

الأداء مجلة

مجلة علمية دورية محكمة تصدر عن مخبر رأس المال البشري والأداء

العدد (2)، 2020

مردم: 2773 - 3181



مخبر رأس المال البشري والأداء
Human Capital and Performance Laboratory

Performance Review
Number (2)

مجلة رأس المال البشري والأداء
العدد (2)

Performance Review

*The Scientific Periodical Journal
of Human Capital and Performance Laboratory*

ISSN: 2773 - 3181

Number (2), 2020



مخبر رأس المال البشري والأداء
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
جامعة الجزائر 3
ابراهيم سلطان شيبوط

العنوان: 2، شارع أحمد واكد، دالي ابراهيم، الجزائر.
الموقع الإلكتروني: www.univ-alger3.dz/labos/hcpl

الهاتف/الفاكس: +213(0) 21.91.06.08

جامعة الجزائر3
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
مجلة الأداء



مجلة علمية دورية محكمة تصدر عن مختبر رأس المال البشري والأداء
العدد (02)، 2020

جامعة الجزائر3
كلية العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير
مخبر رأس المال البشري والأداء
مجلة الأداء
مجلة علمية دورية محكمة



مدير المجلة: أ.د. كيسرى مسعود

رئيس التحرير: د/ حسين زكريا

أعضاء هيئة التحرير:

د/مختار رحمانى حكيمة

د/ جدي أسماء

د/أيت أوقاسي فتيحة

د/سكر كنزة

أ/سعيدى نبيهة

سكريتارية:

أ/علاق حنان

أ/ حميش كهينة

مقر سكريتارية المجلة:

مخبر رأس المال البشري والأداء، كلية العلوم الاقتصادية وعلوم التجارية وعلوم التسيير،

جامعة الجزائر3، دالي إبراهيم

البريد الإلكتروني: perfreview.ua3@gmail.com

الموقع الإلكتروني: ./www.univ-alger3.dz/labos/hcpl/

أعضاء الهيئة العلمية

أ.د أفاقم قادة	جامعة الجزائر 3
أ.د كيسرى مسعود	جامعة الجزائر 3
أ.د عبد الله علي	جامعة تمنراست
أ.د شبايكي سعدان	جامعة الجزائر 3
أ.د لخلف عثمان	المركز الجامعي تيبازة
أ.د بومدين يوسف	جامعة الجزائر 3
أ.د حشماوي محمد	المدرسة العليا للتسيير والاقتصاد الرقمي - القليعة-
أ.د براق محمد	المدرسة العليا للتجارة - القليعة-
أ.د عولمي بسمة	جامعة برج باجي مختار عنابة
أ.د كواش خالد	جامعة الجزائر 3
أ.د سويبي عبد الوهاب	جامعة بومرداس
أ.د بوزيدة حميد	جامعة بومرداس
أ.د مغاري عبد الرحمن	جامعة بومرداس
أ.د زغدار أحمد	جامعة الجزائر 3
أ.د غول فرحات	جامعة الجزائر 3
أ.د فوضيل فارس	جامعة الجزائر 3
أ.د خالفي علي	جامعة الجزائر 3
أ.د زايد مراد	جامعة الجزائر 3
أ.د يركي حسين	جامعة المدية
أ.د مجيطنة مسعود	جامعة الجزائر 3
أ.د عيساني نور الدين	جامعة الجزائر 2
أ.د ويصال أحمد	مدير مركز دراسات الشرق الأوسط- تركيا -
أ.د سكر فاطمة الزهراء	جامعة الجزائر 3
أ.د فلاح خلف علي الربيعي	جامعة المستنصرية - العراق-

أ.د حامد مولود علي الرك	جامعة صبراتة - ليبيا-
د. صافي عبد القادر	جامعة الجزائر 3
د. قديد فوزية	جامعة الجزائر 3
د. ياسف حسبية	المدرسة الوطنية العليا للإحصاء والاقتصاد التطبيقي - القليعة -
د. بلمهدي طارق	جامعة الجزائر 3
د. موهوني مليكة	جامعة الجزائر 3
د. شيهاني سهام	جامعة الجزائر 3
د. بلحمري خيرة	جامعة المدية
د. العربي نعيمة	جامعة الجزائر 3
د. بوشعير لويزة	جامعة الجزائر 3
د. طاهري بشير	جامعة الجزائر 3
د. لعراب سارة	جامعة الجزائر 3
د. رياض مريم	المركز الجامعي تيبازة
د. بونيهي مريم	المركز الجامعي تيبازة
د. زروخي فيروز	جامعة الشلف
د. بركان أسماء	المركز الجامعي تيبازة
د احمد مخلوف	جامعة الأردنية - الأردن -



مجلة الأداء

مجلة علمية دولية محكمة متخصصة في
العلوم الاقتصادية والعلوم التجارية وعلوم التسيير،
العلوم الإنسانية والقانونية



تصدر عن مخبر رأس المال البشري والأداء بجامعة الجزائر3

قواعد النشر بالمجلة

تعد مجلة الأداء هي مالكة المادة العلمية المنشورة، وتحفظ بكافة حقوق النشر في كافة الأبحاث التي تنشر فيها. وانتقال حقوق طبع ونشر محتويات الأعداد إلى المجلة يتم وفق البنود الآتية:

■ تنشر مجلة الأداء الأبحاث الاقتصادية والعلوم الإنسانية والاجتماعية والقانونية باللغات العربية والإنجليزية والفرنسية، على أن يكون البحث المقدم للنشر لم ينشر أو قدم للنشر في مجلات أو ملتقيات أخرى.

