

فرص تنمية الاستثمار الصناعي لتعزيز الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية

-دراسة حالة ولاية المدية-

أ. سعيداني سعاد: جامعة المدية

كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير

Résumé :

L'investissement industriel est l'un des domaines les plus importants qui contribuent à la promotion de l'avantage concurrentiel, Qui est considéré comme le noyau principal de l'activité économique à travers l'exploitation des ressources disponibles. Et le développement de nouvelles technologies industrielles transfert de la technologie moderne en ligne avec la politique de développement, Ces caractéristiques peuvent être parmi les moteurs les plus importants du développement durable, et Médéa est parmi les États qui s'efforcent de développer l'investissement industriel Et le développement des industries existantes pour obtenir un avantage concurrentiel.

الملخص:

يعتبر الاستثمار الصناعي من بين أهم المجالات التي تساهم في دعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية، والتي تعتبر بدورها النواة الرئيسية في النشاط الاقتصادي وذلك من خلال استغلال الثروات المتوفرة واستحداث تقنيات صناعية جديدة، نقل التكنولوجيات حديثة تتماشى والسياسة التنموية وبهذه الخصائص يمكن أن تكون من أهم محفزات التنمية المستدامة، وتعتبر ولاية المدية من بين الولايات التي تسعى جاهدة لتطوير الاستثمار الصناعي واستحداث الصناعات القائمة لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية.

مقدمة:

شغلت المؤسسة الاقتصادية ولا تزال حيزا هاما في كتابات وأعمال الكثير من الاقتصاديين بمختلف اتجاهاتهم الإيديولوجية سواء من الشرق أو من الغرب، مما جعلها أكثر تعقيدا مما سبق، فبالإضافة إلى تنوع وتعدد أشكالها ومجالات نشاطها فقد تنوعت وتعددت مناهجها وطرق تسييرها، الأمر الذي يستدعي اعتماد منهج جيد وملائم للدراسة والتخلي عن المنهج التقليدي التحليلي، كما أن الإستراتيجية الوطنية لدعم الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية تهدف إلى تحقيق رؤية مستقبلية هامة تلم بجميع الكوادر المتميزة والفاعلة في الدولة من أجل الإبداع والتميز في شتى المجالات، تقديم منتجات وخدمات ذات جودة عالية وذات ميزة تنافسية ترتقي إلى العالمية حيث يركز المسار التنافسي للمؤسسة على إرساء بيئة مؤسسية وتشريعات محفزة للاستثمار خاصة الاستثمار الصناعي تدفع بالاقتصاد لآفاق جديدة، وتركز على البحث والتطوير في مجالات الابتكار الصناعي، توفير بنية تحتية تكنولوجية تدعم وتحفز الاستثمار، ومن خلال العرض السابق يمكن إدراج الإشكالية التالية:

• ما هو أثر تطوير الاستثمار الصناعي على رفع الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية؟

وتندرج تحت هذه الإشكالية مجموعة من التساؤلات يمكن إدراجها فيما يلي:

- 1- ما هو مفهوم المؤسسة الاقتصادية وما هي أهدافها الأساسية؟
- 2- ما هي الميزة التنافسية للمؤسسة الاقتصادية وما هي أهم مصادرها؟
- 3- ما هي أهم القدرات والفرص الاستثمارية التي تتوفر عليها ولاية المدية لدعم الاستثمار الصناعي وتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية؟

وللإجابة على هذه الأسئلة تم اقتراح مجموعة من الفرضيات:

- 1- المؤسسة الاقتصادية هي النواة التي تعتمد عليها الدولة أجل الارتقاء بمنتجاتها وتحقيق الميزة التنافسية.
- 2- الابتكار في مجال التصنيع والاعتماد على تقنيات ومهارات الدول المتقدمة والاستفادة منها كفيل وحده بتطوير القطاع الصناعي بالمؤسسة الاقتصادية.

3- ترقى الموارد الأولية التي تتوفر عليها ولاية المدية إلى تطوير الاستثمار الصناعي بالمؤسسات الاقتصادية.

أهمية الموضوع:

تكن أهمية الموضوع الذي بين أيدينا في التعرف على أهمية الاستثمار الصناعي، ومدى أهميته في تحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية وكذا استحداث الصناعات القائمة القاعدية من أجل بناء بنية تحتية قوية تساهم في بناء الاقتصاد الوطني والارتقاء بمستوى التصنيع لدخول الأسواق العالية، من أجل تحقيق التنمية الصناعية وبالتالي المساهمة في تحقيق التنمية المستدامة.

أهداف الموضوع: يهدف الموضوع محل الدراسة إلى مجموعة من الأهداف أهمها:

- التعرف على المؤسسة الاقتصادية ومختلف أهدافها؛
- فهم واستيعاب الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية؛
- التعرف على القدرات والفرص التي تتوفر عليها ولاية المدية التي تمكنها من الاستثمار الصناعي.

المحور الأول- مفهوم المؤسسة الاقتصادية:

ساهمت المؤسسات الاقتصادية بتشكيل مجموعاتٍ بشريةٍ تعتمد على استخدام وسائل مالية، فكرية، ومادية من أجل تحقيق أهدافٍ معينة ومحددة من قبل إدارتها، كما تبحث هذه المؤسسات عن تحقيق الأرباح بأقل التكاليف، وتلبية الحاجات المتنوعة للأفراد من المستهلكين، والحرص على زيادة مستوى معيشتهم².

أولاً- تعريف المؤسسة الاقتصادية: وتعرف المؤسسة الاقتصادية بأنها منظمة إنتاجية تهدف إلى إيجاد قيمةٍ سوقيةٍ عن طريق عوامل إنتاج معينة، ومن ثمّ تباعها في السوق من أجل تحقيق ربحٍ ماليّ، وتُعرّف المؤسسة الاقتصادية بأنها وحدة اقتصادية تُنفذ مجموعة من النشاطات الخاصة بالإنتاج، والشراء، والبيع، والتخزين، ممّا يساهم في تحقيق الأهداف التي تأسست المؤسسة من أجلها.

من التعريفات الأخرى للمؤسسة الاقتصادية وفقاً لمكتب العمل الدولي هي أيّ مكان يحتوي على نشاطاتٍ اقتصاديةٍ، ويمتلك سجلاتٍ خاصة ومستقلة فيه³.

ثانيا- **خصائص المؤسسة الاقتصادية:** تتميز المؤسسة الاقتصادية بصفاتها الشكل الرئيسي للمؤسسات بمجموعة من الخصائص منها ⁴:

(1) تُعدّ مؤسسة ذات شخصية مُستقلة وقانونية؛ إذ تمتلك صلاحيات، وحقوق، ومسؤوليات، وواجبات؛

(2) تسعى إلى أداء وظيفتها التي أُسست من أجلها؛ بسبب امتلاكها القدرة على تنفيذ الإنتاج؛

(3) تمتلك القدرة على البقاء وهي استمرار المؤسسة من خلال حصولها على تمويل كافٍ، وتأقلم مع الظروف السياسية، واهتمام بالعمالة الكافية؛ ممّا يساهم في تعزيز قدرتها على التكيف مع الظروف المتقلّبة والمتغيرة؛

(4) تُحدّد البرامج وأساليب العمل؛ حيث تسعى كلّ مؤسسة إلى وضع أهدافٍ مُحدّدة، ومن ثمّ تحرص على تحقيقها؛

(5) تهتمّ بتوفير الموارد المالية؛ من أجل استمرار العمليات الخاصة بها، وتحصل على هذه الموارد من خلال الإيرادات المالية، والقروض، أو تجمع بين كافة هذه العناصر أو بعض منها وفقاً لظروف المؤسسة؛

(6) تتأقلم مع البيئة المحيطة بها؛ حتّى تستطيع تنفيذ المهام الخاصة بها في أحسن الظروف؛ ففي حال لم تتأقلم مع البيئة فقد تتعرّض عملياتها وأهدافها للعرقلّة؛

(7) تعدّ وحدة اقتصادية رئيسية في المجتمعات؛ بسبب مساهمتها في العملية الإنتاجية، ونمو الدخل الوطني؛

(8) تزول المؤسسة الاقتصادية إذا غاب مُبرر وجودها، أو لم تعد تتميز بالكفاءة.

