

Management and Research of Organizational Culture. The Concept of Corporate Social Responsibility (CSR) within Hotel Units in Romania

Gilda RUSU-ZAGAR, Ionel IORGA, Andrei IORGA, Octavian IORGA, Iulian IONITA GHEORGHE, Catalin RUSU-ZAGAR, Claudia IONESCU

INCDPM Alexandru Darabont , Bucuresti, Romania; INCDPM Alexandru Darabont , Bucuresti, Romania; INCDPM Alexandru Darabont , Bucuresti, Romania; INCDPM Alexandru Darabont , Bucuresti, Romania; Universitatea Româno-Americana, Bucuresti, Romania; Universitatea Politehnica, Bucuresti, Romania
gildarusuzagar@yahoo.com, ioneliorgai@yahoo.com

Abstract

Cultura organizației este un sprijin în orientare, esențial pentru conducere și angajați, ea este sursa de identificare și creează un sentiment de securitate. Aceasta, exercită o influență foarte puternică asupra tuturor angajaților și deci asupra reușitei organizației fiind în strânsă legătură cu aplicabilitatea conceptului de responsabilitate social corporatista (CSR), prin care se fac cunoscute principiile și valorile atât pentru proprii angajați cât și pentru organizațiile externe. Pentru a identifica care este impactul culturii organizației asupra managementului au fost efectuate studii de caz în cadrul unor unități hoteliere din România . Obiectivele cercetării au fost acelea de a evidenția cultura unei organizații, de a determina posibilitățile de evoluție ulterioară a acestei culturi, de a identifica posibilele schimbări ce trebuie și pot fi realizate, la nivel managerial, în cadrul organizațiilor cercetate. Astfel, implementarea conceptului de responsabilitate social corporatista (CSR) constituie un obiectiv de maxima importanta la nivelul organizațiilor cercetate. Cultura hotelurilor analizate este caracterizată din punct de vedere al valorilor printr-o distanță mare față de putere, un control al incertitudinii ridicat, un individualism scăzut și o mentalitate comunitară. Datorită organizării birocratice și piramidale, atunci când va apărea o problemă de organizare, românii o vor rezolva apelând la ierarhie. Studiarea culturii unei organizații va deveni în viitor tot mai necesară deoarece nu putem conduce o organizație fără să-i cunoaștem valorile, In acest sens prin implementarea conceptului de responsabilitate social corporatista (CSR) se fac cunoscute principiile și valorile și astfel, cunoscând cultura unei organizații putem acționa în concordanță cu ea. Cultura unei organizații se dezvoltă treptat și este unică, numai ținând cont de ea dacă este necesar, în timp, o putem schimba.

Keywords: cultura organizațională, responsabilitate social corporatistă (CSR), management, practici culturale

References:

- [1] Black, Richard J. (2003) *Organizational Culture: Creating the Influence Needed for Strategic Success*, London UK, ISBN 1- 58112-211-X
- [2] Bligh, Michelle C. (2006) "Surviving Post-merger 'Culture Clash': Can Cultural Leadership Lessen the Casualties?" *Leadership*, vol. 2: pp. 395 - 426.
- [3] Cameron, Kim S. & Quinn, Robert E. (2005) "Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework", *The Jossey-Bass Business & Management Series*, ISBN 13 978-0-7879 -8283-6
- [4] Corporate Leadership Council (October 2003). *Building Organizational Culture for High Performance*. Corporate Executive Board. Retrieved from www.corporateleadershipcouncil.com.
- [5] Cummings, Thomas G. & Worley, Christopher G. (2005), *Organization Development and Change*, 8th Ed., Thomson South-Western, USA, ISBN 0324260601
- [6] Harris, Stanley G. (1994) "Organizational Culture and Individual Sensemaking: A Schema-Based Perspective." *Organization Science*, Vol. 5,(3): pp. 309–321
- [7] Hartnell, CA, Ou, AY, & Kinicki, A. (2011, January 17). *Organizational Culture and Organizational Effectiveness: A Meta-Analytic Investigation of the Competing Values Framework's Theoretical Suppositions*. *Journal of Applied Psychology*. Advance online publication. doi: 10.1037/a0021987
- [8] Hofstede, G., B. Neuijen, D. Ohayv, și G. Sanders (1990) *Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study across Twenty Cases*, *Administrative Science Quarterly*, 35, 286-316.
- [9] Hofstede, Geert (1983) *Dimensions of national cultures in fifty countries and three regions. regiuni*. In J. Deregowski, S. Dzuirawiec, & R. Annis (Eds.), *Explications in crossculturalpsychology*. Lisse, The Netherlands: Swets & Zeitlinger.
- [10] Hofstede, Geert (1984) *Culture's Consequence: International Differences in Work-Related Values*, (Newbury Park, CA: Sage).
- [11] Hofstede, Geert (1996) *Managementul structurilor multiculturale*, Editura Economică, București. București.
- [12] Hofstede, Geert, Bollinger, D. (1986) *Les differences culturelles dans le management*, Les editions d'organisation
- [13] Jex, Steven M. Jex & Britt, Thomas W. (2008) *Organizational Psychology, A Scientist-Practitioner Approach*, Wiley, USA ISBN 978-0-470-10976-2 .
- [14] Kotter, J. 1992 *Corporate Culture and Performance*, Free Press; (April 7, 1992) ISBN 0-02-918467-3
- [15] State O., *Cultura organizatiei si managementul*
- [16] Papa, Michael J., et al. (2008). *Organizational Communication Perspectives and Trends* (4th Ed.). Sage Publications.
- [17] Phegan, B. (1996–2000) *Developing Your Company Culture, A Handbook for Leaders and Managers*, Context Press, ISBN 0- 9642205-0-4
- [18] Stoykov, Lubomir. 1995 *Corporate culture and communication*, Stopanstvo, Sofia.
- [19] Radu Emilian, Gabriela Tigu, Olimpia State, Claudia Tuclea, *Managementul resurselor umane*.
- [20] [http://managementconsultingcourses.com/Lesson35 OrganisationalCulture.pdf](http://managementconsultingcourses.com/Lesson35%20OrganisationalCulture.pdf)
- [21] http://www.mi.rei.ase.ro/Site%20MI/Suport%20curs%20MI_2012.pdf
- [22] www.biblioteca.ase.ro/downres.php?raf=1232, State Olimpia, Popescu Delia, *Leadership și responsabilitate socială*
- [23] [http://ro.scribd.com/doc/69974842/Cercetarea-Cult-Organiz-Pe- Ex-Hotelului-Marinco](http://ro.scribd.com/doc/69974842/Cercetarea-Cult-Organiz-Pe-Ex-Hotelului-Marinco)
- [24] <http://www.csgr.org>, Stefanie B. Hiß, "Does Corporate Social Responsibility need Social Capital? The Example of the „Sector Model Social Responsibility" of the "Foreign Trade Association of the German Retail Trade (AVE)", a Public Private Partnership Project" *CSGR Working Paper No. 141/04*, September 2004, Pg.14, Centre for the Study of Globalisation and Regionalisation (CSGR), University of Warwick, Coventry, CV4 7AL, United Kingdom.

[25] <http://www.imf.org/external/pubs/ft/seminar/1999/reforms/fukuyama.htm#I>, Francis Fukuyama, Social Capital and Civil Society, The Institute of Public Policy, George Mason University, October 1, 1999.