■ يرسل المقال المراد نشره بالمجلة إلكترونياً إلى رئاسة التحرير مرفوقاً باسم الباحث أو الباحثين ودرجاتهم العلمية، وأماكن عملهم مع ذكر البريد المهني ومخبر الانتماء، ويتم إشعارهم إلكترونياً باستلامه.

■ ضرورة استخدام نمط الاقتباس والتوثيق مع الأسلوب المعتمد من قبل APA.
■ يجب إعطاء الملاحظات الواردة في قالب المجلة الأهمية القصوى خلال إعداد المقال، وكل المقالات الوارد التي تخالف الشروط سترفض شكلاً دون مرورها على التقييم العلمي.

■ تدرج البيانات والمعلومات غير الضرورية داخل النص في الملاحق، حيث تعطي توضيحات مهمة لفهم أكثر لما ورد في المقال.

■ ضرورة إدراج التعهد في آخر المقال.
■ لا تقل عدد صفحات المقال يقل عن 10 صفحات.

■ يصبح البحث المنشور ملكاً للمجلة ولا يجوز إعادة نشره في أماكن أخرى.
■ تعبر المواد المنشورة عن آراء أصحابها، ولا تعكس بالضرورة وجهة نظر المجلة أو الكلية.

■ يمكن للمجلة أن تعدل في شكل المقالة دون المساس بمحتواها.

■ يرسل المقال على البريد الإلكتروني perfreview.ua3@gmail.com

مجلة الأداء
مجلة علمية دورية محكمة
مخبر رأس المال البشري والأداء



العدد (2)، 2020

الرقم	الفهرس	الصفحة
-	الإفتتاحية	7
1	جامعة بومرداس جامعة الجزائر 3 مغاري عبد الرحمان. كيسرى مسعود	35-8 دوافع تغيير العملة الوطنية وشروط النجاح - دراسة إمكانية لجوء الجزائر لتغيير الدينار الجزائري -
2	جامعة جيلالي بونعامة خميس مليانة بن عمارة سماعيل	48 - 36 مواقع التواصل الاجتماعي كدعامة لتطبيق البقطة الإستراتيجية في المؤسسة
3	المركز الجامعي تبيازة بونيهي مريم	59 - 49 الصيرفة الالكترونية ودورها في تسوية عمليات الدفع في ظل التجارة الالكترونية
4	جامعة الجزائر 3 تبانى أمال سموم عائشة	76 - 60 تقييم الاستثمار الأجنبي في الجزائر: من انعكاسات القاعدة 49/51 إلى أثر فيروس كوفيد 19 - دراسة حالة قطاع النقل -
5	Université Oran2 Benhaddou Khedidja Soumeya Azzemou Rabia	91 - 77 Impact du tourisme sur la création de l'emploi Tourism Impact on Job Creation
6	Centre universitaire de Tipaza AoudiaKahina .RadjefNacera	103 - 92 L'importance des infrastructures pour le développement du tourisme en Algérie
7	Centre universitaire de Tipaza RIAD Meriem AKHENAK Atmane	123 - 104 Modernisation du secteur du transport maritime: Acteurs, Enjeux et pratiques-Modèles Européen et latino-américain

Impact du tourisme sur la création de l'emploi

Benhaddou Khedidja Soumeiya*¹, Azzemou Rabia²

1. Département des Sciences Commerciales, Faculté des Sciences Économiques, Sciences Commerciales et des Sciences de Gestion. Université Oran2, Algérie, LAMEOR. benhaddou31@hotmail.fr
2. Département d'Informatique, Faculté des Sciences, Université des Sciences et de la Technologie d'Oran (USTO), Algérie, CREAD .rebea.azzemou@univ-usto.dz

date de réception: 07 septembre 2020

Date d'acceptation :08 novembre 2020

date de publication:decembre 202

Résumé: Le secteur du tourisme contribue au développement économique et demeure un levier pour le développement durable. C'est un puissant outil de création d'emplois et une force motrice de la croissance économique et du développement. Il participe à la réduction de la pauvreté et à la promotion du développement socioéconomique et du travail décent. Le tourisme génère aujourd'hui 10 % des emplois dans le monde (Unesco, 2019). Dans ce contexte, notre article a pour objectif de présenter l'importance économique du secteur du tourisme comme générateur d'emploi et de la nécessité d'investir dans le capital humain pour l'industrie touristique afin de promouvoir les destinations touristiques, développer l'économie et réaliser les avantages compétitifs à travers une analyse des indicateurs du secteur du tourisme en Algérie.

Mots clé : tourisme, emploi, développement, capital humain.

Classification du JEL: Z32,J24,O15 .

Abstract:

The tourism sector contributes to the economic development and remains a lever for sustainable development. It is a powerful job creation tool and a driving force for economic growth and development. It participates in poverty reduction and the promotion of socio-economic development and decent work. Tourism today generates 10% of jobs in the world (Unesco, 2019). In this context, our article aims to present the economic importance of the tourism sector as a generator of employment and the need to invest in human capital for the tourism industry in order to promote tourist destinations, develop the economy and achieve competitive advantages through an analysis of indicators of the tourism sector in Algeria.

Key words: tourism, employment, development, human capital, Algeria

1. Introduction :

Dépendante de la rente pétrolière et face à la crise économique engendrée par la chute du prix du pétrole, l'Algérie se trouve dans l'obligation de diversifier son économie et de trouver d'autres alternatives au secteur des hydrocarbures. Le nouveau modèle de croissance économique adopté en 2015 s'appuie, d'une part sur une approche renouvelée de la politique budgétaire avec une trajectoire 2016-2019 et d'autre part sur une perspective

* Benhaddou Khedidja Soumeiya, benhaddou31@hotmail.fr

de diversification et de transformation de l'économie à l'horizon 2030 à travers quatre grands secteurs : (1) électronique, construction de satellites, production d'équipements de télécommunications, (2) économie numérique, (3) production de services de connaissances et (4) les industries touristiques et culturelles (patrimoine, architectural, cuisine, artisanat, musique) (Ministère des finances, 2016). C'est ce qui a été prédit par le futuriste John Naisbit que l'économie du vingt et unième siècle sera dirigée par trois services : la technologie de l'information, les télécommunications et le tourisme (Okonkwo, 2017 ; Kelley, 1997). C'est la raison pour laquelle nous avons choisi le secteur du tourisme qui pourrait être une activité économique prometteuse.

