

## ორგანიზაციული კულტურის ფორმირებისა და უსაფრთხოების ტენდენციები

ლამბაშიძე თამარ

საქართველოს ტექნიკური უნივერსიტეტი  
ასოცირებული პროფესორი

ორგანიზაციული კულტურა ეს არის გაზიარებული ცოდნა და ფასეულობები კითხვაზე - „რა არის“ და „რატომ არის“, ამ მოსაზრების მიხედვით, ორგანიზაციული კულტურა არის „ისტორია“, რომლის შემქმნელები და მონაწილეები ორგანიზაციის წევრები არიან, ხოლო ფასეულობები და რიტუალები ნარატივის გასაძლიერებლად გამოიყენება. იმისათვის რომ გავიგოთ, როგორია ორგანიზაციული კულტურა, საჭიროა ყველა ნიუანსის ცოდნა, მაგალითად, თანამშრომლებში არსებული სიმბოლოების, ორგანიზაციაში მიღებული სლენგის და ასე შემდეგ. ეს განსაზღვრება აღწერს იმას, თუ როგორ ქმნის ორგანიზაციის განვითარება საკუთარ კულტურას.

**საკვანძო სიტყვები:** ნახალისება, იმუნური სისტემა, უსაფრთხოების მექანიზმი, საერთო ფასეულობები, ორგანიზაციის ტოლერანტობა

ყველა ერთმნიშვნელოვნად თანხმდება, რომ ორგანიზაციული კულტურა გავლენას ახდენს და მართავს გუნდის წევრების ქცევას, თუმცა, მისი განმარტება საკმაოდ რთულია და არ არსებობს კონსენსუსი, თუ რას გულისხმობს და რა არის კორპორატიული კულტურა.

პრობლემა ისაა, რომ კორპორატიული კულტურის სწორი განმარტების გარეშე, ვერ შევძლებთ გავიგოთ თუ რა კავშირშია ის, ორგანიზაციის მართვის ისეთ მნიშვნელოვან სისტემებთან, როგორცაა სტრუქტურა, ორგანიზაციის წევრების ნახალისების სისტემა და სხვა. ასევე, გავგიჟრდება ორგანიზაციაში არსებული პრობლემის იდენტიფიცირება და უკეთესი კულტურის შექმნა, განვითარება.

**„კულტურა არის ის, თუ „როგორ აკეთებს საქმეს“ ორგანიზაცია“. – რობი კატანგა**

კულტურა თანმიმდევრულია და მისი გაგება შესაძლებელია, იმის მიხედვით, თუ როგორ იქცევიან თანამშრომლები ორგანიზაციაში. არისტოტელე წერდა: „ის ვართ, რასაც მუდმივად ვაკეთებთ“. ეს ამტკიცებს მოსაზრებას, რომ კულტურა მუდმივად განმეორებადი ქცევა ან ურთიერთობის ჩვევებია, ხოლო ადამიანების გრძობები, რას ფიქრობენ ისინი და რისი სჯერათ, ნაკლებად მნიშვნელოვანია. ასევე მნიშვნელოვანია ვიცოდეთ, ის ფაქტორები, რომელიც ქმნის ქცევით ჩვევებს ორგანიზაციაში და კიდევ ერთხელ დაგვაფიქრებენ შეკითხვაზე: ზეგავლენის მქონე ფაქტორებია კულტურა, თუ ზეგავლენით გამოწვეული ქცევის შედეგები?

**„დიდნილად, კულტურა კომპენსაციის შედეგია“ – ალექ ჰავერტიკი**

კულტურას მეტნილად წამახალისებელი ფაქტორები ქმნის. ადამიანების ქცევის საუკეთესო განმსაზღვრელია შესაძლო ნახალისება, ჯილდო ქცევისთვის. ნახალისებაში ვგულისხმობთ, სრულ ჩამონათვალს – მატერიალურ ჯილდოს, არამატერიალურ ჯილდოს, მაგალითად სტატუსს, აღიარებას და წინსვლას, ასევე საყვედურს – რომელსაც იღებენ ორგანიზაციის თანამშრომლები, არასასურველი ქცევისთვის. მაგრამ საიდან მოდის მოტივაციის ფაქტორები? წინა განმარტებიდან გამომდინარე, კვერცხისა და ქათმის მსგავს, მუდმივად სადავო შეკითხვამდე მივდივართ. ქცევის კულტურა ქცევის ნახალისებით იქმნება, თუ ნახალისება იქმნება, ისეთი ფუნდამენტალური ცნებებისგან, როგორცაა ხედვა და ფასეულობები, რაც შემდგომ ქმნის კულტურას?

