أساس اختيار مصدر وحيد بشرط مراجعتها مسبقاً من قبل مكتب الأمم المتحدة لخدمات المشاريع.

31 - **الصرف.** تُصرف الأموال من حصيلة قرض الصندوق على مدى سبع سنوات. ولضمان توفُّر الأموال اللازمة لتنفيذ البرنامج في حينه يُفتح حساب خاص بالدولار الأمريكي في بنك إثيوبيا الوطني باسم البرنامج. لدى تفعيل القرض يسحب مبلغ مجموعه 2 مليون دولار أمريكي من حساب القرض ويودع في الحساب الخاص. ويتم صرف الأموال عادة مقابل وثائق داعمة، غير أنه تُستخدم بيانات نفقات مصدقة لطلبات سحب تتعلق بمدفوعات دُفعت بموجب عقد تبلغ تكلفته أقل مما يعادل 000 20 دولار أمريكي، ولنفقات التدريب المحلي والقروض المقدمة من الباطن المدفوعة بموجب خط ائتماني تجريبي.

32 - **الحسابات ومراجعة الحسابات.** تعد وزارة الزراعة والتنمية الريفية وحكومات الولايات الإقليمية حسابات البرنامج والسجلات المالية وتحتفظ بها وفقاً لمعايير المحاسبة المقبولة بوجه عام. وتجرى مراجعة حسابات البرنامج سنوياً على يد مراجعي حسابات خارجيين مقبولين لدى الصندوق، وتقدم نسخة مصدقة من تقرير مراجعي الحسابات إلى الصندوق وإلى مكتب الأمم المتحدة لخدمات المشاريع في موعد غايته ستة أشهر من نهاية السنة المالية، بما في ذلك آراء مستقلة بشأن مرفق الحساب الخاص وكشوف الإنفاق.

واو – التنظيم والإدارة

33 - تقع مسؤولية تنسيق تنفيذ البرنامج على عاتق قطاع التسويق الزراعي في وزارة الزراعة والتنمية الريفية. وتنشئ الوزارة لجنة توجيهية لتنسيق التسويق الزراعي تتألف من ممثلي أصحاب المصالح، لاستعراض السياسات والاستراتيجيات الناشئة وتقديم المشورة بشأنها وضمان اتساق منطلقات الشركاء في التنمية. إضافةً إلى ذلك، تنشئ وزارة الزراعة والتنمية الريفية **لجنة لإدارة البرنامج** لمراجعة برنامج العمل السنوي والميزانية السنوية والموافقة عليهما، وتقديم التوجيه بشأن إدارة البرنامج وتنفيذه. وتنشئ وزارة الزراعة والتنمية الريفية أيضاً **وحدة لتنسيق البرنامج وإدارته** للقيام بما يلي: (أ) ضمان إعداد برنامج العمل السنوي والميزانية السنوية بالمشاركة وفي حينه، وتوحيدهما والموافقة عليهما؛ (ب) إنشاء نظام معلومات إدارية والاحتفاظ به؛ (ج) ضمان إعداد حسابات البرنامج والاحتفاظ بها ومراجعتها في حينها؛ (د) تنسيق توريد السلع والخدمات اللازمة لبرنامج تحسين التسويق الزراعي في حينه؛ (هـ) إعداد وتقديم طلبات سحب أموال من حساب قرض الصندوق؛ (و) دعم وحدات تنسيق البرنامج وإدارته التي تنشئها حكومات الولايات الإقليمية من قبل وحدة تنسيق البرنامج وإدارته. يتضمن إنشاء الوحدات الإقليمية لتنسيق البرنامج وإدارته، ولجنة تنسيق البرنامج وإدارته تعيين موظفين فنيين أساسيين لديهم خبرة ومؤهلات مقبولة لدى

الصندوق. ولتعزيز التآزر بين القطاعين العام والخاص، تعقد وزارة الزراعة والتنمية الريفية وحكومات الولايات الإقليمية المشاركة ندوة مشتركة لمراجعة القطاع، وندوة استشارية إقليمية للتسويق الزراعي، على التوالي. وتضم هاتان الندوتان مشاركين من نطاق عريض من أصحاب المصالح، وبذلك تتيحان في اجتماعهما السنوي فرصاً لإجراء مناقشة مستندة إلى المعرفة للقضايا الرئيسية المرتبطة بالتسويق الزراعي بغية التأثير في السياسات والاستراتيجيات الناشئة.