Le tourisme est un secteur économique vital car il génère des recettes d'une part, par la consommation des biens et services par les touristes et d'autre part par les taxes imposées sur les entreprises et les activités touristiques. Il crée de l'emploi dans les entreprises de service en relation avec le tourisme telles que les entreprises de transport (aérien, ferroviaire), les entreprises hôtelières (hôtels, restaurants) et les lieux d'attraction (centres commerciaux) mais reste un secteur fragile et sensible aux changements politiques, sécuritaires, sociaux, économiques et financiers. Eliott (1997) considère le tourisme comme une des industries fortes dans le monde. Il a été remarqué que le tourisme représente pour certains pays une potentialité significative pour le développement futur et pour d'autres, il représente une diversification de leur économie. Le développement du tourisme est l'affaire de tous car il affecte toute la société (Kotler, 2017 ; Bizan, 2009).

A l'instar des autres pays en développement et grâce à ses potentialités touristiques, l'Algérie, pourrait faire du tourisme une option de développement économique durable et fiable notamment dans la création de l'emploi pour différents profils et la réduction du chômage.

Le développement du tourisme en Algérie repose sur une vision projetée à l'horizon 2030 par le Schéma directeur de l'aménagement touristique (SDAT), adopté en 2008 par le gouvernement en tant que référence politique et stratégique et constitue une feuille de route de l'Etat pour la mise en œuvre du tourisme (DIVECO, 2013). La mise en œuvre du tourisme a débuté en 2015 et prendra fin 2030. Cette phase ne peut se faire sans la création d'emplois et sans un capital humain performant.

Le tourisme est un fort demandeur de main d'œuvre directe et indirecte. En effet, un emploi dans le tourisme représente près de 10% du total des emplois dans le monde (Direction générale des entreprises, 2017).

Dans ce contexte, quel est le rôle du tourisme dans le développement ? Quels sont ses interactions avec l'emploi ? Quel est la situation du tourisme en Algérie et en particulier l'emploi touristique ?

L'Algérie doit investir dans le capital humain touristique à travers les formations et la révision des conditions de travail afin d'offrir des services de qualité, satisfaire les attentes des touristes, développer le tourisme et contribuer au développement économique et social.

Pour répondre à notre problématique, nous avons collecté les données à travers une revue de la littérature dans le tourisme et une analyse du secteur du tourisme en Algérie à partir des bilans et des rencontres avec des professionnels du secteur. Dans une deuxième section, nous présentons le tourisme et son rôle dans le développement. La troisième section est dédiée à l'emploi touristique. La situation du tourisme en Algérie et la place de l'emploi dans ce secteur est exposée dans la quatrième section.

2. Le tourisme et son rôle dans le développement :

Le tourisme est une activité humaine qui occupe une place très importante au niveau des marchés nationaux et internationaux car il contribue au bien-être social et économique. Lumsdon (1992) a défini le tourisme comme étant toute activité relative au déplacement des personnes à moyen terme en dehors de leur lieu de résidence (Font, 2017 ; Lumsdon, 1992). Mc Intosh et al (1995), Carr et Cooper (2003) ont expliqué que le tourisme est l'ensemble des phénomènes, des relations et des interactions des touristes, des fournisseurs, des gouvernements et des communautés d'accueil qui surviennent dans le processus d'attirer les touristes et de les recevoir (Vyas, 2019 ; Malgras-Serra, 2009). Mill et Morrison (1992) ont défini le tourisme comme toute activité qu'exercent les personnes lors de leur voyage. Ces activités regroupent la préparation du voyage, le déplacement vers la destination, le séjour en lui-même, le retour à l'endroit d'origine et les souvenirs apportés. Le tourisme comprend les activités que le touriste entreprend durant son voyage, les achats et les interactions entre les hôtes et les visiteurs dans une destination. Enfin, le tourisme englobe toutes les activités et les impacts qui se produisent lors du déplacement du touriste (Vyas, 2019). Une autre définition plus pratique a été proposée par Abdelwahab (1990) qui considère le tourisme comme l'ensemble des relations et services liés au changement temporaire et spontané d'un lieu en dehors du commerce et des métiers (De la Ballina, 2020)..

Avant d'aborder le rôle du tourisme dans le développement, il est essentiel de faire la distinction entre la croissance et le développement, Capul et

Garnier (1999) ont différencié la croissance du développement et ont expliqué que le développement est un phénomène qualitatif, irréversible et ses résultats sont observés à long terme contrairement à la croissance qui se traduit par une augmentation de la production et se mesure grâce au produit intérieur brut (PIB) (Capul, 1999). C'est-à-dire que le développement est la combinaison des changements au niveau économique, social, culturel et démographique.