**„ორგანიზაციული კულტურას განსაზღვრავს ორგანიზაციის წევრების მიერ გაზიარებული ცოდნა ორგანიზაციაში“. – ბრუს პერონი.**

კულტურა არის, ის თუ როგორ ხდება აზრის შექმნა და ჩამოყალიბება ორგანიზაციაში. აზრის ჩამოყალიბება განიზღვრება, როგორც „ თანამშრომლობის შედეგად შექმნილი საერთო აზრი, რომელსაც იზიარებენ სხვადასხვა ინტერესისა და შეხედულების მქონე ინდივიდები“. აღსანიშნავია, რომ ამ განმარტებას ორგანიზაციული კულტურა ქცევითი კონტექსტიდან, საერთო ღირებულებების კონტექსტში გადაჰყავს, ანუ ვვარაუდობთ, რომ კულტურა არის საერთო და ერთნაირი ხედვები და ფასეულობები, რომელიც ეხმარება მის წევრებს ორგანიზაციაში არსებული რეალობის აღქმაში.

**„ორგანიზაციული კულტურა არის ფასეულობებისა და რიტუალების ერთობლიობა, ის ორგანიზაციის წევრების „ნებოა“ – რიჩარდ პერინი**

ორგანიზაციული კულტურა ეს არის გაზიარებული ცოდნა და ფასეულობები კითხვაზე „რა არის“ და „რატომ არის“, ამ მოსაზრების მიხედვით, ორგანიზაციული კულტურა არის „ისტორია“, რომლის შემქმნელები და მონაწილეები ორგანიზაციის წევრები არიან, ხოლო ფასეულობები და რიტუალები ნარატივის გასაძლიერებლად გამოიყენება. იმისათვის რომ გავიგოთ, როგორია

ორგანიზაციული კულტურა, საჭიროა ყველა ნიუანსის ცოდნა, მაგალითად, თანამშრომლებში არსებული სიმბოლოების, ორგანიზაციაში მიღებული სლენგის და ასე შემდეგ. ეს განსაზღვრება აღწერს, იმას თუ როგორ ქმნის ორგანიზაციის განვითარება საკუთარ კულტურას.

**„ორგანიზაციული კულტურა სამუშაოს ცივილიზაციაა“. – ალან ადლერი**

კულტურა სოციალური კონტროლის სისტემაა. ამ განსაზღვრებაში ძირითადი აქცენტი კეთდება კულტურის, „სწორი აზროვნების“, შემქნელ როლზე. მოცემული მოსაზრებით კულტურა მიღებული ნორმებია, რომელიც ვერ შეეგუება ნორმების დარღვევას. ამავე მოსაზრებით, ორგანიზაციულ კულტურა ქმნის ორგანიზაციის განვითარებასაც, რადგან აღწერს, თუ რა გავლენა იქონია წარსულში ორგანიზაციის შენარჩუნებაზე არსებულმა ნორმებმა. უნდა გავითვალისწინოთ, რომ შენიშვნა: განვითარების თეორიის იდეაა და გარე ფაქტორებით გამოწვეული ცვლილებების გატარებისას, სწორედ ორგანიზაციული კულტურაა გადარჩენის და ცვლილებებზე მორგების ერთ-ერთი დამაბრკოლებელი ფაქტორი.

**„კულტურა არის ორგანიზაციის იმუნური სისტემა“. – მიხეილ ვატკინსი**

კულტურა არის თავდაცვის ფორმა, რომელიც სიტუაციური ზენოლის შედეგად განვითარდა. ის პრევენციას უკეთებს აზროვნების „არასწორ“ მიმართულებას და ასევე „არასწორ“ ადამიანებს ორგანიზაციაში. ამ განსაზღვრებით, ორგანიზაციული კულტურის მოქმედება ადამიანის იმუნიტეტის მსგავსია, ის იცავს ორგანიზმს ვირუსებისა და ინფექციისგან, რომელიც მრავლად არის გარემოში და აზიანებს სხეულს. პრობლემა ისაა, რომ იმუნურმა სისტემამ შეიძლება ორგანიზაცია საჭირო ცვლილებებისგანაც „დაიცვას“.

არის სხვა საინტერესო მოსაზრებები, რომლებიც უარყოფს შეხედულებებს, რომ კულტურა არის უნივერსალური და სტატიკური, ასევე, მრავალფეროვანი და დინამიკური.

