

Типы организационной культуры как предикторы корпоративной социальной ответственности

Ци Жунчао

соискатель, ФГБОУ ВО «Юго-Западный государственный университет»,
г. Курск, Российская Федерация, ORCID: 0000-0001-5264-1967, e-mail: rongchao7@gmail.com

Аннотация

Корпоративная социальная ответственность в последнее время стала значимой частью деятельности любой организации. Между тем и организационная культура, несомненно, имеет решающее и основополагающее значение для устойчивого функционирования организаций. Целью данного исследования явилось определение связей между организационной культурой и корпоративной социальной ответственностью.

Для достижения поставленной цели был использован линейный регрессионный анализ. Данные о четырех типах организационной культуры и мнения сотрудников различных предприятий восьми отраслей промышленности сравнивались с помощью дисперсионного анализа ANOVA. Выдвинуто три гипотезы о том, что: все типы организационной культуры прогнозируют направление корпоративной социальной ответственности «эффективность деятельности организации в отношении социальных вопросов»; все типы организационной культуры прогнозируют направление корпоративной социальной ответственности «организация соблюдает интересы своих агентов»; разные типы организационной культуры доминируют в разных отраслях промышленности.

Проведенное эмпирическое исследование предприятий восьми отраслей промышленности показало связь между типами организационной культуры и корпоративной социальной ответственностью. В разных отраслях промышленности доминируют разные типы организационной культуры. Кроме того, некоторые типы организационной культуры более важны для различных направлений корпоративной социальной ответственности. В процессе исследования были получены результаты, которые показали, что все анализируемые типы организационной культуры прогнозируют направления корпоративной социальной ответственности, отвечающие за эффективность работы организации в отношении социальных вопросов и показывают ее эффективное исполнение. Типы организационной культуры «клан», «иерархия» и «бюрократия» предоставляют возможность антиципации того, что организация уважает интересы своих агентов. В результате разработана модель, показывающая их взаимосвязь.

Ключевые слова: корпоративная социальная ответственность, организационная культура, типы организационной культуры, прогнозирование, организация, промышленность, анализ, модель.

Цитирование: Ци Жунчао. Типы организационной культуры как предикторы корпоративной социальной ответственности//Управление. 2020. № 1. С. 73–82.



Types of organizational culture as predictors of corporate social responsibility

Zi Gunchao

Postgraduate student, Southwestern State University, Kursk, Russia,
ORCID: 0000-0001-5264-1967, e-mail: rongchao7@gmail.com

Abstract

Corporate social responsibility has recently become an important part of any organization's activities. However, organizational culture is undoubtedly crucial and fundamental for the sustainable functioning of organizations. Thus, the purpose of this study was to determine the relationship between organizational culture and corporate social responsibility.

Linear regression analysis was used to achieve this goal. Data on four types of organizational culture and the opinions of employees from different enterprises in eight industries were compared using ANOVA variance analysis. Three hypotheses have been put forward that: all types of organizational culture predict the direction of corporate social responsibility "the effectiveness of the organization's activities in relation to social issues"; all types of organizational culture predict the direction of corporate social responsibility "the organization meets the interests of its agents"; different types of organizational culture dominate in different industries.

An empirical study of enterprises in eight industries has shown the relationship between types of organizational culture and corporate social responsibility. Different types of organizational culture dominate in different branches of industry. In addition, certain types of organizational culture are more important for different areas of corporate social responsibility. In the course of the research, the results were obtained, which showed that all the analysed types of organizational culture predict the directions of corporate social responsibility that are responsible for the effectiveness of the organization's work in relation to social issues and show its effective implementation. The "clan", "hierarchy", and "bureaucracy" types of organizational culture provide an opportunity of anticipation of circumstance that the organization respects the interests of its agents. As a result, a model has been developed, that shows their relationship.

Keywords: corporate social responsibility, organizational culture, types of organizational culture, forecasting, organization, industry, analysis, model.