Heath et Wall (1992) ont affirmé que l'étude du tourisme est l'étude de personnes en dehors de leur habitation habituelle, des établissements d'accueil de touristes et leurs impacts sur le bien-être économique, social, physique du pays d'accueil. Le tourisme concerne les motivations et les expériences des touristes et leurs attentes, les comportements des populations locales envers les visiteurs de leur localité et le rôle que jouent les différentes agences et institutions entre elles (Vyas, 2019). Le Conseil international du tourisme et des voyages (WTTC, 2003) a expliqué que le tourisme est une activité qui dure vingt-quatre heures par jour, sept jours sur sept, cinquante deux semaines par an, il révèle que le tourisme conduit l'économie et génère des revenus par les taxes (Pawaskar, 2017 ; Alhroot, 2007). Le Conseil international du tourisme et des voyages (WTTC, 2018) a déterminé l'impact direct, indirect et induit de l'activité touristique à l'échelle mondiale pour l'année 2017 comme suit :

- La valeur du PIB du secteur du tourisme et des voyages a atteint 8.3 trillions de dollars américains soit une contribution de 10.4% dans le PIB global qui s'est traduite par un taux de croissance du secteur de 4.6 % ; ce taux a été plus rapide à celui de toute l'économie qui a atteint 3%.
- Le secteur des voyages et du tourisme a créé 7 millions de nouveaux emplois, soit 1 sur 5 de tous les nouveaux emplois créés à travers le monde. Il a employé près de 313 millions soit 1 sur 10 des emplois dans les autres secteurs.
- Plus de 882 billions de dollars américains investis dans le secteur du tourisme soit 4.5 % de l'investissement total.
- Près de 1.5 trillions d'exportations soit 6.5% des exportations totales et 28.8% des exportations globales de services.

Toutes ces définitions montrent le rôle du tourisme dans le développement. La revue de la littérature nous a permis de trouver plusieurs chercheurs discutant la question du tourisme et son rôle dans le développement. L'union européenne (1998) a affirmé que « l'importance du tourisme dans le développement d'une région est due à la capacité de créer des emplois, à la

contribution dans la diversification des activités économiques régionales et les différents effets indirects des dépenses des touristes » (Bizan,2009). Eadington et Redman (1991) ont précisé que le tourisme est devenu l'un des secteurs économiques les plus larges et les plus rapides dans l'économie mondiale en terme de développement entre les états et les communautés finançant leurs conseils de tourisme pour attirer de nouveaux investissements pour promouvoir leurs localités (Nongsiej, 2017). Williams et Shaw(1998) ont présenté le tourisme comme une industrie masquée de mythes et de stéréotypes, ils ont trouvé qu'il est nécessaire d'examiner les nouvelles tendances du tourisme ainsi que son aspect économique et sa contribution dans le développement économique (Pawaskar, 2017). Ce qui signifie que le développement du tourisme nécessite un contrôle continu et simultané de l'impact économique de l'activité touristique.

A partir de ce qui a été présenté, nous pouvons déterminer les principaux éléments de la contribution du tourisme dans le développement :

- Le tourisme génère l'emploi : Le forum global du dialogue dans les nouveaux développements et défis prévoit que malgré l'effet de la crise économique et sociale sur le tourisme international, le tourisme deviendra le secteur majeur générateur d'emploi en créant plus de 296 millions emplois vers la fin de 2019 ; l'Inde occupe la deuxième place mondiale dans la création d'emplois touristique (Aynalem, 2016). Le tourisme est capable de créer un nombre important d'emplois car la plupart des activités dans l'industrie du tourisme sont à forte intensité de main-d'œuvre ainsi que sa capacité de stimuler d'autres secteurs de l'économie (Aquino, 2018 ; Khathi, 2001). L'industrie du tourisme génère des opportunités d'emplois pour un grand nombre de personnes qu'ils soient qualifiés ou non qualifiés (Nongsiej, 2017). C'est-à-dire que l'emploi dans le tourisme contribue au développement de façon considérable.
- Le tourisme crée de richesse : La richesse est une notion économique qui permet d'évaluer de façon relative l'importance de l'activité économique du tourisme. Le tourisme est une industrie d'exportation qui comprend de nombreuses classifications industrielles. Le processus du tourisme passe par trois étapes : ramener les touristes chez soi, avoir leur argent et les accompagner chez eux, connu en anglais par « Three GS : Get them in, Get their money, Get them out ». Ce processus est considéré comme un appel aux états recherchant le développement

économique (Pawaskar, 2017). Cette définition montre l'aspect générateur de revenus résultant des dépenses des touristes. Cette richesse est dégagée aussi grâce à la valeur ajoutée et la contribution directe dans le produit intérieur brut (PIB).

- Le tourisme a un effet multiplicateur : Le tourisme est un secteur tertiaire composé principalement d'un ensemble de services constituant une chaîne, mais il favorise aussi la croissance dans le secteur primaire et secondaire comme l'agriculture, l'industrie, la construction et les télécommunications. Ce phénomène est appelé effet multiplicateur, il est calculé à l'aide de ratios afin (Rusu, 2011). de déterminer l'effet direct, indirect et induit des dépenses touristiques. Ces dépenses touristiques constituent tout ce qui est dépensé par les touristes pour l'achat de biens et services dans une destination touristique ; les investissements par source externe ; les dépenses publiques pour l'infrastructure par exemple ainsi que les exportations des biens stimulés par le tourisme et son réinjectées dans l'économie locale et constitue ainsi l'effet multiplicateur (Kotler, 2010).

Le World Travel & Tourism Council (WTTC, 2018) détermine que le secteur du tourisme constitue une activité économique importante dans la plupart des pays du monde. Outre son impact économique direct, l'industrie touristique a des impacts indirects et induits significatifs pris en considération par le WTTC contrairement au compte satellite du tourisme de la division statistique de l'ONU qui ne quantifie que la contribution directe du secteur. La contribution totale du tourisme est beaucoup plus importante et vise à capter ses impacts indirects et induits par le biais de ses recherches annuelles (WTTC, 2018).