**„ორგანიზაციულ კულტურას ქმნის სოციუმი, საზოგადოება, რომელშიც ვცხოვრობთ“. – ელისაბედ სკირგარი**

ორგანიზაციული კულტურა შიდა ორგანიზაციული და საზოგადოების კულტურათა თანხვედრის შედეგად იქმნება, ანუ მნიშვნელოვანია იმ სოციუმის ან საზოგადოების კულტურა, სადაც ორგანიზაცია არსებობს, ფუნქციონირებს. ეს მოსაზრება კიდევ ერთხელ გვახსენებს იმ პრობლემებს, რომელსაც მულტინაციონალური ორგანიზაცია, საერთო კულტურის ჩამოყალიბებისა და შექმნისას აწყდება სხვადასხვა ქვეყანაში.

**„არსებობს კულტურა და სუბკულტურები“. – როლდ ვინკლერი**

ორგანიზაციული კულტურა არასოდეს არ არის მონოლითური. არსებობს კულტურების სხვაობა ბიზნესის ფუნქციების მიხედვით. მაგალითად: ფინანსები მარკეტინგის წინამძღვრად, კომპანიების შერწყმა ან კომპანიებში ფუნქციების შერწყმა – გაერთიანება დიდ გვალენას ახდენს კულტურის ერთიანობასა და სუბკულტურის ჩამოყალიბებაზე.

**„ორგანიზაცია არის არსებობის კულტურა.... რომელიც რაც შესაძლებელია სწრაფად ახდენს ადაპტაციას რეალობასთან“. – აბდი ოსმა ჯამა**

კულტურა მუდმივად დინამიკურია. იგი იცვლება, შიდა და გარე ფაქტორების მოქმედების ან გავლენის შედეგად. შეგვიძლია რომ კულტურა ვმართოთ და ვცვალოთ მუდმივად, რაც უფრო ამტკიცებს მოსაზრებას, რომ კულტურისთვის სტაბილური „ადგილმდებარეობა“ არ არსებობს და მისი მიღწევა შეუძლებელია, ამიტომ ორგანიზაციის კულტურაში მუდმივად უნდა იყოს სწრაფვა განვითარებისკენ.

კორპორატიული კულტურა ყველა ორგანიზაციაში არსებობს და ის იმ ღირებულებებს, დამოკიდებულებებს, სტანდარტებსა და რწმენებს გულისხმობს, რაც ორგანიზაციას ახასიათებს და მის ბუნებას განსაზღვრავს.

კულტურა ორგანიზაციის მიზნებში, სტრატეგიებში, სტრუქტურაში, თანამშრომლების, მომხმარებლებისა და ინვესტორების მიმართ დამოკიდებულებაში გამოიხატება, შესაბამისად, მას ბიზნესის წარმატებასა თუ წარუმატებლობაში დიდი წვლილი მიუძღვის: კვლევებისრთანახმად, ინოვაციების დანერგვაში ყველაზე დიდი მნიშვნელობა სწორედ მას ენიჭება.

კარგი კორპორატიული კულტურა ნებისმიერი ორგანიზაციის გამართულად მუშაობისთვისაა აუცილებელი: ჯანსაღ კორპორატიულ გარემოს თანამშრომლების პროდუქტიულობის ზრდა შეუძლია, მაშინ, როდესაც არაჯანსაღმა გარემომ შეიძლება კომპანიის ზრდა შეაჩეროს ან ბიზნესის წარუმატებლობაც გამოიწვიოს.

ჯანსაღი კულტურა, რომელშიც თანამშრომლები საკუთარ თავს გუნდის ნაწილად აღიქვამენ და სიამოვნებას მთლიანი კომპანიის წარმატება ანიჭებთ. არაჯანსაღი კულტურის პირობებში კი თანამშრომლები საკუთარ თავს ინდივიდუალურად, კომპანიისგან დამოუკიდებლად განიხილავენ და ისინი არა კომპანიის, არამედ თავიანთ დამოუკიდებელ საჭიროებებზე კონცენტრირდებიან. ასეთ დროს, თანამშრომლები ასრულებენ თავიანთი სამუშაოს მხოლოდ მინიმალურ მოთხოვნებს და მათი ერთადერთი მოტივატორი ხელფასია.