34 - **الرصد والتقييم**. يدعم برنامج تحسين التسويق الزراعي تصميم وتنفيذ نظام للرصد والتقييم يمكن الاعتماد عليه لتحقيق تقدم مالي ومادي للبرنامج وإعداد تقارير عنه ومدِّه يد المساعدة للأسر المستفيدة وتيسير عمليات تقدير الأثر بصورة دورية. لذلك، سيدعم برنامج تحسين التسويق الزراعي تعيين موظفين ذوي خبرة ومؤهلات لنظام المعلومات الإدارية في وحدة تنسيق البرنامج وإدارته والوحدات الإقليمية لتنسيق البرنامج وإدارته على الصعيدين الاتحادي والإقليمي، بالإضافة إلى المساعدة التقنية القصيرة الأجل للمساعدة على إنشاء نظام للرصد والتقييم، وتقديم تدريب أثناء العمل على نظم المعلومات الإدارية للموظفين الاتحاديين والإقليميين وموظفي المقاطعات والقرى، وإجراء دراسة استقصائية على مستوى القاعدة في السنة الأولى للبرنامج.

زاي – المبررات الاقتصادية

35 - خصص نحو 70% من الاستثمارات المخططة لبناء القدرة المؤسسية. ومن المرجح أن تكون الحسابات التقليدية لصافي القيمة في الوقت الراهن، ومعدلات المردود الاقتصادي صعبة وعُرضة للخطأ. غير أنه بتعزيز القدرة الوطنية على التحليل وصياغة السياسات والاستراتيجيات المناسبة لتحسين فعالية وكفاءة تسويق المنتجات الزراعية، بما في ذلك تطوير سياسة لتسعير الحبوب، لا تشوِّهُ السوق وترشِّدُ توريد المعونة الغذائية كأداة لإدارة الأسعار، مدعومة بتكاليف مخفضة لتسويق الحبوب، وزيادة القدرة على المنافسة، وتحسين إدارة مرحلة ما بعد الحصاد، سوف يساهم برنامج تحسين التسويق الزراعي في تحقيق استقرار الأسعار المحلية للحبوب بين سنة وأخرى وجعل الأسعار أكثر قابلية للتنبؤ. ومن شأن مستويات أرشد لأسعار الحبوب أن توفر حوافز أخرى للمزارعين أصحاب الحيازات الصغيرة على الاستثمار في تكنولوجيات إنتاج محسنة، وهذا أمر ضروري إذا ما أريد أن ينمو إنتاج الحبوب بالمستوى المرغوب بموجب برنامج التنمية المستدامة والحد من الفقر، وهو نحو 5% في السنة. ولما كانت الحبوب هي الغذاء الرئيسي في إثيوبيا فإن نجاح برنامج تحسين التسويق الزراعي يسهم في الحد من فقر الأسر المنخفضة الدخل في المناطق الريفية والحضرية.

36 - صحيح أن من المرجح أن يكون الأثر الإجمالي لاستثمارات البرنامج في قطاع الحبوب الفرعي قليلاً على مستوى المزرعة الفردية، نظراً إلى صغر مقادير الإنتاج الفائض الذي سيباع في السوق. غير أن الفائدة الفردية الصغيرة يكون لها أثر إجمالي كبير عندما تجمَّع الفوائد بعضها مع بعض. ستتضمن منطقة البرنامج نحو 140 مقاطعة تنتج فائضاً من الحبوب، وهي تنتج ما يتراوح بين 6 و7 ملايين طن من الحبوب سنوياً. ويوحي تحليل التكاليف والفوائد بأنه حتى مع تحقيق تحسينات متواضعة فقط في تسويق المنتجات الزراعية، سيكون صافي قيمة البرنامج 69 مليون دولار أمريكي عندما يخصم بسعر واقعي مقداره 10% على مدى 15 سنة. وفي قطاع البن الفرعي، يبين التحليل أن المكاسب التي يمكن تحقيقها ستكون كبيرة، مقارنةً بتكاليف البرنامج. وثمة مكاسب كبيرة ستتحقق من تحسين

