

УДК 658.14

JEL Classification: M 14

*Світлана Миколаївна Шепеленко, докторант  
(Українська інженерно-педагогічна академія)  
ORCID ID 0009-0006-3952-2035*

## ФОРМУВАННЯ КОРПОРАТИВНОЇ КУЛЬТУРИ ПІДПРИЄМСТВ ТА ЇЇ ВПЛИВ НА ПРОЦЕС ІНТЕЛЕКТУАЛІЗАЦІЇ

*У статті проведено аналіз сутності поняття «корпоративна культура», який дозволив сформулювати авторське бачення даної дефініції, що на відміну від існуючих враховує мету створення сприятливого клімату для активного розвитку інтелектуального потенціалу працівників та підвищення рівня конкурентоспроможності. Досліджено компоненти механізму формування корпоративної культури підприємств та їх вплив на процес інтелектуалізації за рахунок дворівневого підходу до формування ефективної корпоративної культури на підприємстві, яка впливає на активний розвиток процесу інтелектуального потенціалу з подальшим впровадженням інноваційно-креативних технологій та неефективної корпоративної культури, що спричиняє відсутність умов для розвитку процесу інтелектуального потенціалу, як наслідок відбувається використання застарілих технологій в діяльності підприємства.*

*Розглянуто основні компоненти корпоративної культури, такі як цінності, норми, традиції, комунікації та керівництво, які сприяють створенню сприятливого середовища для розвитку інтелектуального потенціалу працівників. Використано системний підхід для аналізу впливу корпоративної культури на ефективність управління знаннями та інноваційної діяльності.*

*Підкреслено, що для стимулювання процесу інтелектуалізації на підприємствах важливим є вдосконалення механізмів формування корпоративної культури. Запропоновано рекомендації щодо застосування науково-практичного підходу до отримання потенціального ефекту від розвитку процесу інтелектуалізації на підприємствах на основі удосконаленої корпоративної культури.*

**Ключові слова:** корпоративна культура, інтелектуалізація, інтелектуальний потенціал, механізм формування, підприємство.

**Постановка проблеми.** У сучасному світі, що характеризується швидкими темпами технологічного розвитку та глобалізацією, підприємства стикаються з необхідністю постійного вдосконалення своїх процесів та адаптації до змінного середовища. Одним з ключових факторів успіху підприємства є їх здатність ефективно використовувати та розвивати свій інтелектуальний потенціал, що залежить від наявності сприятливого середовища для розвитку знань та продукування інноваційних ідей.

Корпоративна культура відіграє важливу роль у формуванні такого середовища. Вона охоплює систему цінностей, норм, традицій та комунікацій, які впливають на

© Шепеленко С.М., 2024

поведінку працівників та їх здатність генерувати нові ідеї. Високий рівень розвитку корпоративної культури сприяє підвищенню мотивації, залученню та продуктивності співробітників, що, в свою чергу, позитивно впливає на процес інтелектуалізації підприємства.

**Аналіз останніх публікацій і досліджень.** Питання формування корпоративної культури підприємств та їх вплив на процес інтелектуалізації вивчали багато науковців та дослідників, таких як Соловійова Р.П., Беляєв Є.Ю., Хаєта Г.Л., О.В. Рудінська, С.А. Яроміч, І.О. Молоткова, Жовнір Н.М., Воронкова В.Г., Прохорова В.В., Чобіток В.І. та інші.

**Метою статті** є дослідження механізмів формування корпоративної культури та їх впливу на інтелектуалізацію підприємств в сучасних умовах господарювання.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Корпоративна культура є складним соціально-психологічним феноменом, що включає систему цінностей, норм, традицій та ритуалів, які формуються в процесі взаємодії працівників та керівництва. Вона відображає колективну свідомість і підсвідомість організації, впливає на її стратегію, структуру та процеси управління. Інтелектуалізація підприємства визначається як процес розвитку та ефективного використання інтелектуального капіталу, що включає знання, навички, досвід та творчі здібності співробітників.

Аналіз змісту сутності поняття «корпоративна культура» наведено в табл. 1.

