
ORGANIZATIONAL CULTURE AS A DRIVER OF ADAPTATION AND INTERNATIONAL COMPETITIVENESS

Vasile CUMPĂNAȘU*

*Universitatea „Constantin Brâncuși” din Tg-Jiu

Abstract: THIS PAPER EXPLORES THE CONCEPT OF ORGANIZATIONAL CULTURE AS A FUNDAMENTAL ELEMENT IN SHAPING MODERN FIRMS AND THEIR ABILITY TO ADAPT TO BOTH NATIONAL AND INTERNATIONAL CONTEXTS. THE STUDY HIGHLIGHTS HOW RECENT SOCIAL AND TECHNOLOGICAL TRANSFORMATIONS HAVE RESHAPED ORGANIZATIONS, REQUIRING NEW APPROACHES TO MANAGEMENT THAT EMPHASIZE CREATIVITY, INNOVATION, RESPONSIBILITY, AND TEAMWORK. IT EXAMINES THE DISTINCTION BETWEEN FORMAL AND INFORMAL ORGANIZATIONS, THE ROLE OF CULTURAL VALUES IN ENSURING STRUCTURAL STABILITY AND INDIVIDUAL INTEGRATION, AND THE IMPACT OF SHARED BELIEFS, NORMS, AND BEHAVIORS ON ORGANIZATIONAL PERFORMANCE. FURTHERMORE, THE PAPER UNDERSCORES THE INTERCONNECTION BETWEEN ECONOMIC ACTIVITIES, SOCIAL STRUCTURES, AND CULTURAL FRAMEWORKS, EMPHASIZING THE ROLE OF ORGANIZATIONAL CULTURE AS A KEY FACTOR IN SUPPORTING FIRMS' INTERNATIONALIZATION AND COMPETITIVENESS.

Keywords: ORGANIZATIONAL CULTURE, MANAGEMENT, VALUES, NORMS, INNOVATION, TEAMWORK, INTERNATIONALIZATION, PERFORMANCE

**Contact details
of the
author(s):**

-

Conceptul de organizație, firmă, cultură organizațională și internaționalizarea

Ultimii ani au produs modificări importante în societatea contemporană. A crescut concurența, au apărut recesiuni economice, oamenii au fost nevoiți să efectueze reducerea costurilor, acestea fiind cauzate și de automatizarea proceselor, concomitent cu reducerea numărului de personal.

Apariția unor tehnologii și tipare sociale noi a schimbat profund modul de organizare și funcționare a firmelor. În majoritatea cazurilor, firmele au trebuit să se restructureze și să adopte un

stil nou de management, în care accentul să cadă pe creativitate, inovație, responsabilitate și pe dorința de a lucra în echipă.

Toate acestea reprezintă elemente esențiale în dezvoltarea și menținerea unui climat de lucru sănătos și eficient. Însușirea noilor valori și norme corporative de către membrii unei organizații este esențială pentru a accepta aceste valori și pentru ca angajații să se identifice cu ele. Cultura organizațională reprezintă un factor esențial pentru deschiderea spre operațiuni internaționale.

Problemele ce țin de cultura organizațională constituie obiectul influenței și stabilității unui ansamblu de factori din structura statului și din România. Structura economiei naționale recunoaște componente care se referă strict la cadrul de manifestare al activităților economice și educaționale. Economia națională, când este studiată în ansamblu, presupune o componentă de bază, fiind legată atât de cadrul intern, cât și de contextul internațional.

În final, aceasta se reflectă în capacitatea firmelor românești de a se integra în acordurile și tratatele internaționale, precum și în cadrul acestui mediu complex creat de regulile interne și internaționale, esențiale în suportul și derularea activităților economice.

Organizația și cultura organizațională

În general, organizația poate fi considerată ca un grup de două sau mai multe persoane care desfășoară activități în comun în vederea realizării unuia sau mai multor obiective comune¹. Majoritatea populației unei țări sunt membri ai unei organizații cum ar fi: asociațiile comerciale, religioase, organizațiile militare etc.

Organizațiile pot fi organizații formale sau organizații informale, astfel:

- Organizațiile formale sunt acelea care au ființat pe o bază legală (ex: organizațiile sportive, de caritate).

- Organizațiile informale sunt de tip neoficial, generate de interesele și relațiile comune (ex: grupuri de prieteni, grupuri de colegi).

Natura organizațiilor se reflectă în natura economică, socială, politică și culturală.

În vederea realizării scopului propus, fiecare organizație are propriile programe sau obiective, iar în funcție de acestea organizațiile își vor stabili modalitățile de acțiune prin care pot fi atinse scopurile sau obiectivele urmărite. Organizațiile se pot forma sau realiza ca:

- grupuri mari de indivizi care participă la viața societății în afara organizațiilor;
- ca stat, constituit dintr-un grup social, care funcționează conform anumitor norme și reglementări în vederea realizării unor scopuri și obiective comune.

Cultura este o lume a simbolurilor, aceasta fiind unitatea dintre material și spiritual, constând în rezultatele activității umane. Aceasta este sfera existenței umane, ansamblul de valori și de criterii de apreciere.