التسويق ومن ثم الحصول على أسعار أعلى لسلعة توجد لإثيوبيا فيها ميزة نسبية. وتقدر نسبة الفوائد إلى التكاليف، المخصومة بنسبة 10% على مدى 15 سنة بنسبة 2 إلى 1، حتى وإن كانت الفوائد المالية التي تعزى إلى البرنامج 1% فقط لتحسين الجودة وتقليل نفقات التسويق، على التوالي. ويوحي التحليل أيضاً بأن الاستثمارات المخططة في أسواق التجمعات الريفية وتكنولوجيات مرحلة ما بعد الحصاد ستكون قادرة على البقاء، شريطة أن تكون ثمة سياسة سليمة لتسعير الحبوب.

حاء – المخاطر

37 – الحكومة ملزمة بإنشاء نظامٍ معلوماتٍ إدارية شامل للقطاع العام يستخدم أمواله هو نفسه ويقدم أيضاً خدمات للتسويق الزراعي. وبالنظر إلى الأهمية العالية لتوفير معلومات استخبارية دقيقة عن السوق في حينها للنجاح في تسويق المنتجات الزراعية، فإن أي تأخير في إقامة هذا النظام يمثل خطورة كبيرة يمكن أن تضر ببرنامج تحسين التسويق الزراعي. وسيطلب الصندوق ضمانات من الحكومة بشأن هذه القضية في أثناء المفاوضات.

38 – وتوجد علاقة تاريخية بين أسعار الحبوب وتقلبات العرض الناتجة عن أنماط مناخية شديدة التنوُّع، والآثار المشوِّهَة لواردات المعونة الغذائية الكبيرة الحجم في الأوقات التي تنتج فيها إثيوبيا فائضاً كبيراً في المحاصيل. ويُخشى أن تظل أسواق الحبوب متخلفة، ما لم تنجح الحكومة في تنفيذ سياسة سليمة لتسعير الحبوب تشمل استخدام المعونة الغذائية كأداة حيوية لتحقيق استقرار الأسعار المحلية للحبوب. ويتوقف نجاح سياسة التسعير هذه إلى حد كبير على دعم الشركاء في التنمية وتعاونهم.

39 – ونتيجةً لتحسُّن الأسواق وتدفقات المعلومات، يميل الناس إلى السفر مسافات أبعد ومرات متعددة، حيث يمكن أن يتعرضوا لبيئات أكثر خطورة من حيث الإصابة بفيروس نقص المناعة البشرية/متلازمة العوز المناعي المكتسب. لذلك وضعت ترتيبات في برنامج تحسين التسويق الزراعي لزيادة التعاون مع مكاتب الوقاية من هذا الفيروس والسيطرة عليه، في زيادة مدِّ يد العون من البرامج الجارية لبناء الوعي بفيروس نقص المناعة البشرية/متلازمة العوز المناعي المكتسب في المجتمعات المستفيدة ووضع قضايا الفيروس في صميم أنشطة التسويق الزراعي.

طاء – الأثر البيئي

40 – صُنِّفَ البرنامج في **الفئة باء** على أساس الاستعراض البيئي ونطاق الأنشطة المخططة. وتتصل أنشطة البرنامج التي تنطوي على مخاوف بيئية برفع مستوى أسواق التجمعات الريفية والاستثمارات المحتملة في تكنولوجيات مرحلة ما بعد الحصاد. فمن المرجح أن يولِّد رفع مستوى الأسواق الريفية آثاراً إيجابية من خلال تحسينات الصرف على الصعيد المحلي. ومن شأن تجديد مرافق تحضير البن التي تنقصها الكفاءة أن يخفض مستويات التلوُّث الراهنة. علاوةً على ذلك، ستكون الاستثمارات المخططة خاضعة للوائح المحلية ولوائح إثيوبيا البيئية.

ياء – السمات الابتكارية

41 - الجانب الابتكاري الرئيسي لبرنامج تحسين التسويق الزراعي هو توكيده القوي على تحليل السياسات وصياغة الاستراتيجيات، الذي ينبغي أن يتيح للصندوق والشركاء في التنمية والحكومة فرصةً فريدةً لحوار السياسات في مجالٍ يمكن أن يساهم مساهمة كبيرة في الحد من الفقر بصورة مستدامة.