ثالثا- **أهداف المؤسسة الاقتصادية:** تهتمّ كافة المؤسسات الاقتصادية بتحقيق أهدافٍ تتوافق مع طبيعة النشاط الخاص بها، وفيما يأتي مجموعة من أهمّ هذه الأهداف ⁵:

(1) **الأهداف الاقتصادية:** هي السعي إلى تحقيق الأرباح، والاستجابة للرغبات الخاصة بالعملاء، والاهتمام بعقلنة الإنتاج.

(2) **الأهداف الاجتماعية:** هي ضمان تحقيق مستوى مقبول من الرواتب والأجور، والمساهمة في تحسين مستويات المعيشة للموظفين والعُمال، والحرص على تماسك وتنظيم الموظفين، وتوفير التأمينات المناسبة لهم.

(3) **الأهداف الثقافية:** هي توفير كافة الوسائل الثقافية والترفيهية للموظفين، والحرص على توفير التدريب للمبتدئين منهم.

(4) **الأهداف التكنولوجية:** هي الاهتمام بالتطوير والأبحاث، واستخدام وسائل الإعلام من أجل تقليل التكاليف وريج الوقت، والحصول على المعلومات الموثوقة والدقيقة.

رابعاً- **مستويات المؤسسة:** يختلف عدد مستويات المؤسسة حسب الأنظمة التي تتفرع إليها وحسب أهداف التحليل ويمكن أن توزع إلى أربعة مستويات أساسية كالتالي:

(1) **المستوى الأول (مستوى الاستغلال):** دوره ضمان استعمال مستمر لعوامل النظام المادي لتحقيق المهام الموكلة إليه من المستوى الأعلى أو التسيير وفي إطار أهداف الاستغلال يجب أن يتكيف مع السياق ويصحح الانحرافات المؤقتة ويعمل نظام الاستغلال حسب الوقت الحقيقي أي في نفس الوتيرة للظاهرة الإنتاجية والتجارية التي يقوم بمراقبتها.

(2) **المستوى الثاني (مستوى التسيير):** دوره يتمثل في التسيير وتحديد الإجراءات المطلوب تنفيذها في مستوى الاستغلال والتي تكون مناسبة لوسائله ثم مراقبتها في التنفيذ، وعند ظهور عوامل غير مأخوذة في الحساب تؤثر على نشاط الاستغلال وأن هذا الأخير لا يملك إمكانيات كافية لإعادة الحركة إلى أصلها بتدخل نظام التسيير.

(3) **المستوى الثالث (مستوى الإدارة):** في هذا المستوى يتم تحديد الأهداف طويلة الأجل، تغيير الهياكل، اتخاذ القرارات الاستثمارية، ومن جهة أخرى إعادة النظر في نظام الاستغلال في حالة الحاجة إلى ذلك.

(4) **المستوى الرابع (مستوى التحول):** وهو أعلى مستوى، ويعمل على الربط بين المؤسسة ومحيطها، ويستقر فيه حتى وجود المؤسسة وتحولاتها الأساسية، اندماج، احتواء، تطور، توسع، واختفاء، وهذا يعني حماية المؤسسة ضد الاضطرابات الاقتصادية بتحويلها جذرياً عند الحاجة.

المحور الثاني- الميزة التنافسية بالمؤسسة الاقتصادية:

يشغل مفهوم الميزة التنافسية جزءاً ومكانة هامة في كل من الإدارة الإستراتيجية واقتصاديات الأعمال فهي تمثل العنصر الإستراتيجي الحرج الذي يقدم فرصة جوهرية لكي تحقق للمؤسسة ربحية متواصلة بالمقارنة ومن ثم النمو والاستمرار في السوق.

أولاً- تعريف الميزة التنافسية: نشأت الميزة التنافسية بمجرد توصل المؤسسة إلى اكتشاف طرق جديدة أكثر فعالية من تلك المستعملة من طرف المنافسين حيث يكون بمقدورها تجسيد هذا الاكتشاف ميدانياً، وبمعنى آخر بمجرد إحداث عملية إبداع بمفهومها الواسع.

كما أن الميزة التنافسية هي وضعية تفوق مختلفة ومصنوعة تملكها المؤسسة نتيجة الدراسة والبحث والاكتشاف ومن خلال أفكار ابتكاريه وإبداعية ومواهب فاعلة في مجالات الإنتاج، التسويق، التمويل والموارد البشرية.

تعرف الميزة التنافسية على أنها ميزة أو عنصر تفوق المؤسسة يتم تحقيقه في حالة إتباعها إستراتيجية معينة للتنافسية⁶.

وكذلك الميزة التنافسية يجب أن تخلق قيمة يشعر بها الزبائن على أن لا تكون مؤقتة من هنا فإن الميزة التنافسية عبارة عن القدرة على تقديم قيمة متفوقة للسوق مدة طويلة من الزمن.

من خلال ما سبق يتضح أن الإبداع جوهر للميزة التنافسية وليس أي إبداع أو اكتشاف يمنح المنظمة ميزة التنافسية بل هو ذلك الاكتشاف أو الإبداع الذي يمنح تفوق وتميز المؤسسة عن المنافسين أما الإستراتيجية التنافسية فهي فلسفة أو طريقة لتحقيق الميزة التنافسية.

ثانياً- محددات الميزة التنافسية: تتحدد الميزة التنافسية من خلال بعدين هامين هما:

1) حجم الميزة التنافسية: تتحقق للميزة التنافسية سمة الاستمرارية إذا أمكن للمنظمة المحافظة عليها من قبل المنظمات المنافسة، بشكل عام كلما كانت الميزة أكبر كلما تطلبت جهوداً أكبر ومثلما هو الحال بالنسبة لدورة حياة المنتجات الجديدة ، فإن للميزة التنافسية دورة حياة على نفس الغرار وتبدأ بمرحلة التقديم أو النمو السريع ثم يعقبها مرحلة التبني ثم مرحلة التقديم وأخيراً مرحلة الضرورة، وفيما يلي استعراض لهذه المراحل⁷:

أ- مرحلة التقديم: تعد أطول مرحلة بالنسبة للمؤسسة المنشئة للميزة التنافسية لكونها تحتاج الكثير من التفكير والاستعداد البشري المادي والمالي، وتعرف الميزة التنافسية مع مرور الزمن انتشاراً أكثر فأكثر، ويعود ذلك إلى القبول التي تحض به من قبل عدد متزايد من الزبائن.

ب- مرحلة التبني: تعرف الميزة التنافسية استقراراً نسبياً من حيث الانتشار باعتبار أن المنافسين بدؤوا يركزون عليها، وتكون هنا الوفرة أقصى ما يمكن.

ت- مرحلة التقليد: يتراجع حجم الميزة التنافسية وتتجه شيئاً فشيئاً إلى الركود لكون المنافسين قاموا بمحاكاة ميزة المؤسسة، وبالتالي تراجع أسبقيتها عليهم ومن ثم انخفاض في الوفرة.

