

УДК 330.341.1: 331.556.4

# КРЕАТИВНЫЙ КЛАСС И КРЕАТИВНЫЙ ЧЕЛОВЕЧЕСКИЙ КАПИТАЛ: СУЩНОСТЬ, ТРЕНДЫ И ПРОБЛЕМЫ ИЗМЕРЕНИЯ (ЭКОНОМИЧЕСКИЙ АСПЕКТ)

**Мальцева Елена Сергеевна***АНО ВО «Институт бизнеса и дизайна»**Россия, 129090, Москва, Протопоповский переулок, 9**кандидат экономических наук, доцент, заведующая кафедрой Менеджмента и маркетинга**maltsevs1@mail.ru*

## Аннотация

В условиях постепенной трансформации экономики знаний в креативную экономику особый интерес представляют проблемы исследования сущности и специфики количественных и качественных составляющих главного фактора производства — труд, а именно, той его части, которая представлена экономическими категориями креативный класс и креативный человеческий капитал. В статье раскрывается сущность и взаимосвязь этих категорий, которые отражают разные этапы и аспекты творческой составляющей человека с экономической точки зрения. Выявляются тенденции и факторы формирования и развития креативного человеческого капитала, а также проблемы, связанные с его измерением в национальной и мировой экономике.

## Ключевые слова

Креативный человеческий капитал; креативный человеческий потенциал; креативный класс; инновации; творческие индустрии.

## ВВЕДЕНИЕ

Стремительно развивающиеся технологии XXI века, а также ряд глобальных факторов, в числе которых можно выделить: а) смещение акцента с производства товаров и услуг к инновационным идеям и творческим продуктам, за которые компании готовы платить сотрудникам; б) замена рутинных процессов труда новейшими разработками на базе AI; в) социокультурные и ценностные изменения, заключающиеся в постепенном преобладании стремлений к самореализации, индивидуальности, самовыражению, а также в предпочтении гибкого графика занятости в течение всего рабочего дня, — приводят к трансформации драйверов экономического роста и развития, переходу к креативной экономике, основанной на инновациях и творчестве.

В этих условиях именно креативный человеческий капитал определяет конкурентоспособность национальных экономик, рост доли нематериальных активов и формирование устойчивых к кризисам отраслей — креативных индустрий [1, с. 417-423;

2, с. 146-149; 3, с. 49-58]. В странах с развитой экономикой формируется креативный класс, а сфера образования усиливает акценты на развитие креативного потенциала обучающихся и формирование у них предпринимательских способностей и навыков межличностного взаимодействия в творческих командах.

В настоящее время для России развитие креативной экономики имеет стратегическое значение, так как позволяет диверсифицировать сырьевую структуру ВВП, расширить экспорт интеллектуальных и творческих продуктов. Актуальность исследования усиливается отсутствием единой методики измерения креативного человеческого капитала, что затрудняет реализацию эффективной государственной политики в этой сфере [4, с. 4953-4972; 5, с. 104-116].

**Цель исследования.** Статья призвана раскрыть теоретическое и эмпирическое обоснование сущности, структуры и методов измерения креативного человеческого капитала, показать его связь с понятиями креативного человеческого потенциала и креативного класса, определить текущее состояние и выявить тенденций его формирования в современной экономике России.

**Методы исследования.** В исследовании использован комплекс общенаучных и специальных экономических методов, включая: теоретический анализ и синтез — для обобщения подходов отечественных и зарубежных авторов к понятию креативного человеческого капитала; статистический анализ — для оценки вклада креативных индустрий в ВВП и занятость населения, а также сравнительный анализ — для сопоставления международных индексов креативности (Global Creativity Index, Global Innovation Index, Creative Economy Report).

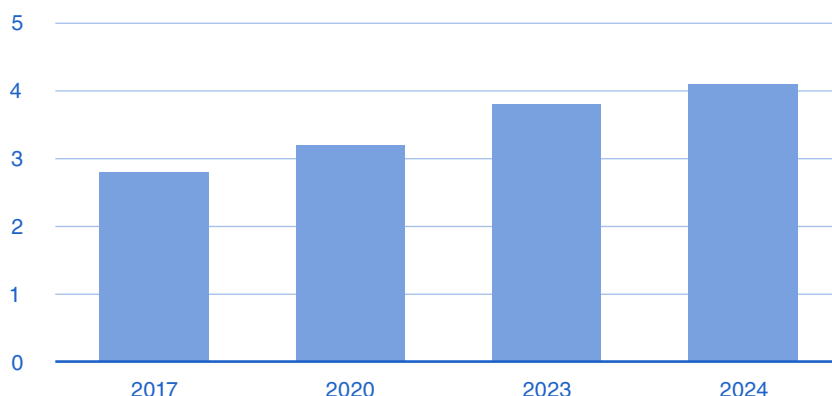
## РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ И ИХ ОБСУЖДЕНИЕ