Таблиця 1

Аналіз сутності поняття «корпоративна культура»

Автор	Визначення поняття
1	2
Бала О., Бала Р. [1]	Сукупність матеріальних і духовних цінностей, культурних, етичних та соціальних потреб, що перебувають у нерозривному зв'язку один з одним, притаманні кожній компанії, проте є різними для кожної конкретної організації.
Воронкова В.[9]	Сукупність норм, умов і цінностей, обраних, створених і тих, що поділяються колективом, з метою внутрішньої інтеграції та адаптації для зовнішнього середовища.
Голанд К. [2]	Унікальні характеристики сприйнятих особливостей організації, які відрізняють її від інших компаній.
Жовнір Н. [3]	Система організації праці, яка утворюється і реалізується з метою ефективного використання наявних трудових ресурсів, які діють на основі встановлених правил і процедур внутрішнього розпорядку підприємства з метою виконання поточних виробничих завдань, конкурентоспроможності підприємства, виробленої продукції, задоволення потреб і інтересів та максимізації прибутку .
Мескон М., Альберт М. та Хедоурі Ф. [2]	Переважаючі переконання, звичаї і очікування членів організації.
Оучі У. [2]	Символи, церемонії і міфи, які повідомляють членам організації важливі уявлення про цінності і переконання.
Рудінська О., Яроміч С., Молоткова І. [6]	Це поведінка працівників організації, їх переконання і цінності, традиції, рівень взаємовідносин між менеджерами і працівниками, між компанією, її клієнтами і постачальниками.
Соловійова Р., Беляєв Є.[7]	Це сукупність певних норм і цінностей, які повинні відповідати стратегії і зовнішньому середовищу організації.
Стамбульська Х.,	Невидима частина кожного підприємства, не залежно від

1	2
Передало Х. [8]	того, чи визнає керівництво її наявність та використовує в своїх цілях, чи ні. Якщо наявність культури є усвідомленим, тоді, зазвичай, нею або її окремими складовими можна ефективно керуватися в процесів діяльності.
Хаєта Г.[4]	Система цінностей, переконань, вірувань, уявлень, очікувань, символів, а також ділових принципів, норм поведінки, традицій, ритуалів тощо, які склалися в організації або її підрозділах за час діяльності та які приймаються більшістю співробітників.
Хофстеде Г. [2]	Колективне програмування думок, яке відрізняє членів однієї організації від іншої.
Чайка Г. [10]	Система цінностей, правил та норм поведінки в конкретній організації, система взаємин і спілкування людей, що в ній працюють.
Чернишова Т. та Немченко Т. [11]	Специфічна форма існування взаємозалежної системи, яка включає в себе ієрархію цінностей, що домінують серед співробітників організації та сукупність способів їх реалізації, що переважають в ній на певному етапі розвитку

Аналіз сутності поняття «корпоративна культура» надав можливість сформувати авторське визначення, а саме – це сукупність цінностей, які формуються на підприємстві під впливом внутрішніх та зовнішніх факторів з метою створення сприятливого клімату для активного розвитку інтелектуального потенціалу працівників та підвищення рівня конкурентоспроможності.

Процес формування корпоративної культури є складним та багатограним й вимагає системного підходу та включає кілька ключових компонентів, які представлені на рис. 1.

Першим аспектом в процесі до формування корпоративної культури на підприємстві – є лідерство та управління, яке має два вектори: роль лідерів та управлінські практики. Лідери організації, особливо на вищих рівнях управління, відіграють ключову роль у формуванні та підтримці корпоративної культури. Вони «задають тон», встановлюють стандарти поведінки та є прикладом для інших співробітників. Лідери, які демонструють цінності, такі як інновації, відкритість, довіра та етика, сприяють формуванню позитивної корпоративної культури. У свою чергу управлінські практики, такі як стиль прийняття рішень, спосіб комунікації з персоналом та підхід до вирішення конфліктів, також впливають на формування корпоративної культури. Демократичний стиль управління, що заохочує участь працівників у прийнятті рішень, сприяє формуванню культури співробітництва та взаємоповаги.

Другим аспектом у формуванні корпоративної культури на підприємстві є комунікації та їх інструменти. Ефективні комунікаційні процеси забезпечують обмін інформацією, ідеями та знаннями між співробітниками на всіх рівнях. Відкриті комунікації сприяють формуванню довіри та прозорості, що є важливими елементами позитивної корпоративної культури. А використання сучасних інструментів комунікації, таких як внутрішні соціальні мережі, форуми та платформи для спільної роботи, полегшує обмін інформацією, знаннями та досвідом, що сприяє розвитку культури інновацій.