Cultura este un mod de umanizare a omului, a omenirii, procesul de dobândire a unor calități care nu se găsesc în natură și care apar în urma transformărilor funcțiilor umane.

Cultura și societatea

Biologia și existența ale omului în societate → cultura. Spencer și Caom recunosc influența reciprocă între cultură și societate. În sensul cel mai larg al termenului, cultura nu este totuna cu civilizația și nu este unică componentă a societății.

Mult mai subiectivă decât activitățile este creația omului cultural. Totodată, creația culturală are un caracter obiectiv: este exterior conținutului, al formelor de existență socială. Studiul culturii se

¹ Eugen Burduș, Ghe. Căprărescu, „Fundamentele managementului organizației”, Editura Economică, București, 1999, pag. 34

poate efectua după formă, dar după conținut poate reflecta aspecte ale realității exterioare². De asemenea, Leslie White susținea:

Fiecare cultură umană poate fi împărțită în trei părți:

1. Ocupațiile și tehnologia
2. Structura socială
3. Ideologia

Aspectele economice și tehnologice sunt fundamentale pentru celelalte două, iar structura socială și ideologia se raportează la acestea din urmă³. La nivelul unei țări se pot delimita mai multe categorii de culturi în funcție de sfera de cuprindere:

- cultura națională
- cultura ocupațională
- cultura organizațională

Cultura este modul de gândire și de acțiune, este un ansamblu de atitudini, valori, idei, conduite și instituții.

Cultura organizațională

Omul, pentru a se integra într-o comunitate, trebuie să aibă anumite valori și culturale. Toate aceste interferențe individuale îl ajută să-și organizeze viața și să-și asigure existența⁴. Cultura organizațională rezidă în ansamblul valorilor, credințelor, aspirațiilor, așteptărilor și comportamentelor împărtășite în decursul timpului în fiecare organizație. Aceasta influențează în mod direct și indirect funcționalitatea și performanțele organizației.

Cultura organizațională are la bază doi factori esențiali:

- stabilitatea structurală a grupului;
- integrarea individuală în standarde superioare de comportament.

Hodgetts și Luthans afirmă că normele sociale constituie o caracteristică a culturii organizaționale. Aceasta poate fi definită ca un sistem de valori comune, ce pot fi estimate, observate și evaluate. Un alt aspect îl reprezintă diversitatea nivelurilor organizațiilor cu privire la cunoștințele diferite. Acest lucru evidențiază:

- normele tradiționale ale unui grup, avându-se în vedere volumul de muncă, nivelul de cooperare dintre angajați și conducerea organizației;
- regulile tradiționale privind comportamentul angajaților: cinste, onestitate, productivitate, respectarea întocmai a regulilor și relațiile cu partenerii și clienții;
- rutinele comportamentale observate pot defini un limbaj comun și proceduri formale⁵.

Activități economice și organizarea societății

În vederea realizării bunurilor necesare traiului, oamenii se organizează sub diverse forme pentru a putea activa și îndeplini aceste scopuri.

Coordonarea și organizarea activităților umane, desfășurate cu scopul de a asigura satisfacerea necesităților materiale și spirituale, poartă denumirea de activități economice. Se înțelege

² Spencer și Caom, „Achievement and structure vs. essence – Human Development and Social Systems”, 2003; A. Rich, Culture, tradition and learning: ideas and attitudes, New Orleans, Harbican, 2003, pag. 47

³ Leslie White, The Evolution of Culture, New York, McGraw Hill, 1959.

⁴ Nicolescu O., Verbuncu B., „Fundamentele managementului organizației”, Editura Economică, București, 2003, pag. 43

⁵ Hodgetts, R.M., Luthans, F., International Management: Culture, Strategy and Behavior, New York, McGraw-Hill/Irwin, Fifth Edition, 2003, pag. 55



1/2025

prin economie totalitatea actului de producție la care omul execută diferite operații și transformă materii prime, materiale și resurse naturale, în bunuri și servicii utile.

Mecanismul economic asigură organizarea și utilizarea eficientă a resurselor și stimularea producției, satisfacerea cerințelor și nevoilor oamenilor. Totodată determină cadrul social în care are loc viața economică a societății și în care aceasta există.

Societatea umană este caracterizată de diviziunea socială a muncii, ceea ce presupune o optimizare a muncii sub toate formele sale. În mare, omul este repartizat și specializat pe anumite forme de muncă, activități și creații ale sale.



1/2025

REFERENCES

- Burduș, E., & Căprărescu, Gh. (1999). *Fundamentele managementului organizației*. București: Editura Economică.
- Spencer, & Caom. (2003). *Achievement and structure vs. essence – Human Development and Social Systems*.
- Rich, A. (2003). *Culture, tradition and learning: ideas and attitudes*. New Orleans: Harbicana.
- White, L. (1959). *The Evolution of Culture*. New York: McGraw Hill.
- Nicolescu, O., & Verbuncu, B. (2003). *Fundamentele managementului organizației*. București: Editura Economică.
- Hodgetts, R. M., & Luthans, F. (2003). *International Management: Culture, Strategy and Behavior* (5th ed.). New York: McGraw-Hill/Irwin.