Теория человеческого капитала развивалась на протяжении не одного столетия, начиная с теории А. Смита — основателя классической школы, который рассматривал расходы в обучение и рост квалификации работников мануфактур как инвестиции в их будущую доходность в XVIII в., до Гэрри Беккера, систематизировавшего свою теорию в труде «Human Capital», вышедшего в 1964 г. XX в. В качестве одного из ранних исследователей этой проблемы в России следует назвать Станислава Струмилина — представителя Советской (марксистской) школы политической экономии, который провел количественные расчеты экономической эффективности образования, доказав, что инвестиции в обучение приносят значительную прибыль, превышающую затраты.

Переход к постиндустриальной экономике, базирующейся на знаниях и инновациях, позволил по-новому взглянуть на понятие «человеческий капитал», сосредоточить внимание на отдельных его составляющих, занимающих все более важное место в контексте данного перехода. Так, например, Джон Хоукинс (John Howkins), подчеркивая, что творчество становится основным источником добавленной стоимости, ключевым фактором конкурентоспособности, а также драйвером занятости в постиндустриальных обществах.

Современная статистика подтверждает его обоснованные выводы. Так, например, по состоянию на 2024 г. доля креативных индустрий в ВВП США составляет около 12%, в Италии — 6,1%,

в Великобритании — 5,8%, в России этот показатель превысил 4%<sup>1</sup>. Россия не только приблизилась к среднемировому уровню, который составляет 3%, но и немного превосходит его.



**Рисунок 1**  
Динамика вклада креативных индустрий в ВВП России, %<sup>2</sup>

Разработка теоретических основ и специфических особенностей креативной экономики потребовала новой терминологии, уточнения сущности исследуемых категорий. Так возникают понятия «креативный класс» и «креативный человеческий капитал».

Понятие «креативный класс» (Creative Class) было введено в научный оборот американским экономистом и социологом Ричардом Флоридой в его книге «The Rise of the Creative Class», вышедшей в 2002 г. В ней он утверждал, что ключевым ресурсом экономического развития являются не просто капитал или инфраструктура, а конкретная группа людей — креативный класс — социально-экономическая группа, в которую входят люди, чья экономическая функция заключается в создании новых идей, новых технологий и нового креативного содержания. Их работа предполагает решение сложных, нестандартных задач и требует значительной самостоятельности и креативности. Ядро креативного класса составляют специалисты в науке, технике, архитектуре, дизайне, образовании и искусстве [6]. Он подчеркнул, что именно креативность стала главным фактором производства.

Таким образом, креативный класс — это один из количественных показателей фактора производства труд применительно к креативной экономике. Анализ статистики и существующих методик показал, что единого критерия расчета численности креативного класса в мировой экономике не существует. В [таблице 1](#) представлены некоторые варианты расчета, используемые в Российской и международной практике.

Как видно из таблицы, применяются разные методики в разных странах. Метод Флориды остаётся базовым для международных сравнений и концептуального определения креативного класса. Отраслевой подход (ОКВЭД) — наиболее применим для официальной статистики РФ, так как использует формализованные данные о занятости. Компетентностный метод отражает современную гибридизацию труда, где креативность проявляется не только в традиционных профессиях.

<sup>1</sup> Вспомогательный счёт по искусству и культурному производству, США и Штаты, 2023 г. [Электронный ресурс] URL: <https://www.bea.gov/news/2025/arts-and-cultural-production-satellite-account-us-and-states-2023> (Дата обращения 20.10.2025); Вклад креативного сектора экономики в ВВП России превысил 4% [Электронный ресурс] URL: [https://www.dk.ru/news/237219128?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.dk.ru/news/237219128?utm_source=chatgpt.com) (Дата обращения 15.10.2025).