Le tourisme a également un rôle dans le développement social. Il permet de rencontrer de nouveaux gens avec différentes cultures, d'échanger des idées et de cultures. Ce qui aide à partager l'esprit de la tolérance, du respect des autres, de la compréhension mutuelle, de l'apprentissage et d'autres valeurs personnelles et sociales. Il aide aussi à préserver le patrimoine culturel comme les ruines, les anciennes sculptures exposées dans les musées ainsi que les festivals organisés lors des événements religieux, culturels, musicaux, artistiques et culinaires ayant pour but de les faire connaître aux touristes et de promouvoir ces richesses à l'étranger. Il permet aussi de préserver et valoriser les traditions locales, les produits locaux typiques aux destinations ainsi que le commerce des produits artisanaux qui sont le gagne-pain de beaucoup de familles locales.

Malgré la contribution économique et sociale dans l'économie, le tourisme a des impacts négatifs sur la nature, la société et l'économie qui peuvent être nuisibles :

1. La nature : le tourisme dépend essentiellement des ressources naturelles comme les paysages, l'eau et la biodiversité ce qui fait de lui un secteur pollueur.

2. La société : le tourisme réduit le revenu de la population locale qui supporte des coûts liés au tourisme d'un côté et de l'autre le partage avec une main d'œuvre extérieure. Et d'autres impacts négatifs sur la société comme le problème d'hygiène, de santé, et d'autres fléaux comme le travail des enfants, la drogue, la prostitution. Le tourisme peut détruire la culture locale et aggraver l'intimité, la dignité et l'authenticité de la population locale.

Briedenhann et Wickens (2004) ont expliqué que ces effets négatifs comme la dégradation de l'environnement à long terme sont associés au développement du secteur (Cenamor, 2017 ; Briedenhann, 2004). Dupont (2015) explique que le lien entre tourisme, croissance et développement n'est pas un mécanisme automatique, car la croissance est une condition nécessaire, mais non suffisante pour amplifier le développement. La croissance du tourisme peut même comporter des effets pervers et s'avérer en définitive une croissance appauvrissante si elle n'entraîne pas un développement inclusif et durable (Dupont, 2015). Cela exige une stratégie de développement du tourisme bien conçue pour d'une part favoriser ses impacts positifs et d'autre part de minimiser ses impacts négatifs. Le tourisme durable peut être un puissant levier de développement dès qu'il est mis dans un territoire touristique à l'échelle locale, régionale ou internationale mais il nécessite une coordination entre les responsables politiques, les acteurs économique et les différents représentants de la population civile (Benhaddou, 2017). Le besoin de développement du secteur touristique et la durabilité représentent un point critique car les destinations cherchent en premier lieu à être rentables en d'autres termes, attirer un maximum de touristes sans prendre en compte la durabilité. Ainsi, Collins (1999) précise que la nature du tourisme international doit être compatible avec la vision de long terme du tourisme durable car le tourisme a été identifié comme un phénomène avide de ressources terrestres et demandeur d'infrastructures considérables (Jones, 2019 ; Collins, 1999).

Cette relation ne peut exister que si le tourisme crée de nouveaux emplois, établit des liens, en particulier avec l'agriculture et l'agro-transformation, avec la pêche, l'industrie manufacturière, les secteurs de prestations de services, et stimule le développement de l'infrastructure de base par la

construction en particulier de routes et d'installations portuaires et aéroportuaires, d'équipements divers, etc. Par conséquent, ce lien n'est pertinent que si l'activité touristique engendre de la croissance et développe un effet d'entraînement et de contagion sur les autres secteurs d'activité (Dupont, 2015).

Vu la complexité et l'interdépendance des activités liées à l'industrie touristique, il est important de faire appel au compte satellite du tourisme (CST)[†] grâce à la synthèse systématique de l'activité économique nationale sous l'angle fonctionnel qu'il présente afin de connaître et analyser la contribution réelle du secteur du tourisme dans une économie nationale à partir d'un ensemble d'agrégats. Le compte satellite du tourisme existe déjà dans de nombreux pays, ce qui permet de faire des recherches fiables et complètes. En Algérie, il est encore en cours d'adoption ce qui rend les recherches de l'impact économique du tourisme national plus difficiles et complexes. Gee et al. (1997) concluent que le développement du tourisme est un processus économique où l'aspect environnemental et social devient insignifiant en l'absence d'importants revenus économiques (Pawaskar, 2017 ; Alhroot, 2007).

3. L'emploi dans l'industrie touristique:

Dans les sociétés actuelles, grâce au niveau de vie de plus en plus élevé, plus de temps libre et ouverture au monde, a poussé les personnes à voyager. Pour satisfaire cette demande croissante, beaucoup d'investissements et créations d'entreprises purement touristiques ou en relation avec le tourisme ont généré de nouveaux emplois. Le secteur du tourisme est un marché dynamique, créateur d'emplois, en faveur des personnes expérimentées en recherche active d'emploi néanmoins, il peine de plus en plus à recruter.

Walker (2004) a défini le tourisme comme une activité dynamique et intransitive. Il le considère comme la plus large industrie avec ses différentes composantes : voyage, servuction, restauration et récréation. Il ajoute aussi que le tourisme est appelé à accroître rapidement dans les années à venir et représente à la fois des opportunités et des défis à exploiter pour le secteur public et privé (Alhroot, 2007). Selon Douglas (1994) le tourisme comporte

[†] *Le compte satellite du tourisme (CST) est le cadre statistique d'usage et le principal instrument pour la mesure économique du tourisme. C'est un ensemble de 10 tableaux récapitulatifs avec des données sous-jacentes tel que les dépenses du tourisme récepteur, interne et émetteur, les dépenses de tourisme intérieur, les comptes de production des industries touristiques, la valeur ajoutée brute (VAB) et produit intérieur brut (PIB) imputables au tourisme, l'emploi, les investissements, la consommation des pouvoirs public, indicateurs non monétaires. OCDE (2008).*

plusieurs éléments, demeure une activité multiple et complexe car il fait appel à plusieurs services tels que l'hôtellerie, la restauration, le transport, le commerce et beaucoup d'autres qui doivent travailler en cohérence afin de satisfaire les attentes des touristes et réaliser les objectifs économiques attendus. Ces définitions déterminent une multitude de métiers de tourisme qui rend la mesure du nombre d'emplois et leur contribution dans la croissance et le développement très compliqué.