الجزء الثالث – الوثائق القانونية والسند القانوني

42 - تشكل اتفاقية القرض بين جمهورية إثيوبيا الاتحادية الديمقراطية والصندوق الدولي للتنمية الزراعية الوثيقة القانونية التي يقوم على أساسها تقديم القرض المقترح إلى المقترض. ويرد رفق هذه الوثيقة ملحق يتضمن موجز الضمانات التكميلية الهامة المدرجة في اتفاقية القرض المتفاوض بشأنها باعتباره الملحق.

43 - وجمهورية إثيوبيا الاتحادية الديمقراطية مخولة بموجب القوانين السارية فيها سلطة الاقتراض من الصندوق الدولي للتنمية الزراعية.

44 - وإني مقتنع بأن القرض المقترح يتفق وأحكام اتفاقية إنشاء الصندوق الدولي للتنمية الزراعية.

الجزء الرابع – التوصية

45 - أوصي بأن يوافق المجلس التنفيذي على القرض المقترح بموجب القرار التالي:

قرر: أن يقدم الصندوق إلى جمهورية إثيوبيا الاتحادية الديمقراطية قرضا بعملات متنوعة تعادل قيمتها ثمانية عشر مليوناً ومائتي ألف وحدة من حقوق السحب الخاصة (18 200 000 وحدة حقوق سحب خاصة) على أن يستحق في موعد غايته 1 ديسمبر/كانون الأول 2044 وأن يتحمل رسم خدمة بواقع ثلاثة أرباع الواحد في المائة (0.75%) في السنة، وأن يخضع لأية شروط وأوضاع أخرى تكون مطابقة على نحو أساسي للشروط والأوضاع المقدمة إلى المجلس التنفيذي في هذه الوثيقة التي تضم تقرير رئيس الصندوق وتوصيته.

لينارت بوغه
رئيس الصندوق الدولي للتنمية الزراعية

الملحق

موجز الضمانات التكميلية الهامة المدرجة في اتفاقية القرض المتفاوض بشأنها

(أنجزت مفاوضات القرض في 20 نوفمبر/تشرين الثاني 2004)

1 - ستقوم حكومة جمهورية إثيوبيا الاتحادية الديمقراطية (الحكومة) بفتح حساب جار بالبير الإثيوبي والإبقاء عليه في مصرف يقبله الصندوق، وذلك لأغراض عمليات البرنامج (حساب البرنامج). وسيودع في هذا الحساب بصورة فصلية وكدفعة مقدمة مبلغ يعادل المساهمات النظيرة المحددة في خطط العمل السنوية والميزانيات السنوية لكل سنة من سنوات البرنامج.

2 - ستقوم الوكالة الرائدة للبرنامج بفتح حساب جار في كل إقليم من أقاليم البرنامج والإبقاء عليه في بنك تجاري يقبله الصندوق، وسيكون هذا الحساب بالبير الإثيوبي وسيخصص لأنشطة البرنامج (سيطلق على هذه الحسابات مجتمعة اسم حسابات البرنامج في الأقاليم). وستحول الوكالة الرائدة للبرنامج الأموال من حساب البرنامج إلى حسابات البرنامج في الأقاليم كما هو منصوص عليه في خطط العمل السنوية والميزانيات السنوية لكل سنة من سنوات البرنامج.

3 - سيفتح بنك إثيوبيا للتنمية حسابا بالبير الإثيوبي ويبقي عليه وذلك لاستلام القرض وغيره من الأموال التي لها علاقة بخط الائتمان الخاص بعنصر تنمية الأسواق بما يتماشى مع سياساته وإجراءاته الخاصة.

4 - ستضمن الحكومة إيجاد نظام شامل لمعلومات السوق وتشغيله بحلول 30 يونيو/حزيران 2005.

5 - ستفتح الحكومة مراكز اختبارات للقهوة وتجهيزها في منطقة المشروع بحلول 30 يونيو/حزيران 2007.