ث- **مرحلة الضرورة:** تأتي هنا ضرورة تحسين الميزة الحالية وتطويرها بشكل سريع، أو إنشاء ميزة جديدة على أسس تختلف تماما عن أساس الميزة الحالية، وإذ لم تتمكن المؤسسة من التحسين أو الحصول على ميزة جديدة، فإنها تفقد أسبقيتها تماما وعندها يكون من الصعوبة العودة للتنافس من جديد.

(2) مراحل تطور الميزة التنافسية: يرى بورتر أن الميزة التنافسية تمر بأربعة مراحل مختلفة، تختلف كل مرحلة في خصائصها عن الأخرى وليست من الضروري أن تمر الميزة التنافسية بجميع هذه المراحل وليس ضروريا ترتيبها ولخصت مراحلها كما يلي⁸:

أ- **مرحلة قيادة عوامل الإنتاج:** حيث تعتمد الميزة التنافسية في هذه المرحلة على عوامل الإنتاج وذلك نظراً لأن تكلفة الإنتاج تلعب دوراً هاماً في المنافسة، وهذا ما يجعل المؤسسات تنتهج إستراتيجية المنافسة السعرية في هذه المرحلة.

ب- **مرحلة قيادة الاستثمار:** هذه المرحلة مبنية على قدرة الدولة ومؤسساتها على الاستثمار بشكل متواصل ومن ثم القدرة على الصمود أمام المنافسين، حيث تخفيض التكاليف من خلال الاستثمارات المالية وتحسين جودة المنتج وجذب الطلب بشكل عام.

ت- **مرحلة قيادة الابتكار:** تعتمد هذه المرحلة على الابتكار و المهارات والتكنولوجيا الأكثر تعقيدا لخلق الميزة التنافسية، وهنا يقل دور المنافسة السعرية المستندة على انخفاض تكاليف الإنتاج، ويزداد دور المنافسة المعتمدة على التكنولوجيا والتميز من أجل تهيئة البيئة التنافسية التي تساعد على نسخ خيوط الابتكار والتطور .

ث- **مرحلة قيادة الثورة:** تمثل هذه المرحلة بداية تراجع و تدهور الميزة التنافسية، نظرا لرغبة المؤسسات في المحافظة على الاستثمارات والابتكارات دون الاهتمام بتطوير هذه الميزة ، وهذا ما يجعلها تفقد ميزتها التنافسية في الأسواق الدولية نظراً لانهيار المنافسة المحلية نتيجة الرغبة في المحافظة على النوع القائم، ومن ثم تفقد المؤسسات المحلية ميزتها التنافسية لصالح المؤسسات الأجنبية.

ثالثا- مداخل الميزة التنافسية: أدت التطورات التنافسية إلى سعي المؤسسات الاقتصادية إلى رفع كفاءة وفعالية أدائها بهدف امتلاك الميزة التنافسية حيث برزت مداخل مازالت تساهم في تنميتها والمحافظة عليها من خلال:

(1) مدخل تلبية حاجات العملاء: يتوقف نجاح المؤسسة في اختراق الأسواق على مدى إمكانية التلبية الدائمة لحاجات المستهلكين وإشباع رغباتهم، إن اشتداد المنافسة بين انفتاح الأسواق جعل هدف كسب ولاء المستهلكين واستمرارية ارتباطهم بالسلعة ومنافعها هدف إستراتيجي تعمل المؤسسات على تحقيقه، الأمر الذي يتوجب دراسة وتحليل تلك الاحتياجات ومحاولة تصميم وإنتاج السلع القادرة على إشباعها بدرجة عالية وتوفير الخدمات الضرورية المرفقة للمنتج كالخدمات ما بعد البيع (النقل، التشغيل، الصيانة)⁹.

(2) مدخل تنمية القدرات التنافسية: تعتبر القدرات التنافسية من بين أهم العوامل التي تؤدي لتميتها إلى تطوير قدرة المؤسسة على تحقيق رضا العملاء، وتلبية حاجاتهم كنتيجة لتقديم المنتج المتميز والأفضل وتمثل القدرات في: المرونة، الإنتاجية، الزمن، الجودة العالية.

رابعاً- مصادر الميزة التنافسية: تتمثل مصادر الميزة التنافسية فيما يلي¹⁰:

(1) الابتكار: إن الانفجار المتزايد في عدد المؤسسات والذي صاحبه انفجار تنافسي على المستوى الوطني والعالمى، أدى إلى تصاعد اهتمام المؤسسات بالابتكار والتركيز عليه إلى درجة اعتباره الحد الأدنى في الأسبقيات التنافسية إلى جانب التكلفة والجودة وأصبحت هذه القدرة (القدرة على الابتكار) مصدراً متجدداً للميزة التنافسية، وفي ظل هذه الظروف التنافسية لم يعد الابتكار مقتصرًا على المؤسسات الكبيرة والتي كانت تنتظر إليه على أنه عملية التوصل إلى الاختراق (أي التقدم المفاجئ الذي يغير قطاع السوق) بل تعدى إلى المؤسسات المتوسطة والصغيرة والتي تنتظر إلى الابتكار بمفهوم التحسين، فمن المعلوم أن نمو المؤسسة وقدرتها على التنافس مرتبطا ارتباطاً وثيقاً بقدرتها على البحث والابتكار لذا يجب فرض هذا الأخير على مؤسساتنا لتستجيب لتحديات هذا العصر.

(2) الزمن: يعد الوقت سواء في إدارة الإنتاج أو في إدارة الخدمات ميزة تنافسية حيث تعد أكثر أهمية مما كان عليه في السابق فالوصول إلى الزبون أسرع من المنافسين يمثل ميزة تنافسية ويمكن تحديد الميزات التنافسية والتي تمثل جوهر المنافسة على أساس الوقت كالأتي : تخفيض زمن تقديم المنتجات الجديدة إلى الأسواق ويتحقق ذلك من خلال اختصاص زمن دورة حياة المنتج، تخفيض زمن دورة التصنيع للمنتجات، تخفيض زمن الدورة للزبون، الالتزام بجداول زمنية محددة و ثابتة لتسليم المكونات الداخلية في عملية التصنيع.

(3) المعرفة: إذا كانت المعرفة هي حصيلة أو رصيد خبرة ومعلومات وتجارب ودراسات فرد أو مجموعة أفراد أو مجتمع معين في وقت محدد فإننا نعيش حتماً حالة انفجار (انفجار المعرفة) حيث أصبحت هذه الأخيرة المورد الأكثر أهمية في خلق الميزة التنافسية.¹¹

وفي ظل ظروف التطور السريع في الأسواق والتكنولوجيا والمنافسين فإن المؤسسات الناتجة تخلق بشكل منسق المعرفة الجديدة وفي تكنولوجيا وأساليب و سلع وخدمات جديدة وتنقسم المؤسسات الخدمية التي تتنافس على أساس المعرفة إلى ثلاث أنواع وهي:

- ✓ مؤسسات نشاطها الأساسي خلق المعرفة مثل مراكز البحث والتطوير، شركات تصميم البرمجيات.
- ✓ مؤسسات يستلزم تقديم الخدمة فيها معرفة كثيرة مثل المستشفيات و الجامعات.
- ✓ مؤسسات بحاجة إلى المعرفة بشكل متزايد لتطوير الخدمات للمحافظة على الزبائن مثل البنوك، المؤسسات التجارية.

ومن بين الأسباب الرئيسية أيضا التي تجعل المؤسسة تحسن من ميزتها وتتميز بميزات تنافسية جديدة نجد¹²:

4) **ظهور تكنولوجيا جديدة:** يمكن للتغير التكنولوجي أن يخلق فرصاً جديدة في مجالات جديدة كتصميم المنتج باستعمال الإعلام الآلي، طرق التسويق، التسويق الإلكتروني وتظهر حاجة المؤسسة إلى تقديم تكنولوجيا جديدة عن آخر مرحلة من دورة حياة الميزة التنافسية من أجل تخفيض التكلفة أو تدعيم ميزة تميز المنتج، ومن المرحلة الأخيرة تبدأ المؤسسة في تحديد تطوير وتحسين الميزة الحالية أو تقديم ميزة تنافسية جديدة تحقق قيمة أكبر للزبون.