L'emploi touristique correspond à l'emploi généré par la présence de visiteurs sur un territoire. Les activités sont celles qui fournissent directement un bien ou un service aux touristes, comme l'hébergement, la restauration, le transport ou la gestion des attractions touristiques, ou indirectement comme l'agriculture, le commerce et l'industrie nécessaires pour la mise du tourisme. Il est possible de différencier deux types d'emplois touristiques : (1) L'emploi totalement touristique relatif aux activités touristiques à 100% comme l'hébergement qui ne s'exercent pas sans la présence de touristes ; (2) L'emploi partiellement touristique relatif aux activités qui peuvent s'exercer sans la présence des touristes comme la restauration et le commerce.

Le tourisme contribue grandement à la création d'emplois, en particulier pour les femmes, les jeunes et les travailleurs migrants, les communautés rurales et les populations autochtones, et a de nombreux liens avec d'autres secteurs. Par conséquent, le tourisme peut participer à la réduction de la pauvreté et à la promotion du développement socioéconomique.

3.1. Le processus de l'emploi touristique:

Le marché du tourisme se caractérise par une rude concurrence ce qui oblige les recruteurs dans ce secteur à sélectionner les meilleures compétences du capital humain (Doré, 2010). Pour se faire, ces offreurs d'emploi doivent bien décrire les postes offerts, mettre en avant les valeurs de leur entreprise qui les distinguent de leurs concurrents en utilisant des méthodes innovantes comme : des vidéos de témoignages de leurs employés pour gagner leur confiance, les réseaux sociaux pour plus de réactivité ainsi que la participation dans les salons de l'emploi pour attirer les meilleurs profils aux postes attendus (Benjelloun, 2019).

3.2. Les nouveaux emplois du tourisme :

De nos jours, le tourisme est en pleine mutation grâce au contexte actuel comme le précisent Riley et les autres (1998) : le tourisme joue un rôle important dans l'économie internationale. Il est devenu un secteur prometteur grâce à ses aspects de durabilité, soutenabilité, service, développement et les nouvelles technologies de l'information touristique (Slimani, 2020 ; Riley, 1998). L'émergence des nouvelles technologies et nouveaux modes de vie ont fait apparaître de nouveaux emplois dans le tourisme comme les conseillers de voyages, les forfaitistes, les techniciens, les agents de réservation en ligne, les développeurs de sites web et d'applications, les technico-commerciaux et les spécialistes de destinations. Actuellement, les spécialistes du digital sont très recherchés dans l'industrie touristique (Férol, 2019). Il existe des filières plus attractives en termes d'emploi que d'autres comme le montre une analyse de 7 sites électroniques : TourMaG.com, Le Quotidien du Tourisme, Tour Hebdo, Le site Pros-du-Tourisme, L'Echo Touristique, Emplois-espaces.com, Apec.fr Monster.fr. Cette analyse précise que l'hôtellerie et la restauration sont en première position avec 19.20% suivis des tour-opérateurs avec 19%, puis les agences de voyages avec 17.40%, l'institutionnel avec 14.98%, le réceptif France avec 8.92 et en dernière position les agences de voyages en ligne avec 8.74% (www.tourmag.com).

3.3. Les problèmes de l'emploi touristique :

Le marché du travail dans le secteur du tourisme est complexe à cause des exigences des offreurs et des demandeurs d'emploi (Kadri, 2019). Les offreurs cherchent d'un côté à recruter des employés efficaces et flexibles acceptant de travailler avec des salaires peu attractifs alors que les demandeurs tendraient à négocier leurs salaires selon le niveau d'études, la tâche effectuée, les conditions de travail ainsi que le droit à la formation et à la promotion.

L'ère du digital n'a fait qu'augmenter la concurrence du marché touristique et les exigences du marché de travail du tourisme, une main-d'œuvre qualifiée, compétente, polyvalente adaptable aux changements de l'environnement incertain, capable d'attirer de nouveaux touristes et offrir des services selon leurs attentes maîtrisant les langues étrangères, les techniques du digital et les logiciels de billetteries (Benjelloun, 2019). Il n'est pas évident de trouver ces compétences disponibles sur le marché, il

faudra investir dans la qualité du capital humain à travers des formations en cohérence avec le progrès technologique pour actualiser les connaissances des employés.

La majorité des branches du secteur du tourisme ne jouissent pas d'une forte attractivité en termes de demande d'emploi causée par des conditions de travail défavorables liées principalement à la saisonnalité, horaires et rémunération (Bondarenko, 2015). C'est la raison pour laquelle l'emploi et la rémunération dans le secteur du tourisme constituent deux mesures critiques du développement économique, car une compétence exige un salaire attractif et un cadre de travail flexible comme la possibilité du télétravail qui permet d'une part de concilier vie privée et vie professionnelle et d'autre part, la révision régulière de la grille de salaires de la profession. Le secteur du tourisme cherche aussi à être promu pour augmenter son attractivité et donner aux jeunes l'envie d'y travailler.

La formation dans les métiers du tourisme exige une adaptation des emplois aux besoins du marché du travail afin de faire la rencontre adéquate des postes avec les profils recherchés (Botti, 2008).

4. L'analyse du tourisme et de l'emploi touristique en Algérie :

Malgré les potentialités touristiques, la contribution du secteur du tourisme reste insignifiante notamment en termes de PIB, de balance de paiement, investissements, emploi, etc.