Третій аспект у формуванні корпоративної культури на підприємстві – це навчання та розвиток. Постійне навчання та розвиток працівників є важливими компонентами формування корпоративної культури. Підприємства, які інвестують у розвиток своїх співробітників, створюють культуру безперервного навчання та професійного зростання.

Підтримка кар'єрного розвитку співробітників через менторство, коучинг та можливості для професійного зростання сприяє підвищенню мотивації та лояльності працівників.

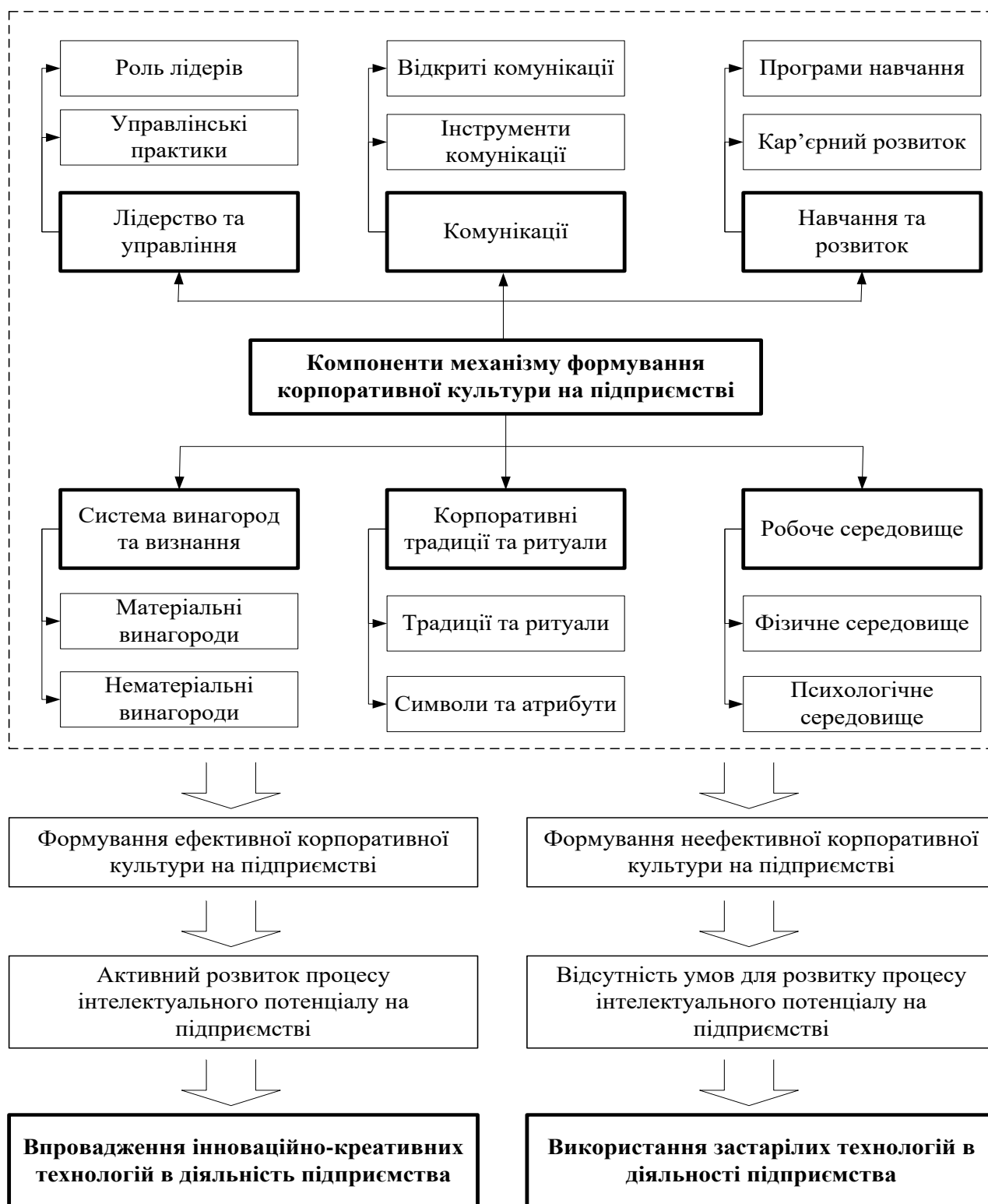


Рис. 1. Дворівневий підхід до формування корпоративної культури на підприємстві

Джерело: складено автором

Система винагород та визнання – четвертий аспект у формуванні корпоративної культури на підприємстві, який поділяється на матеріальні та нематеріальні винагороди. Система матеріальних винагород, така як заробітна плата, бонуси та інші фінансові стимули, повинна бути справедливою та прозорою. Це сприяє формуванню культури справедливості та мотивації до високих досягнень і розвитку процесу інтелектуалізації. Визнання та похвала за досягнення, як на індивідуальному, так і на командному рівні, є важливими елементами підтримки позитивної корпоративної культури. Публічне визнання успіхів та внесків працівників сприяє зміцненню почуття приналежності до розвитку підприємства.

Наступним компонентом формування корпоративної культури на підприємстві є корпоративні традиції та ритуали. Корпоративні традиції та ритуали, такі як щорічні заходи, святкування важливих подій та спільні активності, сприяють зміцненню внутрішніх зв'язків та формуванню єдності серед працівників. Вони допомагають передавати цінності та норми організації від покоління до покоління. Символи та атрибути, такі як логотип, слоган, корпоративні кольори та інші візуальні елементи, створюють ідентичність та сприяють формуванню почуття гордості за належність до підприємства.

Останнім, але не менш важливим компонентом формування корпоративної культури на підприємстві є робоче середовище, таке як фізичне та психологічне. Дизайн офісного простору, умови праці та забезпечення комфортних умов для роботи впливають на корпоративну культуру. Сучасні офіси з відкритими просторами сприяють комунікації та співробітництву. Психологічний клімат, що включає відчуття безпеки, підтримки та довіри, також є важливим компонентом корпоративної культури. Організації, які піклуються про психологічне благополуччя своїх співробітників, створюють позитивне середовище для роботи.