For citation: Zi Gunchao. Types of organizational culture as predictors of corporate social responsibility (2020) *Upravlenie*, 8 (1), pp. 73–82. doi: 10.26425/2309-3633-2020-1-73-82



Корпоративная социальная ответственность (далее – КСО) является важной частью в управлении современной организацией, а организационная культура имеет основополагающее значение для устойчивого функционирования организаций.

Корпоративная социальная ответственность – это концепция, получившая широкое распространение в бизнес-отчетности. Каждая организация имеет политику в отношении КСО, которая ежегодно составляет отчет с подробным описанием своей деятельности. Организация способна распознавать корпоративную деятельность, которая является социально ответственной, и деятельность, которая таковой не является. Каждая организация обязана ввести в действие политику, которая касается корпоративной социальной ответственности. Она ежегодно составляет отчет, в котором детализируется вся корпоративная деятельность.

Ученые многих стран указывают на то, что организационная культура воздействует на степень результативности работы организации и ее долгосрочную эффективность [1; 4]. Эмпирические исследования показывают значимость организационной культуры для повышения эффективности деятельности организации [7; 9].

Организационная культура – это важная часть, которую динамично развивающиеся организации должны учитывать для развития определенных конкурентных преимуществ, обеспечивающих повышение эффективности работы организации. Зачастую сотрудники лучше работают над достижением целей организации, если считают себя частью организационной культуры. Чем лучше сотрудники знают правила, нормы и ценности, которым они должны следовать, тем лучше они себя чувствуют в организации, поскольку это дает им чувство порядка и безопасности. Если сотрудники чувствуют себя комфортно в организации, они готовы вносить большой вклад в эффективность и результативность организации, тем самым влияя на продуктивность деятельности. Такие сотрудники будут более целеустремленными, эффективными, инновационными, успешными и будут испытывать положительные эмоции, такие как радость, гордость и энтузиазм, на рабочем месте.

Экстраполируя влияние культуры на поведение членов организации, мы говорили о влиянии культуры на эффективность организации. В литературе можно найти множество концептуализаций организационной культуры, мы приняли конкурирующую систему ценностей, поскольку это, пожалуй, самый популярный подход к оценке культуры, где интерес заключается в отношении культуры к организационной деятельности.

Согласованность в отношении определенных форм поведения способствует более быстрому выявлению и исправлению нарушений. Сотрудники сталкиваются с меньшей неопределенностью относительно правильности действий и могут реагировать более адекватно и быстро в неожиданных ситуациях. Одними из основных факторов конкурентоспособности в условиях современного общества является гибкость и умение приспосабливаться к изменениям рынка [5].

Согласованность целей облегчает координацию действий сотрудников. Новые сотрудники быстрее социализируются и могут быстрее адаптироваться благодаря более широкому консенсусу убеждений и неконфликтному характеру целей и деятельности организации. Согласование основных ценностей и убеждений обеспечивает высокую степень интеграции и координации. Такое соответствие между общепринятыми убеждениями и реальной практикой повышает эффективность работы организации.

Существуют теоретические работы, рассматривающие взаимосвязь организационной культуры и корпоративной социальной ответственности [2; 3; 10]. Исходя из проведенного анализа соответствующей научной литературы, в нашем исследовании был изучен процесс прогнозирования корпоративной социальной ответственности типами организационной культуры. В частности, рассмотрен вопрос о том, какой тип организационной культуры («клан», «рынок», «иерархия», «бюрократия») прогнозирует какое направление корпоративной социальной ответственности [8].

С целью определения связи между корпоративной социальной ответственностью и организационной культурой, было проведено анкетирование сотрудников предприятий промышленных отраслей. Работа проводилась на ведущих российских предприятиях следующих восьми отраслей промышленности: металлургия, электроэнергетика, химическая промышленность, топливная промышленность, машиностроение и металлообработка, лесная промышленность, промышленность строительных материалов и легкая промышленность.