4.1. Les indicateurs du secteur du tourisme en Algérie :

Le tableau ci-dessus présente quelques indicateurs chiffrés du tourisme national :

Tableau 1 : la contribution du tourisme dans l'économie nationale

Indicateur	Montant réel en 2017 (en billions de DZA)	Taux de croissance estimé en 2018	Montant estimé en 2028 (en billions de DZA)
Contribution directe dans le PIB	610.4	2.9%	796.0
Contribution totale dans le PIB	1262.4	1.1%	1678.4
Exportations	27.6	6.6%	/
Investissements	202.5	-7.3%	286.3

Source : Conseil mondial du tourisme et du voyage « WTTC », Economic impact 2018 Algeria.

Le tableau n°1 nous révèle ce qui suit :

- L'Algérie a occupé la 135ème place en 2017 dans le classement mondial bien derrière le Maroc qui a occupé la 57ème place et la Tunisie malgré les potentialités touristiques plus ou moins similaires. La contribution totale du tourisme dans le (PIB) était de 1262.4 billion de dinars algériens et elle est prévue d'augmenter pour atteindre 1678.4 billion de dinars algériens en 2028.
- Les exportations touristiques constituent un élément clé pour mesurer la contribution directe du secteur du tourisme. L'Algérie a généré 27.6 billions de dinars algériens d'exportations touristique, ce chiffre est prévu d'augmenter de 6.6% en 2018. Le conseil mondial du voyage et du tourisme (2018) prévoit 2293000 d'arrivées touristiques en 2028 (WTTC, 2018).
- Le secteur du tourisme a bénéficié de nombreux investissements d'un montant de 202.5 billions de dinars algériens mais il est prévu de décroître de 7.3% en 2018 à cause des difficultés financières que connaît le pays.

4.2. L'emploi touristique en Algérie :

La création d'emplois est l'objectif primordial du développement du secteur du tourisme en Algérie. Le tableau N°2 représente la place qu'occupe l'emploi dans le tourisme en Algérie :

Tableau 2 : Contribution du tourisme dans l'emploi.

Contribution du tourisme	2017		2018		2028	
	Nombre d'emplois	Taux de croissance	Nombre d'emplois	Taux de croissance	Nombre d'emplois	Taux de croissance
Emploi direct	320000	2.8	329500	3%	399000	1.9%
Emploi total	678500	6%	685000	0.9%	848000	2.1%

Source : Conseil mondial du tourisme et du voyage « WTTC », Economic impact 2018 Algeria.

En 2017, le nombre d'emplois directs a atteint 320000 soit 2.8% de l'emploi total. Il est prévu un accroissement de 3% pour atteindre 329500 emplois. Le conseil mondial du voyage et du tourisme (2018) prévoit 399000 d'emplois directs en 2028. Ces emplois sont principalement dans l'hôtellerie, la restauration, les agents touristiques, le transport et les services de loisirs.

La contribution totale du tourisme dans l'emploi a atteint 678500 emplois en 2017. Elle est prévue d'accroître à 685000 emplois avec un taux de croissance de 0.9% atteignant ainsi 6.5% de l'emploi total.

La contribution totale de tourisme dans l'emploi reste faible car l'Algérie a occupé la 143ème place en 2017 dans le classement mondial. Pour améliorer sa place dans le classement, il est nécessaire d'investir dans le domaine de la formation dans les différents niveaux pour une main d'œuvre diversifiée pour accomplir les différentes tâches et missions d'un coté et de motiver les demandeurs d'emploi par des salaires attractifs et de meilleures conditions de travail.

5. Conclusion

La baisse des prix du baril de pétrole est une opportunité pour le tourisme national. Le secteur du tourisme va contribuer dans le développement économique par la création de l'emploi.

Il est considéré comme une des alternatives à la dépendance aux hydrocarbures et vise également à concrétiser un développement durable dans ses trois dimensions : économique, sociale et environnementale.

Dans notre article, deux principales interdépendances entre le tourisme et l'emploi émergent. La première admet que le tourisme génère de l'emploi de façon directe ou indirecte et contribue au développement économique et social en réduisant le chômage, la pauvreté et la migration et réalisant ainsi la prospérité et le bien être social. Et la deuxième admet que la qualité de l'emploi touristique contribue au développement du secteur et la promotion des destinations touristiques car une main-d'œuvre qualifiée dans les différents métiers de tourisme comme l'hôtellerie, la restauration ou le transport offrira des services avec une qualité supérieure et assurera la satisfaction des touristes, leur fidélité et ils véhiculeront ainsi un bouche à oreille positif, ce qui augmentera les flux touristiques et réalisera des avantages compétitifs.

Investir dans le capital humain en Algérie à travers des formations spécialisées dans le secteur permettrait l'amélioration de la qualité de service, la satisfaction des touristes, l'acquisition d'avantages compétitifs, augmentation des flux de touristes qui générera des devises, générera de nouveaux emplois et diminuera ainsi le taux de chômage car il a un effet multiplicateur et vivifiera les autres secteurs en relation et diversifiera l'économie nationale qui se trouve en situation de crise causée principalement par la chute des prix du pétrole.

Références

-Alhroot, A. H. J. (2007). Marketing of a destination: Jordan as a case study. Thèse de doctorat : Université de Huddersfield, Huddersfield, Royaume-Uni.