Формування корпоративної культури на підприємстві має значний вплив на процес інтелектуалізації підприємства. Висока якість корпоративної культури, яка включає ефективне лідерство, відкриті комунікації, безперервне навчання, справедливую систему винагород, підтримку корпоративних традицій та сприятливе робоче середовище, створює основу для розвитку інтелектуального потенціалу.

Культура, що підтримує мотивацію та залучення працівників, сприяє їх активній участі у процесах генерації нових ідей та знань. Співробітники, які відчують себе частиною спільноти, більш схильні до творчого підходу та інновацій. Відкриті комунікаційні канали та підтримка співпраці сприяють ефективному обміну знаннями між працівниками. Це дозволяє швидше вирішувати проблеми, ділитися досвідом та впроваджувати інновації. Програми навчання та розвитку забезпечують безперервне підвищення кваліфікації працівників. Це сприяє формуванню культури, орієнтованої на знання та професійний ріст, що є основою для інтелектуалізації підприємства.

Справедлива система винагород та визнання досягнень заохочує працівників до впровадження нових ідей та участі у інноваційних проєктах. Підтримка інновацій з боку керівництва зміцнює культуру, що сприяє їх інтелектуальному розвитку. Корпоративні традиції зміцнюють почуття приналежності до розвитку підприємства. Це підвищує лояльність працівників та їх готовність брати участь у довгострокових проєктах, спрямованих на розвиток інтелектуалізації підприємства.

Високий рівень корпоративної культури позитивно корелює з процесом інтелектуалізації, підвищуючи конкурентоспроможність та інноваційний потенціал підприємства. Організації, що успішно впроваджують механізми формування корпоративної культури, здатні ефективно використовувати свій інтелектуальний капітал для досягнення стратегічних цілей та стійкого розвитку.

Формування корпоративної культури включає кілька ключових компонентів, які створюють сприятливе середовище для розвитку інтелектуального потенціалу працівників (рис. 2). Тому дослідимо детально кожен з цих компонентів.



Рис. 2. Основні компоненти корпоративної культури на підприємстві

Джерело: складено автором

Цінності є фундаментальними переконаннями та принципами, які визначають, що важливо для розвитку підприємства. Вони сприяють формуванню єдиного бачення та спрямовують поведінку працівників. Цінності включають:

- інноваційність (цінності, що заохочують творчий підхід, відкритість до нових ідей та готовність до ризику, сприяють розвитку інноваційної культури);
- колективізм (підтримка командної роботи та співпраці між співробітниками формує середовище, де обмін знаннями та ідеями є природним процесом);
- етика та відповідальність (високі етичні стандарти та відповідальність сприяють довірі та взаємоповазі, що є основою для ефективної комунікації та співпраці).