Для проведения исследования были выдвинуты следующие гипотезы.

1. Все типы организационной культуры прогнозируют направление корпоративной социальной ответственности – «эффективность деятельности организации в отношении социальных вопросов».

2. Все типы организационной культуры прогнозируют направление корпоративной социальной ответственности – «организация соблюдает интересы своих агентов».

3. Разные типы организационной культуры доминируют в разных отраслях промышленности.

Для нахождения взаимосвязи между типами организационной культуры и корпоративной социальной ответственностью, было проведено эмпирическое исследование на российских предприятиях электроэнергетической промышленности (123 респондента), металлургической (150 респондентов), топливной (184 респондента), химической (170 респондентов), легкой промышленности (111 респондентов), лесной (139 респондентов), машиностроения и металлообработки (113 респондентов) и на предприятиях строительных материалов (95 респондентов).

Проведение исследования проходило с помощью разработанной анкеты, состоящей из пунктов, содержащих вопросы и утверждения, соответствующие четырем типам организационной культуры и направлениям корпоративной социальной ответственности.

Полученные данные сравнивались с помощью дисперсионного анализа. Для поиска статистически значимых связей между типами организационной культуры и корпоративной социальной ответственности был использован линейный регрессионный анализ. Общее число респондентов составило 1 085 человек.

На рисунке 1 представлены данные, согласно мнениям сотрудников об их организации как о типе организационной культуры «иерархия». Сотрудники акцентировали свое внимание на том, что для поддержания порядка в организации должна быть строгая иерархия и необходим контроль расходов, чтобы не было беспорядка. Наименьшую оценку дали тому, что в организации существуют неформальные нормы и правила, которым должен следовать каждый сотрудник, и они не должны нарушаться, даже если сотрудник считает, что действует в пользу организации, в которой он работает.

На рисунке 2 представлены мнения сотрудников об организациях, в которых они работают, как о типе организационной культуры «рынок». Для них очень важно следить за изменениями рынка, чтобы своевременно реагировать на них. По полученным данным, наименьшее внимание уделяется тому, чтобы вовремя и взаимовыгодно разрешать конфликты в случае их возникновения.

Рисунок 3 отражает данные о мнениях сотрудников об их организации как о типе организационной культуры «клан». Высоко оценено то, что каждый член коллектива должен прикладывать максимальные усилия для достижения общей цели организации. Наименьший акцент сделан на том, что

легко достигается соглашение даже в случае возникновения проблем в организации.

На рисунке 4 представлены мнения сотрудников об их организации как о типе организационной культуры «бюрократия». Они высоко оценили высказывание о том, что возникающие новые идеи должны немедленно применяться, поскольку быстро устаревают. Решения должен принимать наиболее компетентный представитель организации, даже если он формально не лидер. Однако наименьшее значение при этом имеет показатель того, что все работники имеют одинаковые перспективы.

На рисунке 5 показаны данные, полученные согласно мнениям сотрудников по поводу деятельности организации в отношении социальных вопросов. Высокую оценку получила реализация качественной продукции, а также безопасность и сохранность товаров и услуг. Также было отмечено, что в организации соблюдается законодательство о предпринимательской деятельности. Респонденты отметили, что наименьший акцент в организации делается на общественную деятельность для местного сообщества.

Рисунок 6 отражает мнения сотрудников об организации, которая соблюдает интересы своих агентов. По данному аспекту исследования было выявлено, что организация наиболее полно соблюдает интересы своих клиентов и потребителей, а наименьшее внимание уделяет деятельности профсоюза. Интересы субподрядных фирм, акционеров, служащих, профсоюзов, государственного управления, местного сообщества должны учитываться в процессе реализации стратегии корпоративной социальной ответственности, однако часто игнорируются.