იმის გათვალისწინებით, რომ ყველა ორგანიზაცია განსხვავებულია, ბევრნაირი „ა“ – კულტურა შეიძლება არსებობდეს, თუმცა, არსებობს რამდენიმე ფუნდამენტური საკითხი, რომელიც ნებისმიერი ტიპის ორგანიზაციამ უნდა გაითვალისწინოს ჯანსაღი კორპორატიული კულტურის შესაქმნელად.

1. პირველი და ყველაზე მნიშვნელოვანი საკითხი არის რწმუნება. ის ძალიან რთულად მოპოვებადი, მაგრამ აბსოლუტურად აუცილებელი. თუ გსურთ თქვენი თანამშრომლები თავიანთ საქმეებში ჩართულები იყვნენ, ისინი თავიანთ მენეჯერსა და ორგანიზაციას უნდა ენდობოდნენ. თანამშრომლებს სჭირდებათ ნდობა იმათ მიმართ, ვისთან თანამშრომლობაც უნევთ.
2. მეორე საკითხირთავისუფლებაა: თანამშრომლებს სჭირდებათ თავისუფლება მოქმედებისთვის, მცდელობებისთვის და შეცდომების უსაფრთხოდ დასაშვებად. თავისუფლება გადაჯაჭვულია ნდობის კომპონენტთან. მათ უნდა შეეძლოთ ილაპარაკონ თავიანთ სამუშაოზე ყველანაირი შიშის და უარყოფითი მოლოდინების გარეშე.
3. ასევე მნიშვნელოვანია რადამიანები: ვერცერთი კომპანია ვერ შექმნის და შეინარჩუნებს კულტურას იმ ადამიანების გარეშე, რომლებიც იზიარებენ კომპანიის ღირებულებებს. სწორედ ამიტომ, რომ მსოფლიოში საუკეთესო კომპანიებს რეკრუტინგში ყველაზე მკაცრი პოლიტიკა აქვთ. რაზე, რეკრუტინგის დროს, კანდიდატის არა მხოლოდ კონკრეტულ საქმესთან, არამედ კორპორატიულ კულტურასთან შესაბამისობასაც უნდა მივანიჭოთ მნიშვნელობა. კვლევების რთვანხმად, კულტურულად შესაბამისი თანამშრომლები 7%-ით ნაკლებ ხელფასზე თანხმდებიან და მათ შემთხვევაში დენადობაც სხვებთან შედარებით 30%-ით ნაკლებია. გამოდის, რომ რადამიანები უფრო დიდხანს ჩერდებიან კომპანიაში, რომლის კულტურაც მოსწონთ.
4. ბოლო საკითხირსიახლება: კომპანიები, რომლებიც არ ცდილობენ კულტურის მუდმივ განახლებას, აღმოაჩენენ, რომ მათი კულტურა მოძველებულია. თანამედროვე სამყაროში ორგანიზაციებს ეს ძალიან მოკლე პერიოდში შეიძლება დაემართოთ. კარგი ამბავი ისაა, რომ ცვლილებები აუცილებელი არაა გრანდიოზული და ძვირირანი იყოს. არც ისაა სავალდებულო, რომ ყველა განახლება თანამშრომლების მოტივაციის, პროდუქტიულობის, ჩართულობის ან თანამშრომლობის გაზრდაზე იყოს ორიენტირებული.

რა თქმა უნდა, მხოლოდ კულტურას არ შეუძლია ბიზნესის წარმატების მოტანა. ასევე ბუნებრივია, რომ კულტურის ნაწილი ისეთი საკითხებიც შეიძლება იყოს, რომლებიც ბიზნეს პროცესებზე პირდაპირ არ აისახება, მაგრამ ის მაინც აუცილებელია თუ გვსურს, რომ ჩვენი ბიზნესი დადებითად აღიქმებოდეს, თანამშრომლებს უხაროდეთ ჩვენთან მუშაობა და ჰქონდეთ სურვილი, მათი იდენტობის ნაწილი ორგანიზაციაში მუშაობაც იყოს.

ძალზედ აქტიუალური გახდა პრობლემა დღეს ორგანიზაციულ კულტურებში შეჭრის და გარკვეულწილად „პარტიზანული“ ქმედებებისა.

ჰაკერები მნიშვნელოვან ინფორმაციებს ხშირ შემთხვევაში ტექნოლოგიური სისუსტეების გამოყენებით იპარავენ, დანაშაულის ადგილი კი IT ქსელია. მისი მუშაობის შესახებ რიგით მომხმარებელს მეტად მწირი ინფორმაცია გააჩნია და შესაბამისად, ეჭვით უყურებს ინფორმაციულ უსაფრთხოებას.