Норми визначають прийнятні способи поведінки та взаємодії в організації. Вони встановлюють очікування щодо того, як працівники повинні діяти у різних ситуаціях. Норми включають:

- комунікація (норми, що підтримують відкриту та чесну комунікацію, сприяють обміну інформацією та знаннями);
- повага та підтримка (норми, що заохочують повагу до колег та готовність допомогти, сприяють створенню сприятливого психологічного клімату);

- продуктивність та якість (орієнтація на високі стандарти продуктивності та якості сприяє досягненню високих результатів та професійного зростання).

Традиції та ритуали формують культурний контекст організації, зміцнюючи її ідентичність та почуття приналежності серед працівників:

- корпоративні заходи (регулярні корпоративні заходи, такі як святкування досягнень, дні народження, та інші соціальні події, сприяють зміцненню зв'язків між працівниками та підвищенню їх мотивації);

- ритуали визнання (традиції визнання досягнень та внесків кожного працівника підвищують їхню мотивацію та залучення);

- історії та легенди (корпоративні історії про засновників, ключові події та досягнення створюють почуття гордості за організацію та надихають працівників).

Комунікації є ключовим елементом, що забезпечує ефективний обмін інформацією, знаннями та ідеями в організації:

- відкриті канали комунікації (використання різних комунікаційних каналів, таких як внутрішні соціальні мережі, форуми, електронна пошта та зустрічі, сприяє прозорості та доступності інформації);

- зворотній зв'язок (система регулярного зворотного зв'язку допомагає працівникам розуміти свої сильні та слабкі сторони, а також можливості для розвитку);

- крос-функціональні команди (створення команд, що складаються з представників різних функцій та підрозділів, сприяє обміну знаннями та ідеями, а також розв'язанню комплексних проблем).

Керівництво відіграє ключову роль у формуванні та підтримці корпоративної культури, встановлюючи стандарти поведінки та надихаючи працівників.

- приклад керівництва (лідери, які демонструють відповідні цінності та поведінку, слугують прикладом для інших працівників);