- Aquino, R. S., Lück, M., & Schänzel, H. A. (2018). A conceptual framework of tourism social entrepreneurship for sustainable community development. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 37, 23-32.
- Aynalem, S., Birhanu, K., & Tesefay, S. (2016). Employment opportunities and challenges in tourism and hospitality sectors. *Journal of Tourism & Hospitality*, 5(6), 1-5.
- Benhaddou.K.S, (2017), La pratique du marketing touristique dans la promotion de la destination Algérie, Thèse de doctorat, Université d'Oran2, Oran, Algérie.
- Benjelloun, A. (2019). L'optimisation des ressources humaines, levier de développement de l'entreprise touristique. *Revue Internationale des Sciences de Gestion*, (4).
- Bizan, H.A. (2009). Tourism marketing in Libya between reality and ambitions. Thèse de doctorat: Université de la Hongrie de l'ouest, la Hongrie.
- Bondarenko, K. (2015). Métiers du tourisme (Doctoral dissertation).
- Botti, L., Peypoch, N., & Solonandrasana, B. (2008). Ingénierie du Tourisme: concepts, méthodes et applications. De Boeck Supérieur.
- Briedenhann, J.; Wickens, E. (2004). Tourism routes as a tool for economic development of rural areas: vibrant hope or impossible dream? *Tourism Management* (25):71-79.
- Capul,JY. Garnier,O. (1999). Dictionnaire d'économie et des sciences sociales. Hatier. Paris.France.
- Cenamor, I., de la Rosa, T., Núñez, S., & Borrajo, D. (2017). Planning for tourism routes using social networks. *Expert Systems with Applications*, 69, 1-9.
- Collins A., (1999), Tourism development and natural capital, *Annals of Tourism Research*, (26) 1, pp. 98-109.
- Conseil mondial du tourisme et du voyage « WTTC », (2018). Economic impact 2018, Travel & tourism, the authority on World Travel & Tourism, World Travel & Tourism Council. <https://www.wttc.org/economic-impact/country-analysis/> consulté le 19 janvier 2019.
- De la Ballina, F. J., Valdés, L., & Del Valle, E. (2020). La certification qualité en milieu rural comme moteur de viabilité du tourisme. *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 39(1).
- Direction générale des entreprises (2017) .Observation économique du tourisme mondial : prévisions, poids et impacts. [En ligne] (Page consultée le 07/01/2019). <http://www.veilleinfotourisme.fr/observationeconomique-du-tourisme-mondial-previsions-poids-et-impacts-151453.kjsp>
- DIVECO.(2013). Programme d'appui à la diversification de l'économie en Algérie, Tourisme, Programme financé par l'Union européenne.
- Doré, G. (2010). Politique de formation professionnelle et d'emploi en Haiti: le cas du secteur du tourisme (1980-2010) (Doctoral dissertation).
- Dupont,L. (2015). La relation entre tourisme, croissance et développement inclusifs dans les petites destinations insulaires de luxe : l'exemple d'Anguilla dans la Caraïbe. *Études caribéennes* [En ligne], 30 | Avril 2015, mis en ligne le 15 avril 2015. URL :<http://journals.openedition.org/etudescaribeennes/7409>. Consulté le 12 janvier 2019
- Férol, M. E. (2019). Les secteurs sauvegardés: des outils de tourisme urbain durable avant l'heure? *Téoros. Revue de recherche en tourisme*, 38(38, 1).
- Font, X., & McCabe, S. (2017). Sustainability and marketing in tourism: Its contexts, paradoxes, approaches, challenges and potential. *Journal of Sustainable Tourism*, 25(7), 869-883.
- Jones, P., & Wynn, M. G. (2019). The circular economy, natural capital and resilience in tourism and hospitality. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*.
- Kadri, B., Khomsi, M. R., & Martin, C. (2019). L'évolution du discours sur les ressources humaines en tourisme: entre théories et pratiques managériales. *Mondes du Tourisme*, (16).
- Kelley, R. (1997). To create jobs, summiteers should take a breath of Rocky mountain air and promote tourism.
- Khathi, M. G. (1998). Investigating the Potential for Job Creation in the Tourism Industry with particular reference to Disadvantaged. *World*, 5(981), 000-10.

- Kotler, P., Bowen, J. T., Makens, J., & Baloglu, S. (2017). Marketing for hospitality and tourism.
- Lumsdon, L. (1992). Marketing for tourism: case study assignment, volume 1. London: The Macmillan.
- Malgras-Serra, A. (2009). Using private language schools as marketing tools for the tourism of Montreal (Canada). Mémoire de master. Université de Bournemouth: United Kingdom.
- Ministère des finances. (2016). Le nouveau modèle de croissance économique (synthèse).
- Nongsiej, P., & Shimray, S. R. (2017, March). The role of entrepreneurship in tourism industry: An overview. In National Seminar on Entrepreneurial Opportunities for Educated Youth in Global Business (Vol. 8).
- Okonkwo, E. E., Afoma, E., & Martha, I. (2017). Cave tourism and its implications to tourism development in Nigeria: a case study of Agu-Owuru cave in Ezeagu. *International Journal of Research in Tourism and Hospitality*, 3(1), 24.
- Pawaskar, P., & Goel, M. (2017). Enhancing the effectiveness of marketing a tourist destination using satisfaction analysis. *International Journal of Business and Systems Research*, 11(1/2), 163-181.
- Rusu, S. (2011). Tourism multiplier effect. *Journal of Economics and Business Research*, 17(1), 70-76.
- Sheehan, M., Grant, K., & Garavan, T. (2018). Strategic talent management: A macro and micro analysis of current issues in hospitality and tourism. *Worldwide Hospitality and Tourism Themes*, 10(1), 28-41.
- Slimani, H. (2020). L'impact du facteur humain sur le développement de l'entreprise Touristique Cas: les NTIC dans le secteur Touristique. *International Journal of Management Sciences*, 3(2).
- Vyas, C. (2019). Evaluating state tourism websites using Search Engine Optimization tools. *Tourism Management*, 73, 64-70.