5) **ظهور حاجات جديدة للمستهلك أو تغييرها:** عندما يقوم الزبائن بتنمية حاجات جديدة لديهم، أو تغير أولويات الحاجات فغسل هذه الحالة يحدث تعديل في الميزة التنافسية أو ربما تعديل ميزة تنافسية جديدة

6) **تغيير تكاليف المدخلات:** عادة ما تتغير الميزة التنافسية في حالة حدوث تغيير جوهري في تكاليف المدخلات مثل اليد العاملة، المواد الأولية، الآلات، الاتصالات.....الخ.

المحور الثالث - فرص تنمية الاستثمار الصناعي في ولاية المدية:

تتوفر ولاية المدية على مؤهلات طبيعية هامة تمكنها من الاستثمار وتنمية الابتكار في القطاع الصناعي لتحقيق الميزة التنافسية بالمؤسسات الاقتصادية وتدعيم القطاعات الأخرى من أجل دفع عجلة التنمية نحو الأمام بالولاية ، فالصناعة قطاع مهم يساهم في زيادة المداخيل وامتصاص البطالة من خلال توفير مناصب الشغل الدائمة بالمؤسسات الاقتصادية، كما أنها تساهم في جني العملة الصعبة من خلال تطوير الصناعات القائمة واستحداث صناعات جديدة ذات ميزة تنافسية عالية وتحسين جودة المنتجات المحلية إلى وطنية وحتى عالمية.

أولاً- القدرات الاستثمارية التي تتمتع بها الولاية في قطاع الصناعة: تتوفر ولاية المدية على المواد الأولية اللازمة لمختلف الصناعات ويمكن إحصاء البعض منها فيما يلي:

1) **المواد الأولية الحيوانية:** تزخر ولاية المدية بثروة حيوانية مهمة تمكنها من الحصول على مختلف المواد الأولية اللازمة للصناعة (الجلود الأبقار، الماعز، الأرانب، الصوف، الأوبار).

جدول 01: القدرة الإجمالية للذبح في الولاية سنة 2014

النوع	القدرة اليومية من رؤوس الغنم والماعز	القدرة اليومية من رؤوس البقر
ذبح	390	95
قتل	560	50
المجموع	950	145

المصدر: غرفة الصناعة والتجارة لولاية المدية، ديسمبر 2017.

(2) الثروة الغابية: تتوفر الثروة الغابية بولاية المدية على المواد الخشبية الأولية بكميات معتبرة كما تتوفر الولاية على الأعشاب الطبية المختلفة وعلى النباتات البرية والطرائد الحيوانية البرية النادرة فهي غابة غنية وثرية بالمؤهلات الطبيعية.

(3) الثروة الفلاحية: تزخر الولاية بثروة نباتية تتوزع على أنواع مختلفة من النباتات والمحاصيل الزراعية.

(4) التنظيمات الإدارية لقطاع الصناعة في ولاية المدية: حظي قطاع الصناعة باهتمام كبير أدى إلى توسيع وخلق مناطق صناعية ومناطق جديدة للنشاطات منها

أ- الانطلاق الميداني في تهيئة المنطقة الصناعية بقصر البخاري (200 هكتار)؛

ب- الانطلاق الميداني في تهيئة منطقة النشاط ببوغزول؛

ت- إنشاء وتهيئة منطقة النشاط بالشهبونية بمساحة إجمالية تقدر بـ: 226 هكتار؛

ث- إنشاء منطقة النشاط ببلدية السواقي بمساحة 13.9 هكتار؛

ج- العمل على إنشاء منطقة نشاط في كل بلدية وتهيئتها قصد استيعاب وتوطين الاستثمارات في جل بلديات الولاية مما يتطلب رصد أغلفة مالية لتجسيد هذا الهدف.

(5) الثروة المنجمية: تتوفر الولاية على مجموعة من المؤهلات الصناعية المنجمية تتمثل في السلسنتين، لباريت والدولوميت، إلا أن استخراج هذه الثروة لن يكون ممكنا إلا في حالة قدرة المؤشرات المنجمية على منافسة قدرات الأخرى الموجودة في المناطق المجاورة.

(6) القدرات الاستثمارية المتوفرة في قطاع الصناعة التقليدية: تمتاز المدية بصناعات تقليدية وفنية معتبرة ذات طابع محلي وفني أصيل تعود جذورها إلى عهد قديم توارثته الأجيال وما تزال تصاميم هذه الصناعات تجسدها أنامل أبناء هذه الولاية تمارس في المؤسسات التكوينية ولا زالت حتى بالمنازل وتتمثل أهم هذه الصناعات والحرف في: صناعة الخزف الفني والزليج، صناعة الحلفاء والسلاسل، الطرز على القماش، الصناعة الطينية والفخارية، نسيج الزرابي، نقش وزخرفة الخشب، اللباس التقليدي، فن الطبخ....

خامسا- المحاصيل المحققة في الولاية: حققت ولاية المدية قفزة نوعية في مجال الإنتاج الفلاحي النباتي والحيواني والذي يعد المادة الأولية للعديد من الصناعات خاصة الغذائية منها، بالإضافة إلى تحقيق الإكتفاء الذاتي¹³.

الإنتاج النباتي: يتنوع الإنتاج النباتي في ولاية المدية حسب تنوع وتعدد الأقاليم وتتمثل أهم المحاصيل فيما يلي:

أ- المحاصيل الكبرى: تحتل المحاصيل الكبرى المرتبة الأولى من حيث المساحة وقد حققت أرقام مهمة في هذا القطاع تتمثل فيما يلي:

✓ الحبوب: تحتل مساحة إجمالية تقدر ب120000 هكتار، وقد بلغ معدل الإنتاج خلال الخمس سنوات السابقة 1900000 قنطار، حيث يبلغ معدل إنتاج القمح بنوعيه 1300000 قنطار، وهي كمية معتبرة بإمكانها الرفع من فرص الاستثمار بالولاية.

✓ البقول الجافة: تقدر المساحة الاجمالية لزراعة البقول الجافة ب2200 هكتار، ويبلغ معدل الانتاج فيها 19400 قنطار، وترتكز أساسا هذه الزراعة في المنطقة الوسطى الشرقية من الولاية.

✓ الأعلاف: تفوق المساحة المخصصة لها 3200 هكتار

ب- الأشجار المثمرة والكروم: تحتل زراعة الأشجار المثمرة المرتبة الثانية من حيث المساحة في قطاع الإنتاج النباتي، وتتمثل أهم هذه الأشجار فيما يلي:

✓ الأشجار المثمرة ذات النواة(البذور): تحتل مساحة تقدر ب16800 هكتار وترتكز في المنطقة الشمالية الوسطى والغربية بمعدل إنتاج 660000 قنطار، وتمثل أهم هذه الأشجار: التفاح، الإجاص، المشمش، البرقوق، الكرز، اللوز والتين

✓ الكروم: تحتل مساحة إجمالية تقدر ب4450 هكتار، ويصل معدل الإنتاج في هذه الأخيرة إلى 260000 قنطار.