Рисунок 7 отражает типы организационной культуры в разных отраслях промышленности. Существуют различия между отраслями промышленности относительно типов организационной культуры. Тип организационной культуры «клан» доминирует в лесной промышленности и электроэнергетике. Тип организационной культуры «иерархия» доминирует в машиностроении и металлообработке, а также в легкой промышленности. Тип организационной культуры «рынок» представлен в топливной и химической промышленности. Тип организационной культуры «бюрократия» используется в металлургии. В связи с этим, можно сделать вывод о том, что в разных отраслях промышленности преобладают разные типы организационной культуры. Следовательно, третья гипотеза данного исследования подтверждается.

У нас есть неформальные нормы и правила, которым должен следовать каждый	M - 3.21 SD - 1.77
Правила компании не должны нарушаться даже в том случае, если сотрудник считает, что он действует в пользу компании	M - 3.34 SD - 1.84
Для управления каждым процессом требуются инструкции и правила	M - 3.55 SD - 1.82
Организация должна иметь строгую иерархию	M - 4.25 SD - 1.32
Нужно строго контролировать расходование ресурсов, иначе будет полный беспорядок	M - 4.06 SD - 0.90
Итоговое значение	M - 3.68 SD - 1.57

Составлено автором по материалам исследования / *Compiled by the author on the materials of the study*

Рис. 1. Мнения сотрудников об организации как типе организационной культуры «иерархия»
Figure 1. Views of employees on the organization as a type of organizational culture “hierarchy”

Интересы клиента никогда не игнорируются при принятии решений в организации	M - 3.50 SD - 1.16
Мы постоянно совершенствуем наши методы работы, чтобы получить преимущества перед конкурентами	M - 3.61 SD - 1.07
Во время конфликта все стараются решить его быстро и взаимовыгодно	M - 3.35 SD - 1.06
Очень важно чувствовать изменения рынка, чтобы реагировать на них своевременно	M - 4.23 SD - 0.85
Итоговое значение	M - 3.67 SD - 1.06

Составлено автором по материалам исследования / *Compiled by the author on the materials of the study*

Рис. 2. Мнения сотрудников об организации как типе организационной культуры «рынок»
Figure 2. Views of employees on the organization as a type of organizational culture “marketplace”

Соглашение легко достигается даже в отношении сложных проблем в организации	M - 3.11 SD - 1.04
Конкуренция между коллегами обычно приносит больше вреда, чем пользы	M - 3.29 SD - 1.11
Не принято говорить о людях за их спиной	M - 3.33 SD - 1.23
В группе каждый должен приложить максимум усилий для достижения общей цели	M - 4.12 SD - 0.88
Награда за успех должна идти в отдел, потому что каждый приложил усилие	M - 4.12 SD - 0.86
Итоговое значение	M - 3.59 SD - 1.12

Составлено автором по материалам исследования / *Compiled by the author on the materials of the study*

Рис. 3. Мнения сотрудников об организации как типе организационной культуры «клан»
Figure 3. Views of employees on the organization as a type of organizational culture “clan”

Работники любого подразделения имеют равные перспективы	M - 3.07 SD - 1.19
Информация доступна для всех	M - 3.20 SD - 1.16
Проекты легко координируются через все функциональные подразделения	M - 3.11 SD - 1.03
Новые идеи должны применяться немедленно, иначе они становятся старыми	M - 3.85 SD - 0.94
Наиболее компетентный представитель группы должен принимать решения, даже если он формально не является лидером группы	M - 3.56 SD - 1.10
Итоговое значение	M - 3.35 SD - 1.14

Составлено автором по материалам исследования / *Compiled by the author on the materials of the study*

Рис. 4. Мнения сотрудников об организации как типе организационной культуры «бюрократия»
Figure 4. Views of employees on the organization as a type of organizational culture "bureaucracy"