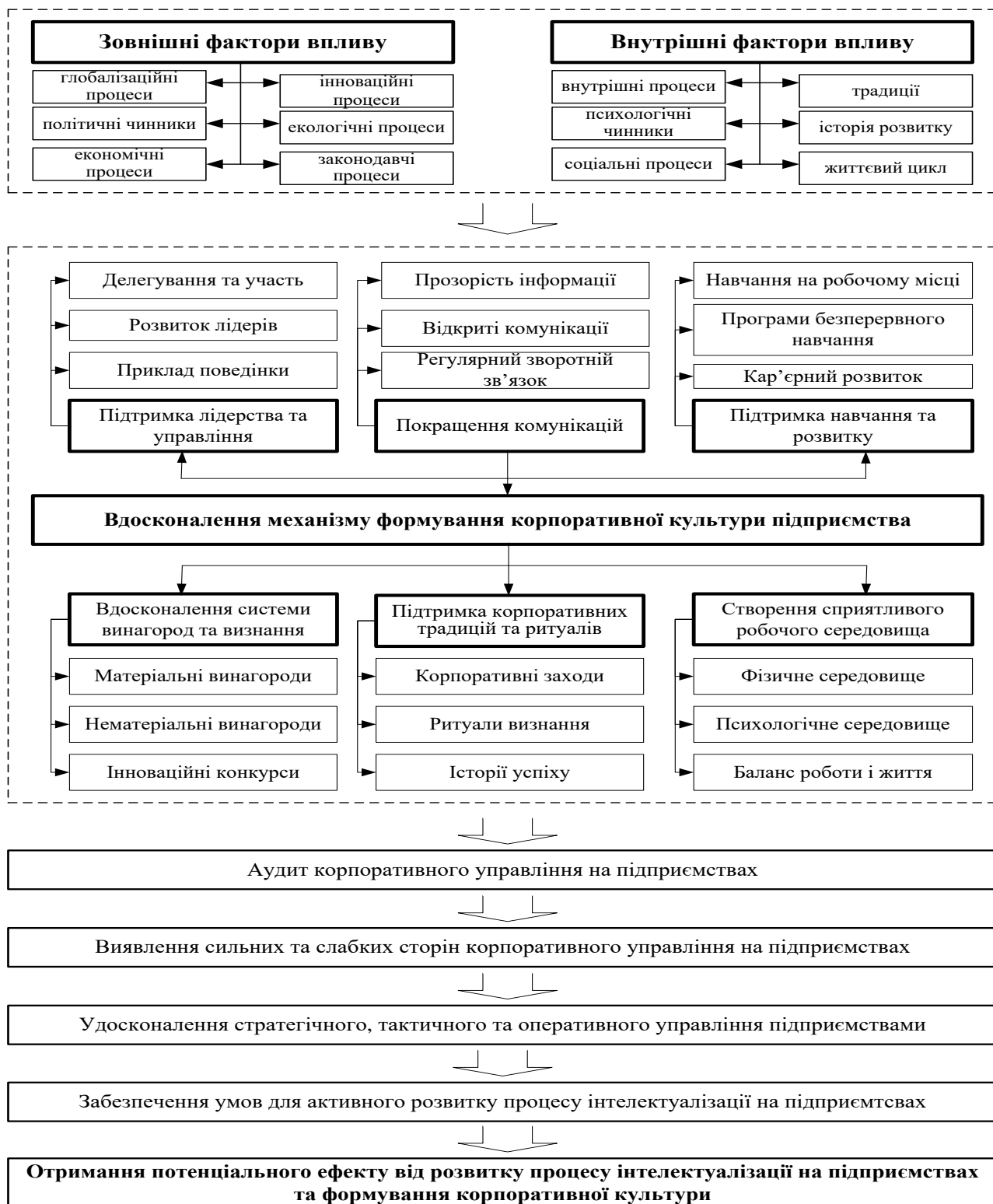
- підтримка та розвиток (лідери, які інвестують у розвиток своїх підлеглих, сприяють створенню культури навчання та професійного зростання);

- участь у прийнятті рішень (залучення працівників до процесу прийняття рішень підвищує їхню відповідальність та мотивацію, а також сприяє генерації нових ідей).

Основні компоненти корпоративної культури, такі як цінності, норми, традиції, комунікації та керівництво, відіграють вирішальну роль у створенні сприятливого середовища для розвитку інтелектуального потенціалу працівників. Ці компоненти формують основу, на якій будується культура інновацій та знань, що є критично важливим для успішного функціонування та розвитку сучасних підприємств. Підприємства, які ефективно впроваджують ці компоненти, здатні досягти високих результатів, залишаючись конкурентоспроможними та інноваційними у своїй галузі.

Для стимулювання процесу інтелектуалізації на підприємствах важливо вдосконалювати механізми формування корпоративної культури. Тому на основі дослідження пропонуємо впровадити деякі рекомендації, які допоможуть підвищити ефективність управління знаннями та інноваційною діяльністю через розвиток корпоративної культури (рис. 3).

В першу чергу, необхідно підтримувати лідерство та управління, інвестуючи в розвиток лідерських навичок менеджерів всіх рівнів. Проведення тренінгів з лідерства, менторства та коучингу допоможе створити ефективних лідерів, які підтримують інновації та знання. Лідери повинні демонструвати цінності організації через свою поведінку, що створює позитивний приклад для співробітників і сприяє зміцненню корпоративної культури. Також важливо заохочувати лідерів до делегування повноважень та залучення працівників до процесу прийняття ефективних інноваційно-креативних управлінських рішень. Це підвищує залучення та мотивацію працівників.



**Рис. 3. Науково-практичний підхід до отримання потенціального ефекту від розвитку процесу інтелектуалізації на підприємствах на основі удосконаленої корпоративної культури**

*Джерело: складено автором*

Вдосконалення системи винагород та визначення допоможе забезпечити справедливу та прозору систему матеріальних винагород, яка заохочує високі досягнення та інноваційні ідеї, впровадження системи нематеріальних винагород, таких як публічне визнання досягнень, нагородження сертифікатами, привітання у корпоративних засобах масової інформації. Конкурси на найкращі інноваційні ідеї з нагородами для переможців стимулюватимуть творчий підхід та генерацію нових ідей.