6 - ولكي تستطيع أي *وريدة* (مقاطعة) الإسهام في أنشطة البرنامج سيتم تعيين خبير بالتسويق الزراعي حسب الأصول في إدارة هذه *الوريدة* كما سيخصص ثلاث مندوبين للتنمية لكل مركز من مراكز تدريب المزارعين في *الوريدة*.

7 - قبل أن تتمكن لجنة إدارة البرنامج من المصادقة على خطط العمل والميزانيات السنوية لأنشطة البرنامج في منطقة البرنامج يجب أن تكون الوحدات الإقليمية لتنسيق وإدارة البرنامج قد أنشئت حسب الأصول في مديرية التسويق في وزارة الزراعة والتنمية الريفية أو في وكالة التسويق الزراعي (كما هو ملائم).

8 - ستقوم الوكالة الرائدة للبرنامج بعقد الاجتماع الأول للندوة المشتركة لمراجعة القطاع في غضون 12 شهرا من تاريخ نفاذ مفعول القرض، وفيما بعد هذا التاريخ ستقوم الوكالة بعقد اجتماعات سنوية.

9 - سيقوم المكتب الإقليمي للتنمية الريفية والزراعية أو وكالة التسويق الزراعي (كما هو ملائم) بعقد الاجتماع الأول للندوة الاستشارية الإقليمية للتسويق الزراعي في غضون 12 شهرا من تاريخ نفاذ مفعول القرض. وفيما بعد هذا التاريخ سيقوم المكتب بعقد اجتماعات سنوية.

10 - ستقوم الحكومة بتوفير ما يلزم لتنفيذ نظام وصفات الورش وتجربة بورصة القهوة بحلول 31 ديسمبر/كانون الأول 2005 وذلك لتمكين تنفيذ الأنشطة ذات الصلة في البرنامج في الأوقات المحددة لها.

11 - ستقوم لجنة إدارة البرنامج بإعداد خطط تنفيذ التدريب على المستوى الإقليمي وعلى المستوى الفيدرالي والمصادقة عليها كجزء لا يتجزأ من خطة العمل والميزانية السنوية للسنة الثانية من عمر البرنامج.

12 - **التمويل النظير**. ستقوم الحكومة باتخاذ الإجراءات اللازمة لضمان أن تعكس ميزانيتها السنوية التمويل النظير الذي تقدمه للبرنامج بصورة دقيقة، كما ستضمن الحكومة توفير الأموال النظيرة للبرنامج في الوقت المحدد لذلك طوال فترة تنفيذ البرنامج.

13 - **التركيز على قضايا التمايز بين الجنسين**. بما يتماشى مع السياسة الحكومية، ستقوم الحكومة بضمان تمثيل النساء في جميع أنشطة البرنامج وبتلقيهن للفوائد الملائمة من نواتج البرنامج.

14 - **ممارسات مكافحة الآفات**. كجزء من الممارسات البيئية السليمة كما تتطلبها المادة 7.15 من *الشروط العامة لتمويل التنمية الزراعية*، تحافظ جهات البرنامج في ظل البرنامج على الممارسات الملائمة لمكافحة الآفات. ولتحقيق هذه الغاية، تكفل الحكومة ألا تشتمل المبيدات الموردة في ظل البرنامج أي مبيدات محظورة بموجب مدونة السلوك الدولية عن توزيع المبيدات واستعمالها لمنظمة الأغذية والزراعة للأمم المتحدة، على النحو الذي تعدل به من حين إلى آخر، أو تلك المدرجة في الجدول 1 (بالغة الخطورة) و2 (شديدة الخطورة) من تصنيف الآفات بحسب خطورتها والمبادئ التوجيهية للتصنيف 1996 – 1997 الموصى بها من قبل منظمة الصحة العالمية على النحو الذي تعدل به من حين إلى آخر.

15 - حدد ما يلي على أنه شرط مسبق للسحب من أموال القرض: لن تتم أي سحوبات تتعلق بالإنفاق بموجب الائتمان الإضافي للبنى الأساسية التسويقية ما لم يكن الصندوق قد وافق على الاتفاقية الثانوية الرائدة.