Соблюдение законодательства о предпринимательской деятельности	M - 3.98 SD - 0.95
Соблюдение законов о защите прав работников	M - 3.76 SD - 1.09
Забота и обслуживание потребителей	M - 3.80 SD - 0.98
Охрана окружающей среды	M - 3.82 SD - 1.01
Доверительные отношения с клиентами	M - 3.95 SD - 0.94
Безопасность и сохранность товаров и услуг	M - 4.04 SD - 0.91
Реализация наилучшего качества продукции и услуг	M - 4.08 SD - 0.91
Последующее внимание пользователям и потребителям продукции	M - 3.88 SD - 0.96
Публичность информации о компании для общества	M - 3.50 SD - 1.04
Вклад в науку и культуру	M - 3.29 SD - 1.10
Общественная деятельность для местного сообщества	M - 3.25 SD - 1.12
Итоговое значение	M - 3.75 SD - 1.02

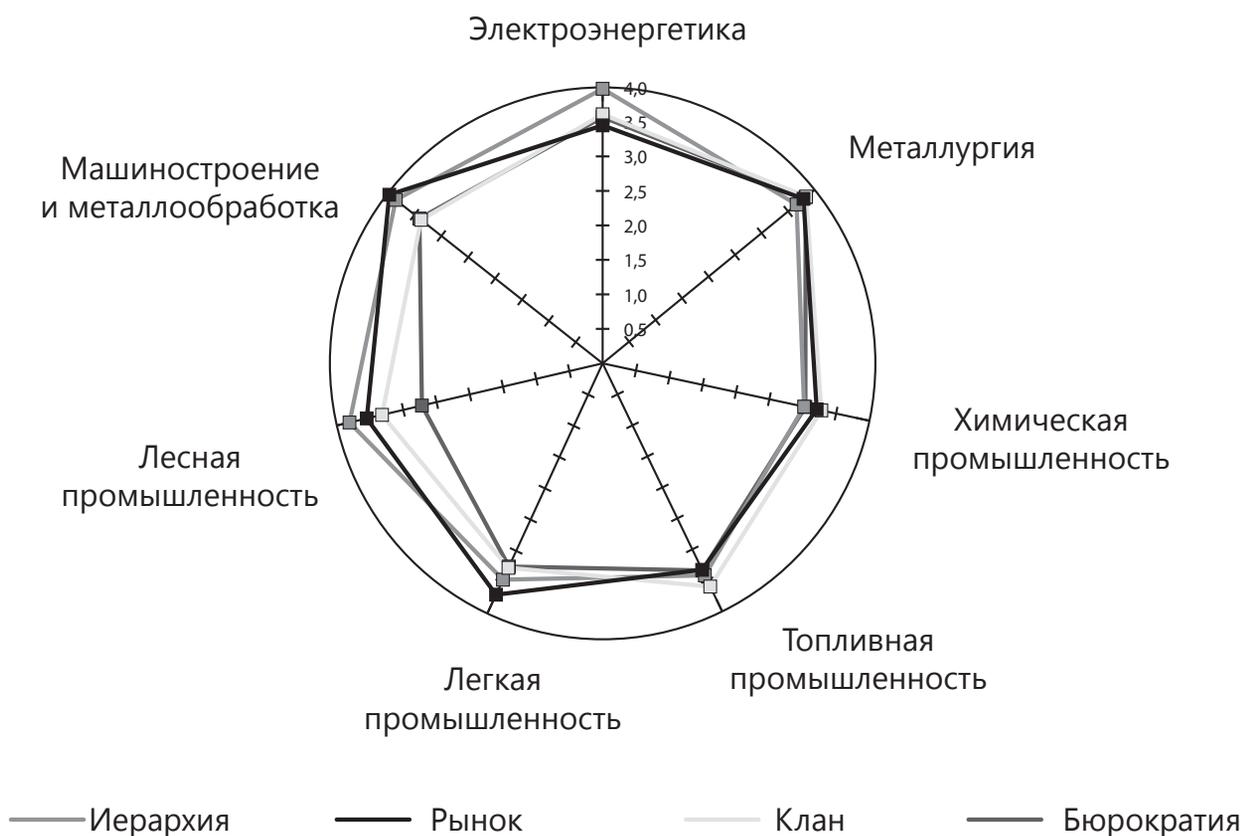
Составлено автором по материалам исследования / *Compiled by the author on the materials of the study*