**Висновки та пропозиції.** Процеси глобалізації змінюють стандарти корпоративного управління та підвищують інтерес до корпоративної культури як особливості розвитку підприємств. Корпоративне управління нерозривно пов'язане з корпоративною культурою, в якій співіснують усі бізнес-процеси підприємств. Виявлення типу корпоративної культури дозволяє на основі отриманих характеристик скоординувати діяльність підприємства. Зміна типу корпоративної культури) призведе до зміни її діагностичного профілю і, як наслідок, до зміни вектора розвитку структури підприємства.

Корпоративна культура є ключовим фактором розвитку інтелектуального потенціалу підприємств. Вона формується через лідерство, навчання, комунікації, систему винагород та рекрутингові практики. Позитивна корпоративна культура стимулює мотивацію, залучення та продуктивність працівників, що веде до інтелектуалізації та конкурентоспроможності.

Формування корпоративної культури потребує узгоджених зусиль керівництва та працівників. Системний підхід, що включає лідерство, комунікації, навчання, систему винагород, традиції та робоче середовище, сприяє цьому. Підприємства, які успішно реалізують ці механізми, ефективно використовують свій інтелектуальний потенціал, залишаються конкурентоспроможними та досягають високих результатів.

## ЛІТЕРАТУРА

1. Бала О.І., Бала Р.Д. Історія розвитку та формування терміну «корпоративна культура». «Маркетинг та логістика в системі менеджменту»: Матеріали VI Міжнародної науково-практичної конференції. Львів : Видавництво НУ «Львівська політехніка», 2006. С. 14-15.
2. Вікіпедія – вільна енциклопедія. URL: <https://uk.wikipedia.org>
3. Жовнір Н.М. Управління організаційною і інноваційною культурою в системі регіонального розвитку. *Економіка і регіони*. Вип. 1(2), 2004, С. 45-47.
4. Corporate culture: Навч. посібник під заг. Редакцією Г.Л. Хаєта. Київ: Центр навч. літератури, 2003. –403 с.
5. Прохорова В. В., Проценко В. М., Чобіток В. І. Формування конкурентної стратегії підприємств на засадах інноваційно-спрямованого інвестування. Харків : УППА, 2015. 291 с.
6. Рудінська О.В., Яроміч С.А., Молоткова І.О. Менеджмент. Київ, Ельга Ніка Центр, -2002 р.
7. Соловійова Р.П., Беляєв Є.Ю. "Корпоративна культура". Корпоративна культура XXI століття: 36 наукових праць Під заг. ред. Г.Л. Хаєта. Краматорськ, ДДМА, 2005. 100 с.
8. Стамбульська Х., Передало Х. Корпоративна культура: сутність, типи та роль у розвитку організації. *Ефективна економіка*. URL: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1\\_2022/206.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/206.pdf) DOI: 10.32702/2307-2105-2022.1.204
9. Управління людськими ресурсами і філософські засади. Навч. посібник під ред. В.Г. Воронкової. К: ВО «Професіонал», 2006. 576 с.
10. Чайка Г. Л. Культура ділового спілкування менеджера : навчальний посібник. К. : Знання, 2011. 445 с.
11. Чернишова Т.О. та Немченко Т.А (2010), Деякі аспекти корпоративної культури організації, *Економічні науки*, №17, URL: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb\\_17\\_ekon/stat\\_17/49.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat_17/49.pdf)
12. Chobitok V., Shevchenko O., Lomonosova O., Kochetkov V., Vykhovchenko V. Application of budget allocation models in the management of investment processes in the context of the digital economy development. *Cuestiones Políticas*. Vol. 39. No. 71. 2021. DOI: 10.46398/cuestpol.3971.35