✓ الزيتون: يعتبر من أهم الشعب المتواجدة بالولاية والتي زاد الاهتمام بها في المرحلة الأخيرة، تقدر المساحة الإجمالية المخصصة لزراعة هذه الأشجار: 8150 هكتار، وترتكز زراعته في المناطق الشمالية الجبلية للولاية وبعض المناطق الجنوبية الغربية، وتعتبر تابلط القطب الأكبر من حيث انتاج الزيتون، وتختص المنطقة الشمالية الشرقية للولاية في إنتاج زيتون الزيت، أما المنطقة الشمالية الغربية فهي متخصصة في إنتاج زيتون المائدة(التعليب)، ويقدر معدل إنتاج الزيتون بنوعيه حوالي: 42000 قنطار.

وقد تم ظهور قطب جديد(المدينة الجديدة لبوغزول)، حيث تمت غراسة مساحات معتبرة من أشجار الزيتون ويرتقب أن يحقق مستقبلا إنتاج وفير في هذا المجال.

ج- الخضروات: تمثل مساحتها الإجمالية حوالي 8700 هكتار، وتتمثل أهم هذه الخضروات في (البطاطا، البصل، الثوم، الجلبانة) وتشتهر المنطقة الشمالية الشرقية للولاية بزراعة مختلف الخضروات

كما تتواجد بالمنطقة الشمالية الغربية زراعة بعض الخضروات خاصة الجلبانة ويقدر معدل إنتاج هذه الخضروات بأنواعها ب 1300000 قنطار، (البطاطا: 500000 ق، البصل: 127000 ق، 53000 ق، الجلبانة 33000 ق، الثوم: 23000 ق).

1. **الإنتاج الحيواني:** لقد أصبحت ولاية المدية تحتل المناصب الريادية في الإنتاج الحيواني فهي ذات مساهمة فعالة في الاقتصاد في الشعب ذات الإنتاج الحيواني وتتمثل أهم هذه المنتجات:
أ/**الحليب:** حقق الاهتمام بشعبة الحليب بلوغ ثماره لتحل ولايتنا مراتب لا يستهان بها في عقود النجاعة المسطرة من 2009 إلى 2014.

- بلغ معدل إنتاج الحليب بين 2012-2014: 106800000 لتر
- عدد رؤوس الأبقار سنة 2014: 53078 رأس منها 24880 حلوب.
تتمركز الدوائر المشكلة لحوض الحليب في المنطقة الشمالية أين يوجد أكبر عدد من الأبقار المحسنة والمطورة ذات إمكانية وراثية عالية كدوائر: المدية، وزرة، تابلاط، بني سليمان، القلب الكبير، البرواقية، سيدي نعمان، العمارية.

ب/**اللحوم:** يعد قطاع هام في تزويد الولاية بكميات هامة من اللحوم الحمراء والبيضاء
- **اللحوم البيضاء:** قدر معدل الإنتاج بين سنتي 2012-2014 ب 194809 قنطار، أما عن عدد طيور دجاج اللحم فبلغ سنة 2014: 8480020 طير، الديك الرومي: 340250 طير، وتعتبر المنطقة الشمالية الشمالية الشرقية جهة تربية الدواجن بامتياز، ويتحسن إنتاجها من عام لآخر.

- **اللحوم الحمراء:** تمثل هذه الأخيرة كمية لا يستهان بها في إنتاج الولاية، حيث قدر إنتاج اللحوم الحمراء في الثلاث سنوات الأخيرة: 107870 قنطار، كما بلغ عدد رؤوس الماشية سنة 2014 في مختلف الأنواع كما يلي: (الأبقار: 62800 رأس، الأغنام: 860442 رأس، الماعز: 100207 رأس)

ت- **البيض:** فاق هذا القطاع كل التوقعات والأهداف المسطرة في عقود النجاعة لبرنامج التجديد الفلاحي والريفي، حيث بلغ 125812000 وحدة، منشآت الإنتاج متركزة في المناطق الشمالية الشرقية للولاية.
ث- **العسل:** تتميز الولاية بإنتاج وفير بلغ في الثلاث سنوات الأخيرة: 1508 قنطار، وتتمثل أهم مناطق تواجده في: تابلاط، وزرة، البرواقية، وامري.

ج- **الصوف:** تتواجد في المنطقة الجنوبية أين توجد تربية الأغنام، تساهم بنسبة 6147 قنطار.

ثانيا- **فرص تنمية الاستثمار الصناعي بولاية المدية:** يمكن ذكر بعض الفرص الاستثمارية تبعا للقدرات التي تتوفر عليها الولاية للنهوض بالقطاع الصناعي لتحقيق الميزة التنافسية:

1) **فرص الاستثمار في الدباغة والجلود:** يمكن الاستثمار في ترقية الدباغة وصناعة الجلود طبقا لما خلصت إليه الدراسة الاقتصادية والاستشرافية التي قام بها مستشاري برنامج الأمم المتحدة للتنمية PNUD حيث تم اختيار شعبة صناعة الأحذية والصناعات الجلدية كشعبة واعدة في الولاية وتم اقتراح 13 بطاقة تقنية لمشاريع ترقية هذه الصناعة وهي كالاتي:

- أ- معالجة ودباغة جلود الأبقار ومختلف الجلود؛
- ب- دباغة جلود الماعز والمواشي؛
- ت- المعالجة الإيكولوجية لجلود الأرانب؛
- ث- وحدة صناعة الغراء الصناعي؛
- ج- وحدة صناعة الأحزمة الجلدية؛
- ح- وحدة إنتاج لوازم الأحذية؛
- خ- صناعة أغلفة مقاعد السيارات؛
- د- وحدة صناعة لوازم جلدية للمكتب؛
- ذ- وحدة صناعة الأحذية الصحية؛
- ر- وحدة لصناعة النعال البلاستيكي؛
- ز- وحدة صناعة الحقائق الجلدية وحقائب اليد للنساء؛
- س- كما يمكن للمكاتب المتخصصة إنشاء مكاتب للتصميمات الخاصة بصناعة الأحذية لمرافقة هذه الصناعة؛

(2) فرص الاستثمار في الثروة المنجمية:

أ- دراسة لتحين و جرد كل القدرات التي تتمتع بها الولاية من مصادر للثروة المنجمية ومحاولة الاستثمار فيها، مع العلم أن قطاع الصناعة قد حدد برامج خاصة بالنسبة للاستثمار في المقالع في آفاق 2030 .

ب- تتمتع ولاية المدية من حيث الثروات المنجمية التي تزخر بها، بفرص كبيرة للاستثمار في العديد من القطاعات الصناعية و مواد البناء وكذا المواد الأولية التي يمكن استخدامها في الصناعات الكيماوية، صناعة الجلود والنسيج...الخ، المتواجدة في الجزء المركزي من المحور الرابط بين البرواقية - أولاد دايد ، السواقي و جواب.

(3) فرص الاستثمار في الثروة الغابية والمنتجات الفلاحية:

- أ- الاستثمار في الصناعات الخشبية المختلفة؛
- ب- الاستثمار في صناعة الأدوية والمستخلصات الطبية؛
- ت- تطوير الصناعات الغذائية؛

(4) فرص الاستثمار في قطاع الصناعة التقليدية:

- أ- إنشاء فضاءات ومساحات لممارسة نشاطات الصناعة التقليدية؛
- ب- الحرص على تكوين وتأطير الشباب بالحرف التي تزخر بها الولاية؛
- ت- استغلال المواهب والكفاءات التي تتوفر عليها الولاية وأخذها بعين الاعتبار؛

ث- المشاركة بالمنتجات الفنية والتقليدية التي تزخر بها الولاية في المعارض والصالونات الدولية للتعريف بالمنتجات المحلية؛

ج- ترقية المنتجات المحلية إلى منتجات قابل للتصدير.

ح- جلب التكنولوجيات الحديثة لتطوير المنتجات المحلية وترقيتها.