Рис. 5. Эффективность деятельности организации в отношении социальных вопросов
Figure 5. Effectiveness of the organization in relation to social issues

Клиенты	M - 4.06 SD - 0.95
Субподрядные фирмы	M - 3.66 SD - 1.00
Потребители	M - 3.98 SD - 0.99
Акционеры	M - 3.74 SD - 1.10
Служащие	M - 3.26 SD - 1.12
Профсоюз	M - 3.03 SD - 1.21
Государственное управление	M - 3.33 SD - 1.06
Местное сообщество	M - 3.27 SD - 1.12
Итоговое значение	M - 3.54 SD - 1.02

Составлено автором по материалам исследования / *Compiled by the author on the materials of the study*

Рис. 6. Организация соблюдает интересы агентов
Figure 6. Organization respects the interests of agents



Составлено автором по материалам исследования / *Compiled by the author on the materials of the study*

Рис. 7. Типы организационной культуры в разных отраслях промышленности
Figure 7. Types of organizational culture in different industries

Организации, имеющие тот или иной тип организационной культуры, имеют и разное понятие о корпоративной социальной ответственности. Целью данного этапа исследования является оценка способности организационной культуры в прогнозировании того или иного направления корпоративной социальной ответственности. Для проведения данной части исследования использовался линейный регрессионный анализ. В качестве зависимой переменной рассматривалась корпоративная социальная ответственность, а в качестве независимых переменных – типы организационной культуры. Чтобы предсказать, как организационная культура прогнозирует корпоративную социальную ответственность, был рассчитан стандартизованный коэффициент регрессии Beta. Анализ проводился отдельно для каждого типа организационной культуры и для каждого из направлений корпоративной социальной ответственности [6].

Согласно полученным результатам, представленным в таблице 1, все типы организационной культуры прогнозируют направление корпоративной социальной ответственности, которое рассматривает деятельность организации в отношении социальных вопросов. Проведенное исследование подтверждает выдвинутую гипотезу.

Типы организационной культуры «клан», «иерархия» и «бюрократия» прогнозируют, что орга-

низация уважает интересы своих агентов. Тип организационной культуры «рынок» прогнозирует только направление корпоративной социальной ответственности, связанное с деятельностью организации в отношении социальных вопросов. Предполагалось, что все типы организационной культуры прогнозируют направление корпоративной социальной ответственности «организация соблюдает интересы агентов», но такой тип организационной культуры, как «рынок» не прогнозирует. Полученные результаты показали, что зачастую интересы работников, профсоюзов, местных сообществ, государственного управления часто игнорируются в организациях, где доминирует тип организационной культуры «рынок», поэтому данный тип не прогнозирует направление корпоративной социальной ответственности «организация соблюдает интересы агентов».

В процессе проведения эмпирического исследования различных отраслей промышленности, была выявлена взаимосвязь между типами организационной культуры и корпоративной социальной ответственностью. Полученные результаты позволили разработать модель, показывающую, что типы организационной культуры прогнозируют направления корпоративной социальной ответственности (рис. 8).