---

## REFERENCES

1. Bala, O.I., Bala, R.D. (2006), "History of development and formation of the term "corporate culture"". Materialy VI Mizhnarodnoi naukovo-praktychnoi konferentsii [Materials of the VI International Scientific and Practical Conference] Marketynh ta lohistyka v systemi menedzhmentu [Marketing and logistics in the management system]. Lviv: Lviv Polytechnic University Publishing House. pp 14-15.
2. The official site of Wikipedia is a free encyclopedia, available at: <https://uk.wikipedia.org> (Accessed 04 April 2024).
3. Zhovnir, N.M. (2004), "Management of organizational and innovative culture in the system of regional development". *Ekonomika i rehiony*. Vol.1(2), pp. 45-47.
4. Korporatyvna kul'tura [Corporate culture] (2003), Navch. posibnyk Pid zah. Redaktsiieiu H.L. Khaieta. Tsentr navch. literatury. Kyiv, Ukraine.
5. Prokhorova, V.V., Protsenko, V.M., Chobitok, V.I. (2015), "Formation of a competitive strategy of enterprises on the basis of innovative investment". Kharkiv: UIPA, 291 p.
6. Rudins'ka, O.V., Yaromich, S.A., Molotkova, I.O. (2002), Management. El'ha Nika Tsentr. Kyiv, Ukraine.
7. Solov'ova, R.P., Bieliaiev, Ye.Yu. (2005), "Corporate culture". Korporatyvna kul'tura XXI stolittia: 36 naukovykh prats'. Pid zah. red. H.L. Khaieta. DDMA. Kramatorsk, 100 p.
8. Stambul's'ka, Kh., Peredalo, Kh. (2022), "Corporate culture: essence, types and role in the development of the organization". *Efektivna ekonomika*, available at: [http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1\\_2022/206.pdf](http://www.economy.nayka.com.ua/pdf/1_2022/206.pdf) DOI: 10.32702/2307-2105-2022.1.204 (Accessed 04 April 2024).
9. Upravlinnia liuds'kymy resursamy i filosof's'ki zasady [Management of human resources and philosophical principles] (2006), Navch. posibnyk pid red. V.H. Voronkovoï. VO "Professional". Kyiv, Ukraine.
10. Chajka, H.L. (2011), Kul'tura dilovoho spilkuvannia menedzhera [Culture of business communication of the manager]. Znannia. Kyiv, Ukraine.
11. Chernyshova, T.O., Nemchenko, T.A (2010), Some aspects of the organization's corporate culture, *Ekonomichni nauky*, vol. 17, available at: [http://www.kntu.kr.ua/doc/zb\\_17\\_ekon/stat\\_17/49.pdf](http://www.kntu.kr.ua/doc/zb_17_ekon/stat_17/49.pdf) (Accessed 20 April 2024).
12. Chobitok, V., Shevchenko, O., Lomonosova, O., Kochetkov, V., Bykhovchenko, V. (2021), "Application of budget allocation models in the management of investment processes in the context of the digital economy development". *Cuestiones Politicas*. Vol. 39. No. 71. DOI: 10.46398/cuestpol.3971.35

*Svitlana Shepelenko, Doctoral student  
(Ukrainian Academy of Engineering and Pedagogy)*

### FORMATION OF THE ENTERPRISES' CORPORATE CULTURE AND THEIR INFLUENCE ON THE PROCESS OF INTELLECTUALIZATION

*The article analyzes the essence of the concept of "corporate culture", which allowed forming the author's vision of this definition, which, unlike the existing ones, considers the goal of creating a favorable climate for active development of employees' intellectual potential and increasing the level of competitiveness. This should be understood as a set of values that are formed at the enterprise under the influence of internal and external factors in order to create a favorable climate for the active development of the intellectual potential of employees and increase the level of competitiveness. The components of the enterprises' corporate culture formation mechanism and their influence on the process of intellectualization are researched due to a two-level approach to the formation of an effective corporate culture at enterprise, which affects the active development of the intellectual potential process with the subsequent introduction of innovative and creative technologies and ineffective corporate culture, which leads to a lack of conditions for the*

*development of the intellectual potential process, as a result of which outdated technologies are used in the activities of enterprise.*

*The main components are considered of corporate culture, such as values, norms, traditions, communications and leadership, which contribute to the creation of a favorable environment for the development of employees' intellectual potential. These components form the basis on which a culture of innovation and knowledge is built, which is critical for the successful operation and development of modern enterprises. A systematic approach is used to analyze the impact of corporate culture on the effectiveness of knowledge management and innovation.*

*It is emphasized that in order to stimulate the process of intellectualization at enterprises, it is important to improve the mechanisms of corporate culture formation. Recommendations on the application of a scientific and practical approach to obtaining the potential effect of the development of the intellectualization process at enterprises on the basis of an improved corporate culture are proposed.*

**Keywords:** *corporate culture, intellectualization, intellectual potential, mechanism of formation, enterprise.*

*Стаття прийнята до друку 05 травня 2024 року*