<sup>2</sup> The deputy Mayor of Moscow named the most popular business areas of creative industries [Электронный ресурс] URL: [https://en.iz.ru/en/1875751/2025-04-24/deputy-mayor-moscow-named-most-popular-business-areas-creative-industries?utm\\_source=chatgpt.com](https://en.iz.ru/en/1875751/2025-04-24/deputy-mayor-moscow-named-most-popular-business-areas-creative-industries?utm_source=chatgpt.com) (Дата обращения 16.10.2025)

Таблица 1

Методы расчета численности креативного класса

Метод расчёта	Ключевые показатели	Источник данных	Преимущества	Ограничения
Профессионально-классовый (Р. Флорида)	Доля работников в творческих профессиях (super-creative core + creative professionals)	Национальные классификаторы профессий (SOC, ОКЗ)	Простота и сопоставимость данных между странами; возможность международного сравнения	Не учитывает фрилансеров и смежные сферы; американская модель не полностью адаптируется к российской структуре рынка труда
Отраслевой (по видам экономической деятельности, ОКВЭД)	Число занятых в креативных индустриях (дизайн, реклама, кино, IT, архитектура, издательство и др.)	Статистика Росстата, региональные отчёты	Позволяет использовать официальную статистику; применяется в национальных стратегиях	Зависит от точности классификации отраслей; не отражает творческие профессии вне «креативных» отраслей
Компетентностный (по характеру выполняемой работы)	Доля работников, чья занятость связана с генерацией новых идей, решений, инноваций	Опросы, порталы вакансий, самоидентификация (hh.ru, LinkedIn, SuperJob)	Гибкость, возможность учёта цифровых и гибридных профессий	Субъективность самооценок; отсутствие стандартизированной методики; трудоёмкость сбора данных

В качестве основных проблем измерения можно назвать:

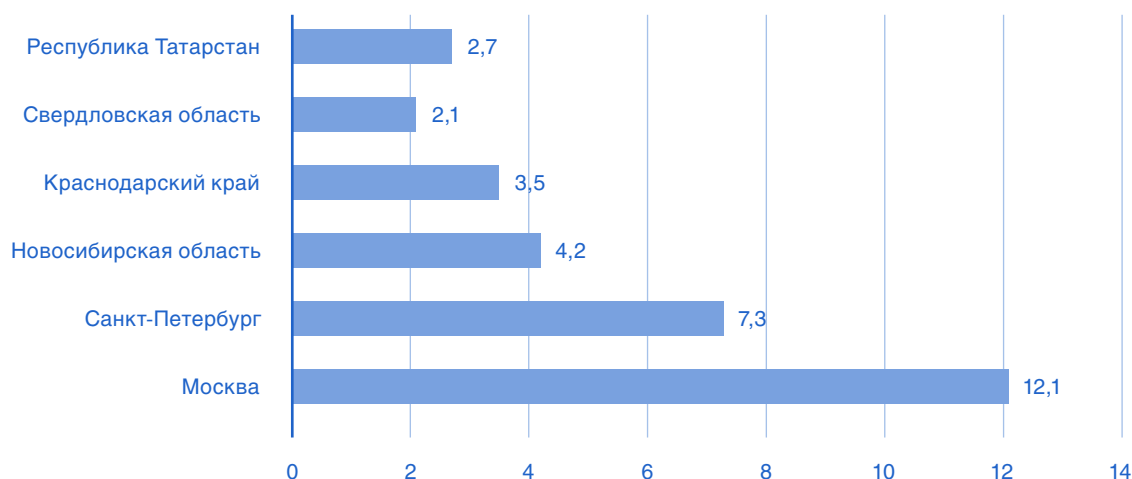
- размытые границы профессий — не всегда ясно, кого считать креативным (например, IT-аналитиков, инженеров, учителей);
- недостаток статистических данных — Росстат не ведёт отдельного учёта креативных профессий;
- различие методик между регионами и странами, что делает результаты несопоставимыми;
- динамичность рынка труда — креативные профессии постоянно трансформируются (новые виды: UX-дизайнер, креативный продюсер и др.);
- теневая занятость — фрилансеры и самозанятые часто не попадают в статистику.

Перспективными направлениями совершенствования существующих методик является интеграция профессионального, отраслевого и компетентностного подходов.

По данным исследования НИУ ВШЭ, численность креативного класса в России составляет примерно 3,4 млн человек, что соответствует  $\approx 4,8\%$  от общей численности занятых. Доля занятых в креативном секторе по некоторым регионам представлена на [рисунке 2](#).

Для формирования креативного класса требуются значительные ресурсы и инвестиции в человека, обладающего креативным человеческим потенциалом. И это еще одна новая категория, введенная в экономический оборот наряду с понятием «креативный человеческий капитал».

«Креативный потенциал» относится к личностным характеристикам человека: психологические характеристики, способности и склонности индивида, способность генерировать оригинальные, ценные и полезные идеи, которые могут быть скрытыми

**Рисунок 2**

Доля занятых в креативном секторе экономики по некоторым регионам России в 2024 г., %<sup>3</sup>

и не использоваться в трудовой деятельности человека. Часто потенциал рассматривается как максимально возможный объем креативного труда, который индивид может выполнить. Он является предпосылкой для формирования креативного капитала. Потенциал может быть высоким, но оставаться нереализованным из-за неблагоприятной среды, отсутствия инвестиций или низкой мотивации. Креативный потенциал можно рассматривать как не активированный ресурс, а креативный человеческий капитал — как результат, актив, способный приносить доход.