Таблица 1

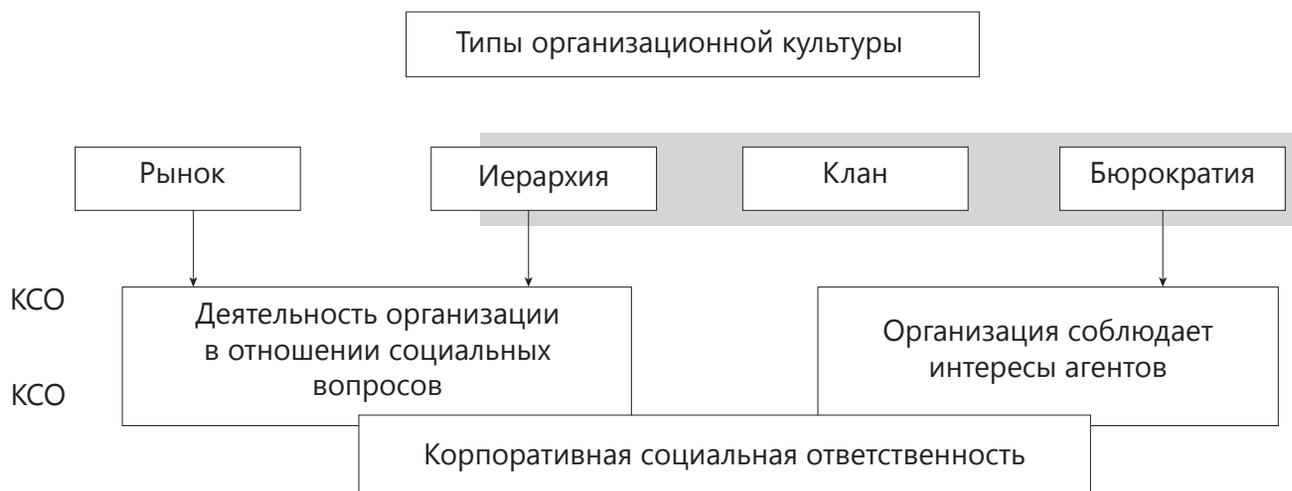
Типы организационной культуры, прогнозирующие направления деятельности корпоративной социальной ответственности

Table 1. Types of organizational culture, predicting the directions of corporate social responsibility activities

	Типы организационной культуры	Стандартизованные коэффициенты			
		B	Beta	T	Sig.
Деятельность организации в отношении социальных вопросов					
N=1085, R ² =0,374, F(4,4058)=609,28, p<0,000	Клан	0,547	0,212	12,068	0,000*
	Рынок	0,363	0,107	6,431	0,000*
	Иерархия	0,532	0,169	10,533	0,000*
	Бюрократия	0,594	0,250	14,567	0,000*
Организация соблюдает интересы агентов					
N=1085, R ² =0,220, F(4,4653)=329,04, p<0,000	Клан	0,363	0,206	11,028	0,000*
	Рынок	-0,04528	-0,019	-1,151	0,249
	Иерархия	0,124	0,059	3,540	0,000*
	Бюрократия	0,472	0,283	15,455	0,000*

* Коэффициент статистически значимый, P<0,01.

Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study



Составлено автором по материалам исследования / Compiled by the author on the materials of the study

Рис. 8. Типы организационной культуры прогнозируют направления деятельности КСО
Figure 8. Types of organizational culture predict directions CSR activities

Таким образом, во-первых, руководителям организаций, где доминирует тип организационной культуры «рынок» необходимо соблюдать интересы всех агентов – потребителей, сотрудников, субподрядных

фирм, заказчиков и др. Во-вторых, любые изменения организационной культуры однозначно отражаются на всех видах деятельности организации, включая и корпоративную социальную ответственность.