(5) فرص الاستثمار الصناعي من خلال امتصاص الفائض من الموارد الفلاحية المتوفرة في ولاية

المدية: تبعث كل هذه المؤهلات التي تتميز بها الولاية على الاستثمار وتطوير واستغلال القطاع

الفلاحي وإشراكه بالقطاع الصناعي كما يلي:

أ- امتصاص الفائض من المنتجات الفلاحية:

▪ إنشاء المطاحن والمصانع لامتصاص المواد الأولية من القمح والحبوب وتطوير هذه الصناعة الغذائية لتحقيق الاكتفاء الذاتي وترقية المنتجات إلى العالمية.

▪ تم إنشاء قطب جديد لإنتاج الزيتون بمدينة بوغزول مما يوفر فرص إنشاء وحدات تعليب الزيتون، إنشاء المعاصر في هذه المنطقة، حيث وبالرغم من الإنتاج الوفير الذي تتميز به الولاية لاتتواجد سوى 9 معاصر للزيتون منها 5 حديثة وتتواجد كلها في تابلاط.

▪ تتوفر الخضار والفواكه الموسمية بكثرة مما يتيح لها الفرصة للاستثمار الصناعي في إنشاء وحدات لتعبئة واستغلال الفائض من الإنتاج، وحدات صناعة المربي، وحدات التجفيف، إنشاء وحدات التجهيز، إنتاج وحدات التحويل، إنشاء وحدات التخزين بالتبريد، وحدات استخدام آلية الضغط لاستغلال منتجات الأشجار المثمرة والفواكه الموسمية.

▪ صناعة وتحويل اللحوم الحمراء والبيضاء وانجاز مذابح خاصة بذلك، إضافة إلى اعداد مراكز تبريد وتجميد حسب المعايير الدولية من أجل الوصول إلى منتجات ذات جودة عالية قابلة للتصدير.

▪ انجاز الملبنات وتطوير صناعة مختلف مشتقات الحليب وتطوير نوعيتها وجودتها.

ب- فرص الاستثمار الصناعي في الثروة الغابية: تزخر ولاية المدية بثروة غابية هامة تمكنها من الاستثمار في مختلف المجالات النباتية والحيوانية وحتى الصيدلانية والعلاجية .

• استغلال المنتجات الغابية:

✓ الخشب: يقدر إنتاج الخشب ب 6000 م³ سنويا مما يمكن من استغلال وتحويله كما يلي: (صناعة الشاليهات، ديكورات القاعات والمكاتب، بناء الأكشاك، عتاد الترفيه، تهيئة المساحات الخضراء، منشآت حضرية).

✓ الفلين: جني وتحويل الفلين، حيث يقدر الانتاج 200 قنطار سنويا: (لوحات عازلة لاستعمالات مختلفة، سدادات للقارورات)

✓ طحن الخشب: تصنيع الصناديق، إنشاء مقومات للمطاعم والفنادق

• تكييف و تحويل الأعشاب الطبيعية: تتوفر الولاية على منتجات شبه غابية ذات قيمة تجارية عالية.

- ✓ **الفستق:** مصدر ذو قيمة غذائية عالية غنية بالفيتامين E و مضادات لأكسدة: شجرة — 10كغ إلى 15 كغ في السنة،— 20 يورو.
- ✓ **الخروب:** غني جدا بالألياف و مضادات الأكسدة: شجرة — 300 إلى 800 كغ في السنة
- ✓ **التين الشوكي:** يحتوي على زيوت ذات فوائد طبية وتجميلية تستعمل في معالجة السكري النوع الثاني وآلام المعدة والإسهال.
- ✓ **الصنوبر الحلبي:** زيوت أساسية تستعمل في معالجة الربو وتستخرج منه الكثير من المواد الصمغية: شجرة— 03 إلى 05كغ في السنة، 1 كغ — 0,7 يورو.
- ✓ **الصنوبر الثمري:** تستعمل ثماره في صناعة المستحضرات الطبية وكذلك الغذائية ويأتي عن طريق التشجير في منطقة (أولاد ابراهيم). شجرة — 02 إلى 03 كغ صافي في السنة، 1كغ — 30 يورو.
- ✓ **الصبار:** تستخرج منه مواد صيدلانية مختلفة تدخل في صناعة مواد التجميل و منظفات الأسنان وهو مطلوب بكثرة في هذا المجال.
- ✓ **الخرزامة:** زيوت الأساسية تستعمل في الدباغة و المطهرات و العطور.
- ✓ **اكليل الجبل:** تستعمل أوراقه و سيقانه لانتاج الزيوت و المستحضرات الصيدلانية.
- ✓ **الزعرتر:** تستخرج منه مواد صيدلانية مختلفة تدخل في صناعة مواد التجميل ومنظفات الأسنان وهو مطلوب بكثرة .
- ✓ **جني الثمار الغابية:** تستهلك هته الثمار على طبيعتها أو كمصبرات غذائية كما تستعمل في صناعة المحليات (ياوورت و الحلويات).
- ✓ **صناعة أغذية الأنعام:** تتوفر الغابات على أكثر الثمار التي تدخل في صناعة أغذية الأنعام و منها على الخصوص (ثمار البلوط، بلوط الفلين، الخروب، الخروب الشوكي، الروبينيا).
- الاستثمار في المؤسسات الاقتصادية الخاصة في القطاع الصناعي: سنذكر فيما يلي أهم المشاريع المنجزة والتي في طور الانجاز في هذا القطاع:
- **المشاريع المعتمدة من قبل لجنة CALPIREF في القطاع الصناعي:** لقد تم اعتماد عدد معتبر من المشاريع الصناعية من قبل اللجنة الولائية منذ بداية نشاطها يمكن توضيحها فيما يلي:

جدول 02: المشاريع الصناعية المعتمدة من قبل لجنة CALPIREF

نوع الصناعة	عدد المشاريع	عدد العمال	المبلغ الإجمالي (دج)	مناطق النشاط
صناعة الجلود	4	169	150407535	ذراع السمار
صناعة الخشب والورق	20	2722	7847872809	البرواقية، بوغزول، شلالة العذاورة، حربيل، قصر البخاري، ذراع السمار، الشهبونية
صناعة النسيج	6	702	1742635671	وزرة، شلالة العذاورة، المدينة، قصر البخاري
صناعة ميكانيكية	17	2516	1407732768	الشهبونية، قصر البخاري، حربيل، ذراع، بوغزول، عين بوسيف، البرواقية
صناعة المعادن	21	2489	6919433114	البرواقية، بوغزول، الشهبونية، ذراع السمار، حربيل، قصر البخاري، مجبر
صناعة المطاط والبلاستيك	21	2591	12130424285	الشهبونية، بوغزول، شلالة العذاورة، ذراع السمار، قصر البخاري، وزرة، السواقي
صناعات مختلفة	35	5755	22582234571	بوغزول، الشهبونية، قصر البخاري، المدينة، ذراع السمار، وزرة
مواد البناء	84	9960	36266458849	بوغزول، عزيز، البواعيش، الشهبونية، ذراع السمار، حربيل، العمارية، قصر، مزغنة
المجموع	208	26904	89047199603	/

المصدر: من إعداد الطالبة بالإعتماد على المعلومات المقدمة من مديرية الصناعة والمناجم، ديسمبر 2017.

1. تم اعتماد 208 مشروع في قطاع الصناعة من قبل اللجنة الولائية، تتوزع على مختلف الأنشطة منها صناعة الجلود، صناعة الخشب والورق، صناعة البلاستيك، المعادن، مواد البناء، بالإضافة إلى مجموعة مختلفة من الصناعات بمبلغ إجمالي 89047199603 دج، وقد عدد العمال في القطاع 26904 عامل، حيث توجد 3 مؤسسات دخلت حيز التشغيل (أثاث مدرسي وجامعي، مؤسسة لتحويل المعادن (عراب ميتال)، مؤسسة لإنتاج مواد البناء (ENVIBAG)، كما ان العديد من هذه المؤسسات هو في طور الإنجاز.