16 - يحدد ما يلي على أنه شروط مسبقة لنفاذ اتفاقية القرض:

(أ) أن تكون الحكومة قد فتحت الحساب الخاص حسب الأصول باسم البرنامج في بنك إثيوبيا الوطني؛

(ب) أن تكون الحكومة قد فتحت حسب الأصول حساب البرنامج باسم البرنامج؛

(ج) أن تكون الوكالة الرائدة للبرنامج قد أنشأت حسب الأصول المجلس الاستشاري للتسويق الزراعي؛

(د) أن تكون الوكالة الرائدة للبرنامج قد أنشأت حسب الأصول لجنة إدارة البرنامج؛

(هـ) أن تكون الوكالة الرائدة للبرنامج قد أنشأت حسب الأصول وحدة إدارة وتنسيق البرنامج بما في ذلك تعيين طاقم من الموظفين بالخبرات والمؤهلات التي يقبلها الصندوق؛

(و) أن تكون اتفاقية القرض قد وقعت حسب الأصول وأن يكون التوقيع والأداء المتصلين بها من قبل الحكومة قد فوض بهما وصودق عليهما حسب الأصول من قبل جميع الإجراءات الحكومية والإدارية والمؤسسية؛

(ز) أن تكون الحكومة قد سلمت الصندوق رأيا قانونيا مؤيدا صادرا عن رئيس الشعبة القانونية في وزارة المالية والتنمية الاقتصادية للحكومة أو أي مستشار قانوني آخر يوافق عليه الصندوق على النحو الذي يرتضيه الصندوق شكلا وقانونا.

APPENDIX I

COUNTRY DATA

ETHIOPIA

Land area (km^2 thousand) 2002 1/	1 000
Total population (million) 2002 1/	67.22
Population density (people per km^2) 2002 1/	67
Local currency	Ethiopian Birr (ETB)

GNI per capita (USD) 2002 1/	100
GDP per capita growth (annual %) 2002 1/	0.5
Inflation, consumer prices (annual %) 2002 1/	2
Exchange rate: USD 1 =	Birr 8.7

Social Indicators	
Population (average annual population gro wth rate) 1996-2002 1/	2.4
Crude birth rate (per thousand people) 2002 1/	40
Crude death rate (per thousand people) 2002 1/	20
Infant mortality rate (per thousand live births) 2002 1/	114
Life expectancy at birth (years) 2002 1/	42
Number of rural poor (million) (approximate) 1/	n/a
Poor as % of total rural population 1/	n/a
Total labour force (million) 2002 1/	28.90
Female labour force as % of total 2002 1/	41
Education	
School enrolment, primary (% gross) 2002 1/	62
Adult illiteracy rate (% age 15 and above) 2002 1/	58
Nutrition	
Daily calorie supply per capita, 2/	n/a
Malnutrition prevalence, height for age (% of children under 5) 2002 3/	52 a/
Malnutrition prevalence, weight for age (% of children under 5) 2002 3/	47 a/
Health	
Health expenditure, total (as % of GDP) 2002 1/	4 a/
Physicians (per thousand people) 2002 1/	n/a
Population using improved water sources (%) 200 2 3/	24 a/
Population with access to essential drugs (%)1999 3/	50-79
Population using adequate sanitati on facilities (%) 200 2 3/	12 a/
Agriculture and Food	
Food imports (% of merchandise imports) 2002 1/	11
Fertilizer consumption (hundreds of grams per ha of arable land) 200 2 1/	126 a/
Food production index (1989 -91=100) 2002 1/	152
Cereal yield (k g per ha) 2002 1/	1 346
Land Use	
Arable land as % of land area 2002 1/	11 a/
Forest area as % of total land area 200 2 1/	5 a/
Irrigated land as % of cropland 200 2 1/	2 a/