გადამწყვეტი ფაქტორი ისაა, თუ როგორ უყურებს ორგანიზაცია ინფორმაციულ უსაფრთხოებას. მოსაზრება, რომ თანამედროვე მაღალტექნოლოგიურ მონყობილობებს შეუძლიათ ორგანიზაციის უსაფრთხოება დაიცვან შესაბამისი ადამიანური რესურსის გარეშე, არის სწორედ იმის მიზეზი, რომ ყოველდღიურად ასობით ორგანიზაცია „ტყდება“. გარდა ამისა, ეს მიდგომა აიგნორებს ინფორმაციული უსაფრთხოების რისკის მთავარ მამოძრავებელ ძალებს: ორგანიზაციულ კულტურასა და ამ კულტურიდან გამომდინარე თანამშრომელთა ქცევას.

ინფორმაციულ უსაფრთხოებაზე უდიდესი გავლენა აქვს ორგანიზაციული კულტურის ორ ასპექტს: ორგანიზაციის ტოლერანტობა უსაფრთხოების წესების დარღვევის მიმართ და ურთიერთთანამშრომლობის ხარისხი როგორც ბიზნეს დანაყოფებს, ისე ცალკეულ თანამშრომლებს შორის.

უსაფრთხოება და კომფორტი ურთიერთსაწინააღმდეგო ცნებებია – რაც მეტია კონტროლი, მით ნაკლებად კომფორტულია ის ორგანიზაციაში მომუშავე ინდივიდებისთვის. მაგალითად, პაროლის კომპლექსურობის მოთხოვნა საჭიროებს დამატებითი სიმბოლოების დამახსოვრებას და შედარებით მეტი სიმბოლოების აკრეფას ყოველ ჯერზე. ორგანიზაციის ტოლერანტობა ამ და სხვა ინფორმაციული უსაფრთხოების მოთხოვნების დარღვევის მიმართ პირდაპირ კავშირშია ორგანიზაციაში არსებულ უსაფრთხოების რეალურ დონესთან. ყველაზე ცუდი კი ისაა, რომ ზედა მმართველი რგოლის თანამშრომლები – ორგანიზაციის ლიდერები – ყველაზე მეტად უგულებელყოფენ უსაფრთხოების მოთხოვნებს.

კიბერ უსაფრთხოების პრიორიტეტულობის პრობლემა განსაკუთრებით დგას შედეგზე ორიენტირებულ ორგანიზაციებში. ის აქტივობები, რომლებიც ხელს უწყობს მიზნის მიღწევას ავტომატურად ხდება პრიორიტეტული ისე, რომ უსაფრთხოება უკანა პლანზე იწევს და არარელევანტურად აღიქმება. მსგავსი მიდგომა ქმნის კულტურას, რომელიც პირდაპირ თუ არა-პირდაპირ იწონებს თანამშრომელთა მიერ მიზნის მისაღწევად ინფორმაციული მართვის ყველაზე ხელსაყრელი სისტემების დანერგვას და უარს ამბობს ბევრად უსაფრთხო, მაგრამ ნაკლებად კომფორტულ გადაწყვეტილებებზე. ამ კომპანიების წარმატების მთავარი მიზეზი – მიზანზე ორიენტირებულობა – ამავდროულად აყენებს მათ მაღალი რისკის ქვეშ.

ინფორმაციულ უსაფრთხოებასთან დაკავშირებული სხვა პრობლემა დგას იმ ორგანიზაციებში, რომლებიც ოპერირებენ როგორც დამოუკიდებელი ბიზნეს დანაყოფები. ასეთი დანაყოფების წარმოშობა შეიძლება გამოწვეული იყოს სხვა ორგანიზაციის შერწყმით, განსხვავებული ბიზნეს მოდელების არსებობით და ა.შ. პრობლემა კი იმაში მდგომარეობს, რომ ერთიანი სტანდარტების დამყარება რთულია სხვადასხვა კულტურის მქონე დანაყოფებში და შედეგად წარმოიშობა დანაწევრებული უსაფრთხოების გადაწყვეტილებები დანაყოფების მიხედვით, რომელთა მართვა საკმაოდ რთულია და ზრდის კიბერუსაფრთხოების რისკებს.

მაღალგანვითარებული ტექნოლოგიური კომპანიებიც მიდრეკილნი არიან უსაფრთხოების მაღალი რისკის მიმართ, რისი მიზეზიც ისაა, რომ ახალგაზრდული კულტურები შეზღუდვებს ძნელად ეგუებიან.