2. الصناعة التقليدية: تتمتع ولاية المدية بالعديد من الصناعات التقليدية خاصة الصناعة التقليدية الفنية بالإضافة إلى الصناعة التقليدية لإنتاج مختلف المواد القابلة للاستعمال النفعي.

المحور الرابع - أمثلة عن بعض المؤسسات الاقتصادية بولاية المدية:

أولاً: الصناعة الجلدية في ولاية المدية: بدأت الصناعة الجلدية في ولاية المدية سنة 1970 من قبل جمعية تتكون من 12 عضو، وتطورت هذه الأخيرة في الولاية حيث أصبح إنتاج الأحذية بالولاية 70% من الإنتاج الوطني، ويمثل الجدول التالي عدد المنتجين المسجلين بالولاية في أكتوبر 2015.

جدول 03: عدد منتجي الأحذية المسجلين بالولاية في أكتوبر 2015

إنتاج الأحذية	العدد
الإنتاج الصناعي للأحذية (شخص طبيعى)	160
الإنتاج الصناعي للأحذية (شخص معنوي)	13
إنتاج الأحذية التقليدية ومكونات الأحذية	150

المصدر: غرفة التجارة والصناعة لولاية المدية، ماي 2017.

يتمركز إنتاج الأحذية في مدينة المدية مع استغلال اليد العاملة المؤهلة، ويمثل القطاع ب 323 منتج بالإضافة إلى اقتحام العديد من المنتجين غير المسجلين رسميا في القطاع مجال صناعة الأحذية، وهو مجال خصب قابل للتطوير والابتكار حيث يمكنه تحقيق الاكتفاء الذاتي وحتى التصدير.

جدول 04: تطور الصادرات الجزائرية للأحذية من 2009 إلى 2014:

السنة/ الكمية	2009	2010	2011	2012	2013	2014
الكمية(طن)	17	4	2	_	2	8
القيمة(الدولار)	169	13	45	_	15	310
سعر الوحدة دولار/طن	9941	3250	22500	_	7500	38750

المصدر: غرفة التجارة والصناعة لولاية المدية، ماي 2017.

تقع ولاية المدية على رأس قائمة المصدرين لإنتاج الأحذية والصناعات الجلدية الأخرى، إضافة إلى الصادرات غير الشرعية لبعض الدول المجاورة مثل تونس، مالي والنيجر وبالتالي فإن قطاع الصناعة الجلدية يلعب دورا هاما في تنمية الابتكار الصناعي وتحقيق الميزة التنافسية للمؤسسات الاقتصادية كما أنه يساهم في تحقيق التنمية الاقتصادية في الولاية ويساهم في تحقيق التنمية الوطنية.

ثانيا- شركة RADIA-METAL: هي شركة متخصصة في إنتاج أجهزة التدفئة تتواجد في ولاية المدية، تتمثل المصادر التي يعتمد عليها في الحديد، حيث بدأ عمله بالتعامل مع شركة أنابيب الجزائر لمدة 5 سنوات في الحصول على المادة الأولية، إلا أنه كان يتلقى صعوبات في الحصول عليها إضافة إلى قلة جودة هذه الأخيرة، ومنذ سنة 2007 أصبح يستورد المادة الأولية من فرنسا بأسعار منخفضة وذات جودة عالية، بالإضافة إلى استيراد الدهان اللازم من تركيا¹⁴.

1. **مدى تحقيق المستثمر الميزة التنافسية:** يعتبر المنتج الوحيد في الجزائر لهذا المنتج، بالإضافة إلى منافسين محليين في هذا المجال: الأول في قسنطينة (VOLCAN)، والثاني في باتنة (-SOBA METAL).

- يتعامل المستثمر مع حوالي 1000 مقاول موزعة على 20 ولاية في الوطن، بالإضافة إلى التعامل مع بعض محلات الجملة التجارية (الحميس، العلمة، وهران)، ومجموعة من محلات التجزئة.
 - يوظف حوالي 20 عامل ويرغب في رفع الإنتاجية والوصول إلى توظيف 60 عامل.
 - متحصل على شهادة التصدير (ISO)، ويرغب في تحسين نوعية المنتج لتصديره.
2. **الصعوبات والعراقيل التي يعاني منها المستثمر:** عدم قدرة المستثمر تحويل الإنتاج إلى أوتوماتيكي نظرا لعدم رغبته في تسريح العمال ومراعات وضعياتهم بالإضافة إلى الصعوبات التالية التي يعاني منها:

- قلة أسواق تصريف منتجاته نظرا لإغراق الأسواق بالمنتجات المستوردة، ومن أمثلة ذلك استيراد المنتج الصيني (آخر جدوى) بأسعار أعلى من المنتج الجزائري (سعر المنتج الجزائري 40% أقل من سعر المنتج الصيني)، وتستورد الدولة حوالي 80% من الصين، و20% من إيطاليا، فرنسا، تركيا.
 - رغبته في الحصول على آلة الصيغ الأوتوماتيكية من أجل الحصول على منتج قابل للتصدير، إلا أن مصادره الخاصة غير كافية وعدم وجود بنك إسلامي للقروض حال بينه وبين الحصول عليها.
- ثالثا- شركة إنتاج العتاد الطبي:** بدأ هذا المستثمر في إنتاج الأثاث المدرسي بآلة تلحيم وآلة قص ومكينتين سنة 1986، وياشر عمله رفقة عاملين، في محل بمساحة 75م²، ثم قام بتوسعة المحل عن طريق انتقاله إلى المنطقة الصناعية بذراع السمار وذلك عن طريق كراء محل لمدة 5 سنوات، وبعد ذلك انتقل إلى البرواقية لممارسة نشاطه، وأصبح يشتغل في تجهيز المدارس والجامعات مع الدولة مباشرة، إضافة إلى أعماله الخاصة، وبظهور العديد من المنافسين في هذه الصناعة في الولاية وحتى خارج إقليم الولاية فكر في تغيير الصناعة وتخصص في إنتاج التجهيزات الطبية، كما توجد شركتين في الجزائر متخصصتين في نفس المنتج تعتبر منافستين لهذا المستثمر (بجاية، الجزائر)¹⁵.
1. **دور المنتج في تحقيق الميزة التنافسية:** يساهم المستثمر في خلق ثروة وتوفير مناصب شغل جديدة من خلال:

- المساهمة في الاقتصاد المحلي للولاية وحتى الوطني من خلال توفير المنتج محليا وامتصاص البطالة بالإضافة إلى تسويق المنتج إلى مختلف الولايات والرغبة في تصديره إلى البلدان المجاورة الإفريقية،
- أسعار معقولة جدا تساهم في تسهيل الحصول على هذه الأجهزة من قبل المرضى والمؤسسات الصحية، بالإضافة إلى الحد من استيرادها واستنزاف العملة الصعبة؛

2. **الصعوبات والعراقيل:**

- نقص اليد العاملة المؤهلة والتسيير الإداري

▪ استيراد المحركات الطبية من الخارج (Vira Gaz) +المحرك الكهربائي (VIRA ELECTRIQUE)، إضافة إلى استيراد المادة الأولية من الخارج حيث يوجد جزء منها محليا ولكن بنسب قليلة.

▪ افتقار المؤسسة إلى آلة تركيب وصبغ هذا المنتج لموافقة المنتج معايير التصدير، نظرا لغلاء هذه الآلة، (تكلف المستثمر 2 مليار سنتيم)، ولم يجد هذا الأخير التسهيلات الائتمانية للحصول على المبلغ اللازم (LA CHAINE DE LA PEINTURE EPOXY).