Economic Indicators	
GDP (USD million) 2002 1/	6 059
Average annual rate of growth of GDP 1/	
1982-1992	1.1
1992-2002	5.6
Sectoral distribution of GDP 2002 1/	
% agriculture	40
% industry	12
% manufacturing	n/a
% services	48
Consumption 2002 1/	
General government final consumption expenditure (as % of GDP)	19
Household final consumption expenditure, etc. (as % of GDP)	79
Gross domestic savings (as % of GDP)	2
Balance of Payments (USD million)	
Merchandise exports 2002 1/	415
Merchandise imports 2002 1/	1 594
Balance of merchandise trade	-1 179
Current account balances (USD million)	
before official transfers 2002 1/	-1 016
after official transfers 2002 1/	-150
Foreign direct investment, net 2002 1/	n/a
Government Finance	
Overall budget deficit (including grants) (as % of GDP) 2002 1/	n/a
Total expenditure (% of GDP) 2002 1/	n/a
Total external debt (USD million) 2002 1/	56 523
Present value of debt (as % of GNI) 2002 1/	66
Total debt service (% of exports of goods and services) 2002 1/	10
Lending interest rate (%) 2002 1/	9
Deposit interest rate (%) 2002 1/	4

a/ Data are for years or periods o ther than those specified.

1/ World Bank, *World Development Indicators* database CD ROM 200 4
2/ UNDP, *Human Development Report* , 2000
3/ UNDP, *Human Development Report* , 2004

PREVIOUS IFAD FINANCING IN ETHIOPIA

Project Name	Initiating Institution	Cooperating Institution	Lending Terms	Board Approval	Loan Effectiveness	Current Closing Date	Loan Acronym	Approved SDR
Second Agricultural Minimum Package Project	World Bank: IDA	World Bank: IDA	HC	07 May 1980	23 Apr 1981	31 Dec 1985	L-I-40-ET	13 900 000
Agricultural Credit Project	IFAD	World Bank: IDA	HC	12 Sep 1983	11 Apr 1984	31 Mar 1991	L-I-131-ET	10 450 000
Rehabilitation Programme for Drought-Affected Areas	IFAD	UNOPS	HC	02 Apr 1985	21 Jun 1985	31 Dec 1990	L-I-168-ET	13 050 000
Special Country Programme	IFAD	World Bank: IDA	HC	03 Dec 1986	13 Oct 1987	31 Dec 1996	L-S-3-ET	9 300 000
Fourth Livestock Development Project	World Bank: IDA	World Bank: IDA	HC	09 Sep 1987	09 Feb 1988	31 Dec 1992	L-I-205-ET	4 500 000
Southern Region Cooperatives Development and Credit Project	IFAD	UNOPS	HC	02 Dec 1993	17 Aug 1994	31 Dec 2004	L-I-342-ET	7 550 000
Informal Seed Component of the Seed Systems Development Project	World Bank: IDA	World Bank: IDA	HC	11 Sep 1996	21 Mar 1997	31 Dec 2001	L-I-421-ET	4 600 000
Special Country Programme – Phase II	IFAD	UNOPS	HC	05 Dec 1996	11 Feb 1999	31 Dec 2003	L-I-438-ET	15 650 000
Agricultural Research and Training Project	World Bank: IDA	World Bank: IDA	HC	10 Sep 1998	30 Jun 1999	31 Mar 2005	L-I-480-ET	13 650 000
Rural Financial Intermediation Programme	IFAD	World Bank: IDA	HC	06 Dec 2001	06 Jan 2003	30 Sep 2010	L-I-572-ET	20 150 000
Pastoral Community Development Project	World Bank: IDA	World Bank: IDA	HC	11 Sep 2003			L-I-612 ET	14 400 000

