

## **УПРАВЛЕНИЕ КРЕАТИВНОСТЬЮ КАК ЧАСТЬ МЕР ПО ФОРМИРОВАНИЮ КРЕАТИВНОЙ ЭКОНОМИКИ РОССИИ**

**Падалко Р.П.**

**Научный руководитель – к.э.н., доцент Тихомирова О.Г.**

В эпоху цифровой экономики трудно бороться с конкурентами, основываясь только на совершенствовании системы управления человеческим капиталом. Развитие экономической системы напрямую зависит от деятельности, основанной на создании ценности, интеллекте и креативности. В сложившихся условиях одним из главных факторов роста производительности труда и создания инноваций становится креативный потенциал человеческого капитала. Компании борются за специалистов, которые обладают ключевыми компетенциями и креативностью в их сфере.

**Цель работы** - исследовать проблему креативности для формирования рекомендаций по управлению креативным персоналом в компании

**Базовые положения исследования:** проведена работа по изучению российских и зарубежных авторов на тему креативности и креативного мышления. Рассмотрены отдельные факторы развития креативности: когнитивные (интеллект, знания); конативные (черты личности, мотивация); эмоциональные; средовые. Выявлена проблема отсутствия единого понятия «креативного человека».

**Промежуточные результаты:** сделан вывод о том, что правильное управление креативным классом даст возможность российской экономике перейти в фазу креативного развития.

**Основной результат:** предложен список мер по управлению креативным персоналом в инновационной организации для формирования креативного класса общества.