▪ تحطيم المنتج المحلي بالاستيراد، وعدم أخذ الحرفيين والمستثمرين الأكفاء بعين الاعتبار في الدولة.

3. **الآفاق المستقبلية للمستثمر في هذه الصناعة:** يرغب المستثمر في توسعة المجال الطبي، آلات المعاقين، طاوولات الولادة، طاوولات خاصة لإجراء الفحوصات الطبية، طاوولات لإجراء الفحوصات الطبية النسوية، طاوولات التوليد للأطباء العموميين، أسرة المعاقين المنزلية، رافعة المريض، طاولة متعددة الوضعيات خاصة بالمعاقين، طاوولات خاصة بصالونات التجميل).

ثالثا- **معمل متخصص في الصناعات التقليدية:** يوجد حوالي 220 منتج تتنوع بين منتجات التزيين، الطبخ، منتجات أخرى)، يشرف عليه حرفي متخصص في ولاية المدية ومن أهم المزايا التنافسية التي تحققها هذه الصناعة نجد¹⁶:

- يوظف مجموعة من الفتيات، وثلاث طالبات مكونات؛
- يسوق هذا المنتج عبر المعارض والصالونات الوطنية والدولية في الصناعة التقليدية، وذلك لاكتساب الخبرة، جلب الأنظار وفرض الوجود في المحيط الحرفي؛
- تزويد السوق الجزائرية عن طريق محلات تجار الجملة وتجار التجزئة بالمنتجات الفنية.

1. **الصعوبات والعراقيل:**

- استيراد المادة الأولية (البرتغال _ اسبانيا _ ايطاليا)، مما يصعب عمل الحرفي كما أن المستوردين للمادة الأولية بإمكانهم المتاجرة في مواد أولية لا يرغب بها الحرفي وبالتالي فهو مضطر لتقبل كل ما يقدم إليه، حيث توجد المادة الأولية الأساسية في الجزائر إلا أنها تحتاج معالجة بسيطة؛
- بالإضافة إلى عدم توفره على محل للإنتاج به، ويضطر لكرام محلات وفضاءات لممارسة نشاطه؛
- سوء التسيير الإداري وإغراق السوق المحلية بالاستيراد.

2. **الطموحات:** يتمتع المستثمر بشهادة السماح باستغلال المادة الأولية من المناجم كما أنه يكتسب موهبة جيدة تمكنه من تطوير المنتج إلى منتج قابل للتصدير وبالتالي فهو يرغب في الرقي إلى مستوى الإنتاج الوطني لتغطية السوق المحلية والرغبة في المساهمة في التصدير.

إضافة إلى هذا توجد العديد من الشركات الأخرى المتخصصة في مختلف الصناعات (النسيج بشلالة العداورة، الجلود بولاية المدية...) مما يدل على الاهتمام بالقطاع والسعي وراء تحقيق القيمة المضافة منه، وتوفير مواد مصنعة مختلفة ومنافسة بإمكانها المساهمة في الاقتصاد الوطني وذلك عن طريق الحد من الواردات وتشجيع الصادرات، إضافة إلى امتصاص البطالة وتوفير مناصب الشغل الدائمة.

خاتمة:

من خلال العرض السابق يتبين أن الفرص الاستثمارية التي تتوفر عليها ولاية المدية في القطاع الصناعي تمكن مختلف المؤسسات الاقتصادية من تحقيق الميزة التنافسية كما أنه يمكن الولاية من تحقيق التنمية المحلية والمساهمة في التنمية الوطنية خاصة فيما يتعلق بالصناعة الجلدية والصناعات التقليدية المختلفة في ظل الظروف الراهنة كبديل اقتصادي لقطاع المحروقات.

حيث عرف قطاع الصناعة إقبالا كبيرا من المستثمرين خاصة بعد صدور القوانين الخاصة بمنح التحفيزات الجبائية والتسهيلات الإدارية التي عرفها الاستثمار في القطاع الصناعي، بالإضافة إلى تطور توفير الخدمات من خلال تطور شبكات الربط بالغاز الطبيعي والكهرباء وتوفير محطات التزويد بالطاقة في مختلف أنحاء الولاية لتسهيل الحصول عليها وفك العزلة عن مختلف أنحاء الولاية حيث تخلص الدراسة التي بين أيدينا إلى التوصيات التالية:

- اسغلال الموارد الطبيعية التي تتوفر عليها ولاية المدية في قطاع الصناعة؛
- تكييف وتحويل مختلف الموارد الفلاحية التي تحويها الولاية لرفع إنتاجية المؤسسات الاقتصادية وتحسين ميزتها التنافسية بالولاية؛
- تدعيم المؤسسات الاقتصادية بالمؤهلات اللازمة للارتقاء بالمنتوج المحلي إلى العالمية؛
- تأطير وتكوين العمال المتخصصين لرفع جودة المنتجات المحلية؛
- مواكبة التكنولوجيا الحديثة في مختلف المؤسسات الاقتصادية.

قائمة المراجع:

- 1: بضياف العيد، المؤسسة الاقتصادية بين أهدافها وتحقيق التنمية المستدامة، الجزائر: جامعة قاصدي مرباح ، ورقلة، 2012-2013، ص 11، 12.
- 2: السعيد بلوم، أساليب الرقابة ودورها في تقييم أداء المؤسسة الاقتصادية (دراسة ميدانية)، الجزائر: جامعة منتوري - قسنطينة، ص 81، 82، 89.
- 3: بكوش لطيفة، خلف منى، عيشوش عواطف ، المؤسسة الاقتصادية ودور الدولة، الجزائر: جامعة محمد خيضر بسكرة، 2007-2008 ص 5.
- 4: أحلام مخبي ، تقييم المؤسسة من وجهة نظر البنك، الجزائر: جامعة منتوري، 2006-2027، ص ص17، 18. بتصرف.
- 5: نبيل مرسي خليل، الميزة التنافسية في مجال الأعمال ،مركز الإسكندرية، مصر، 1998 ص 37 .
- 6: نبيل مرسي خليل، نفس المرجع، ص 85.
- 7: عمار بوتناف، الميزة التنافسية في المؤسسة ، رسالة ماجستير ، جامعة الجزائر، 2002، ص 60.
- 8: طلعا أسعد عبد المجيد، التسويق الفعال الأساسيات و التطبيق، مصر، دار المتحدة للإعلان، ص 188.
- 9: علي السلمي ،إدارة التمييز، نماذج وتقنيات الإدارة في عصر المعرفة، الدارة الجامعية للطبع والنشر والتوزيع ،2001، ص 200.
- 10: نفس المرجع السابق، ص 202.
- 11: نفس المرجع السابق، ص 203.
- 12: مديرية المصالح الفلاحية، معلومات مقدمة في سبتمبر 2017.
- 13: مقابلة مع المستثمر محمد عسكري، مدير شركة RADIA-METAL، متحصل على شهادة تقني سامي في أشغال البناء سنة 1976، وسباك في أجهزة التدفئة سنة 1978 برويبة.
- 14: مقابلة مع المستثمر باشن محمد، متخصص في تصنيع وتصليح البواخر، خريج المعهد الوطني للبحرية التجارية ODESSA، في الاتحاد السوفياتي عام 1972.

15 : مقابلة مع الحرفي باشن محمد، خريج المدرسة العليا للفنون الجميلة، الجزائر 1996،
تابع الدراسة في مدرسة متخصصة في الخزف الفني وتحصل على شهادة إعادة صنع
القطع الأثرية من جامعة MADRID COMPLUTEUCE ، قسم التاريخ والجغرافيا.
16: المرجع نفسه.