Библиографический список

1. Грошев, И. В., Краснослободцев, А. А. Организационная культура: учебное пособие. 2-е изд., перераб. и доп. М.: Юнити-Дана, 2013. 535 с.
2. Грошев, И. В., Ватлин, А. А. Корпоративная социальная ответственность и культура: генезис, синтез понятий и компетенций // Известия Юго-Западного государственного университета. Серия. Экономика. Социология. Менеджмент. 2014. № 6 (57). С. 129–133.
3. Грошев, И. В., Жерегеля, А. В., Школьный, Д. В. Менеджмент организационной культуры в условиях цифровизации предприятий // Управление. 2019. № 2 (7). С. 33–38.
4. Уайнхардт, Й. Р., Андриякайтене, Р. М. Влияние типов организационной культуры на развитие корпоративной социальной ответственности // Проблемы экономики и менеджмента. 2013. № 12 (28). С. 54–67.
5. Мозговой, А. И. Формирование конкурентных преимуществ российских транснациональных корпораций в условиях глобализации // Управление. 2019. № 3 (7). С. 30–37.
6. Alas, R., Übüs Ü. Organizational culture types as predictors of corporate social responsibility // Engineering Economics. 2009. No. 61 (61). P. 90–99.
7. Cameron, K. S., Ettington, D. R. The conceptual foundations of organizational culture // Higher Education: Handbook of Theory and Research. New York: Agathon, 1988. 358 p.

References

1. Groshev I. V., Krasnoslobodtsev A. A. Organizatsionnaya kultura: uchebnoe posobie. [Organizational culture: a manual], 2-e izd, pererab. i dop, Moscow, Unity-Dana, 2013, 535 p.
2. Groshev I. V., Vatlin A. A. Korporativnaya sotsial'naya otvetstvennost' i kul'tura: genezis, sintez ponyatii i kompetentsii [Corporate social responsibility and culture: genesis, synthesis of concepts and competences], Izvestiya Yugo-Zapadnogo gosudarstvennogo universiteta. Seriya. Ekonomika. Sotsiologiya. Menedzhment, 2014, no. 6 (57), pp. 129–133.
3. Groshev I. V., Zheregelya A. V., Shkolnyi D. V. Menedzhment organizatsionnoi kul'tury v usloviakh tsifrovizatsii predpriyatii [Management of organizational culture in the conditions of enterprises digitalization], Upravlenie, 2019, no. 7 (2), pp. 33–38.
4. Weinhardt J. R., Andryukaitene R. M. Vliyanie tipov organizatsionnoi kul'tury na razvitie korporativnoi sotsial'noi otvetstvennosti [Influence of organizational culture types on the development of corporate social responsibility], Problemy ekonomiki i menedzhmenta, 2013, no. 12 (28), pp. 54–67.
5. Mozgovi A. I. Formirovanie konkurentnykh preimushchestv rossiiskikh transnatsional'nykh korporatsii v usloviyakh globalizatsii [Formation of competitive advantages of Russian transnational corporations in the context of globalization], Upravlenie, 2019, no. 7 (3), pp. 30–37.
6. Alas R. Übüs Ü. Organizational culture types as predictors of corporate social responsibility, Engineering Economics, 2009, no. 61 (61), pp. 90–99.

8. Cameron, K. S., Quinn, R. E. Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework. Reading: Addison Wesley Longman, 1999. 329 p.
9. Denison, D. Corporate Culture and Organizational Effectiveness. New York: John Wiley, 1989. 417 p.
10. Deng, L., Hu, Ya. An investigation of the relationship between corporate social responsibility and organizational culture // 2010 Second International Conference on Communication Systems. Networks and Applications. Hong Kong. 2010. 375 p.
11. Trice, H. M., Beyer, J. M. The cultures of work organizations. New York: Prentice Hall, 1993. 298 p.
7. Cameron K. S., Ettington D. R. The conceptual foundations of organizational culture, Higher Education: Handbook of Theory and Research, New York, Agathon, 1988, 358 p.
8. Cameron K. S., Quinn R. E. Diagnosing and changing organizational culture: based on the competing values framework, Reading, Addison Wesley Longman, 1999, 329 p.
9. Denison D. Corporate Culture and Organizational Effectiveness, New York, John Wiley, 1989, 417 p.
10. Deng L., Hu Ya. An investigation of the relationship between corporate social responsibility and organizational culture, 2010 Second International Conference on Communication Systems. Networks and Applications, Hong Kong, 2010, 375 p.
11. Trice H., Beyer J. The cultures of work organizations, New York, Prentice Hall, 1993, 298 p.