ჰაკერების მიერ სისტემაში შეღწევის დროს, როგორც წესი IT დეპარტამენტზე გადატყდება ხოლმე ჯოხი, რადგან სათანადოდ ვერ დაიცვეს ორგანიზაციისთვის მნიშვნელოვანი ინფორმაცია, მაშინ როდესაც ამის მთავარი მიზეზი ორგანიზაციაში გაბატონებული ის კულტურაა, რომელიც უგულებელყოფს IT დეპარტამენტის მიერ რისკზე ორიენტირებული გადაწყვეტილებების შესრულებას. ამის გარდა არსებობს სტრუქტურული პრობლემაც: IT დეპარტამენტი უმეტესად პასუხისმგებელია როგორც ტექნოლოგიების იმპლემენტაციაზე, ისე უსაფრთხოების მართვაზე, რაც IT პერსონალს შორის წარმოშობს ინტერესთა კონფლიქტს.

როგორ შეუძლია ორგანიზაციას სიტუაციის გამოსწორება?

ორგანიზაციული კულტურის შეცვლა საკმაოდ რთულია, განსაკუთრებით მაშინ, თუ ეს კულტურა წლების განმავლობაში ორგანიზაციის წარმატების გარანტი იყო. პასუხი შემდეგში მდგომარეობს: ის კი არ უნდა დაინგრეს, არამედ ინფორმაციული უსაფრთხოება და რისკის მიმართ თანამედროვე მიდგომები მასში უნდა ჩაინერგოს. გარდა ამისა, საჭიროა მმართველი რგოლი გვერდში დაუდგეს უსაფრთხოებაზე პასუხისმგებელ პერსონალს, რათა ადვილად დაიძლიოს ჩვევაში გადასული კულტურის საფრთხის შემცველი ელემენტები. მესიჯი უნდა მოდიოდეს უმაღლესი რგოლიდან. მმართველმა რგოლმა პირადი მაგალითი უნდა მისცეს ხელქვეითებს და პრაქტიკულად თავადვე დაიწყონ უსაფრთხოების წესების შესრულება და დაცვა.

## ლიტერატურა

1. Bruce Perone Hotel General Manager with a Love of Creative Catering Metairie, Louisiana 2018
2. Richard Perini Past President Southern California Security Association Southern California February 2013 – February 2016
3. alan adler-Text is available under *the Creative Commons Attribution-ShareAlike License*;
4. House, R.J.Hanges, R.J.Javidan, M.Dorfman, P.W.Gupta, V.(Eds), Culture, Leadership and Organizations: The Globe Study of 62 Societies. Copyright 2004, SAGE publications, INC, Reprinted wuth permission;
5. Robert J House et al – Project GLOBE Professor at Wharton since 1988; 161
6. John P.Kotter „The General Managers“ NEW YORK, 2004;
7. Child J.Warner M. Culture and managment in China Warner M(ed) Culture and Managment in asia-London: routledge, 2003;
8. [https://nataliesun.wordpress.com/2010/05/24/motivaciis\\_zal/](https://nataliesun.wordpress.com/2010/05/24/motivaciis_zal/)  
[http://gipajnewscafe.net/\\_gipajsprma2015/\\_gipajsprma2](http://gipajnewscafe.net/_gipajsprma2015/_gipajsprma2)

## ORGANIZATIONAL CULTURE FORMATION AND SECURITYTRENDS

Ghambashidze Tamar

Associated professor  
of Georgian Technical University

### Summary

The importance of company culture. Company culture is important for 3 fundamental reasons: It influences the type of employees in the organization and whether they stay or leave. It establishes a set of norms that govern the efficiency of the workplace. Organizational culture is a system of shared assumptions, values, and beliefs that governs how people behave in organizations. The culture of an organization provides guidelines for how people in the organization behave in the course of performing their jobs. Corporate culture refers to the shared values, attitudes, standards, and beliefs that characterize members of an organization and define its nature. Corporate culture is rooted in an organization's goals, strategies, structure, and approaches to labor, customers, investors, and the greater community. An good IT support company is integral to the success of your business. ... They'll be able to supply you with, and install, high quality telecoms, IT systems, network and DSL services which will maximise the efficiency of your business and eliminate any IT issues before they become massive problems. A corporate identity or corporate image is the manner which a corporation, firm or business presents themselves to the public (such as customers and investors as well as employees).

**Key words:** *encouragement, motivation the immune system, safety mechanism/mechanism of safety general.*