Note: HC = highly concessional

LOGICAL FRAMEWORK

Narrative Summary	Impact/Result Indicators	Means of Verification	Assumptions/Risks
Goal			
Sustained reduction in rural poverty	• Reduction in % of rural people living below the national poverty line • Increase in household incomes, food security and asset ownership • Reduction in the prevalence of under-height for age children (below 5 years old)	• Central Statistical Authority – poverty and household surveys • SDPRP Progress Reports • Ministry of Health records and surveys	
Purpose/Objective			
Improved effectiveness and efficiency of agricultural output marketing	• % reduction in unit market transaction costs • Seasonal prices better reflect storage costs • Grain prices consistently maintain farmers' incentive to raise production • Farm gate prices represent higher percentage of Addis/export prices • % increase in traded volumes of agricultural products • Increased premiums on world markets for Ethiopian coffee	• CSA price/household surveys • International and national market intelligence reports and bulletins • MOTI domestic trade statistics • Grain Traders' & Coffee Exporters' Association Annual Reports & Bulletins • Input/output performance data of forward coffee auctions • AMIP baseline surveys, periodic and completion assessments	• Macro-economic and political stability • Effective inter-sector co-ordination under SDPRP to ensure pro-poor orientation to public expenditures • Sustained market liberalisation • Enhanced role and influence of the private sector and civil society in policy formulation and the performance of public services
Outputs			
Institutional capacity strengthened at federal and regional levels	**Federal** • Marketing strategy and policy analysis skills upgraded – especially for grains • Commodity grades and standards more widely applied • Food aid procurement rationalised • Warehouse Receipt System (WRS) functional • Expansion in sector-wide, private marketing associations and institutions • Joint Sector Review Forum operationalised • # personnel trained (Ag.Mktg. Sector incl. Co-operatives Commission and EGTE	• Adjusted role/functions of EGTE • Collated, cross-correlated and analysed food aid statistics • CSA Price Surveys • National market intelligence reports and bulletins • EGTE (+ any successor organisations) and WRS Annual Reports • Warehouse transaction audits	• Civil service reforms sustained • Agricultural Market Information System in place (especially for grains)

Narrative Summary	Impact/Result Indicators	Means of Verification	Assumptions/Risks
	• Main commodity prices more stable and provide adequate incentives for production storage and distribution **Regional** • Marketing strategy and policy analysis skills upgraded – especially for grains • Regional support to agric. marketing programmes at *woreda* and *kebele* levels enhanced • Regional Agricultural Marketing Advisory Forums operationalised • No. and type of marketing-related initiatives supported • No. trainers (by category and organisation) trained in aspects of agricultural marketing (incl. co-operative promotion staff)	• Minutes of JSRF Meetings • Minutes of RAMAF Meetings • MoARD reports, surveys and assessments • Regional Agricultural Marketing Agency/Directorate Annual Reports • Co-operative Promotion Office reports • Approved AWPBs and AMIP Progress and Supervision Reports	
Market infrastructure developed	• Volume of produce traded through markets • Proportion of farmers actively involved with marketing groups/organisations • No. persons (by category and/or organisation) trained in aspects of agric. marketing • No. and types of marketing organisations operational • No. and categories of loans; borrower profiles for off-farm, post-harvest processing, storage and transport • No. rural market facilities upgraded • Increased proportion of production traded	• Regional agric. marketing agency/bureaux reports, surveys and analyses • Tax records/registration of organisations by woreda • Co-operatives Commission reports and institutional analyses • DBE/MFI records and transaction audits • Commissioned studies and surveys • Municipality/Union marketing statistics • AMIP baseline, periodic and completion assessments	• Farmers have adequate incentive/ confidence to increase the traded portion of production • Business environment conducive to investment in agricultural marketing - licensing and tax regimes harmonised; business & trading contracts enforceable • Effective demand exists for medium-term loans for marketing-related investments off-farm. • Application of quality regulations and standards in the interests of smallholders. • Complementary support provided by other development programmes and initiatives

Narrative Summary	Impact/Result Indicators	Means of Verification	Assumptions/Risks
Programme activities effectively coordinated and managed	• Percentage of planned disbursement achieved • Timely approval and implementation of AWPBs • AMIP co-ordination mechanisms and Management Information System set up and used for transparent decision-making	• Audited programme accounts at federal and regional levels • Supervision reports • IFAD follow-up missions • Mid-term review • Implementation Completion Report	• Transparent selection criteria and decision-making procedures developed and applied in market upgrading programme. • Availability of competent service providers in relevant fields • Procurement undertaken by competent agency/agencies acceptable to IFAD
Inputs	***Breakdown of Costs*** ***USD***	***Timing***	
IFAD Loan: USD 27.2 million Government USD 7.9 million	Institutional Development 6.5 million Market Infrastructure Development 24.6 million Programme Co-ordination and Management 4.0 million	• AR completed by 30 Sept 2004 • AR submitted to GOE by 15 Oct 2004 • Loan Negotiations completed by 15 Nov 2004 • IFAD Executive Board Approval by 2 Dec 2004	

ORGANIGRAMME