«Креативный человеческий капитал» — это совокупность творческих способностей, инновационного мышления, знаний и навыков человека, используемых для генерации экономической ценности.

Формирование креативного человеческого капитала происходит в течение значительного промежутка времени в социально-экономической среде и зависит от ряда факторов, необходимых для превращения потенциальных возможностей человека в его личные и профессиональные компетенции. В конечном итоге, «производство» человека, способного генерировать инновации, производить ценность и монетизировать результаты творческого труда. В их числе качественное профессиональное образование (дизайн-школы, вузы творческой направленности, технопарки, коворкинги и т. п.), наличие цифрового пространства для возможности самореализации через цифровые платформы, а также условия и методики для развития soft skills, таких как: эффективная коммуникация, лидерство, умение работать в команде, адаптивность, толерантность.

Креативный человеческий капитал можно определить как систему компетенций и качеств, включающую:

- креативные способности, заключающиеся в умении генерировать новые идеи, используя дивергентное мышление. Иными словами, способность находить десятки разных вариантов решения одной проблемы, и, на основе их анализа, выбирать оптимальное; умение создавать новое на основе уже имеющегося. Сюда же следует добавить эстетическую интуицию, позволяющую соединять разные стили, направления, и, казалось бы, несовместимые предметы для создания нового, привлекательного и вдохновляющего;
- креативные когнитивные навыки, или умение действовать не по инструкции, общепринятому алгоритму или шаблону,

<sup>3</sup> Исследование сервиса Yappy «Особенности креаторов в России» (2022). — [Электронный ресурс] URL: [https://www.sostav.ru/publication/issledovanie-kreativnosti-yappy-59540.html?utm\\_source=chatgpt.com](https://www.sostav.ru/publication/issledovanie-kreativnosti-yappy-59540.html?utm_source=chatgpt.com) (Дата обращения 20.10.2025)

- а предлагать и новые подходы и осуществлять альтернативные действия, экспериментировать и проверять свои гипотезы на практике, находя новые нетривиальные решения. Умение быстро перестраиваться под воздействием неожиданных обстоятельств, а также в условиях риска и неопределенности;
- креативное поведение: эмпатия, сотрудничество, толерантность, учет культурных особенностей, традиций и ценностей, а также страновых различий в своей профессиональной деятельности;
  - внутреннюю мотивацию и целеустремленность, проявляющуюся в понимании значимости своей работы для целевой аудитории или для общества в целом, стремлении к автономному выполнению поставленной задачи в соответствии с собственным графиком и методами, которые он выбрал для достижения цели. Желание двигаться вперед, расти профессионально, получая радость и удовлетворения от выполняемой работы и ее результатов.

**Таблица 2**

Сравнение категорий «креативный трудовой потенциал» и «креативный человеческий капитал» по ряду показателей

Критерий	Креативный человеческий потенциал	Креативный человеческий капитал
Сущность	Внутренние, латентные (скрытые) способности и возможности индивида к творчеству и генерации идей	Реализованные и воплощенные способности (навыки, знания), которые приносят экономическую выгоду
Фокус	Психологические характеристики (гибкость мышления, оригинальность, развитость воображения)	Экономические характеристики (продуктивность, добавленная стоимость, инновации, доход, конкурентоспособность)
Форма	Неактивированный ресурс (может быть, а может и не быть использован)	Актив (инвестиция, приносящая доход)
Измерение	Психологическое, на основе тестов (Торренс, Гилфорд) и оценки личностных качеств	Экономическое, на основе результатов деятельности (патенты, доход, прибыль, инновации)
Действие	«Быть способным» (к творчеству)	«Приносить пользу» (через творчество)

Существуют различные подходы к измерению креативного человеческого капитала как на макроэкономическом уровне (национальная экономика, регион, мегаполис), так и на микроуровне, т.е. на уровне индивида.

Индивидуальный креативный человеческий капитал (ИКЧК) можно выразить как функцию пяти компонентов:

$ИКЧК = f(E, S, C, I, M)$ , где:

**E** — образовательный капитал (уровень и качество образования, включая самообразование);

**S** — *скиллы* (навыки: hard + soft, включая креативные способности, критическое мышление, digital literacy);

**C** — *креативность* (способность к генерации оригинальных идей);

**I** — *инновационная активность* (способность применять идеи и создавать новое);



**М** — *мотивация и социальный капитал* (включённость в профессиональные сети, стремление к самореализации, открытость новому).

Таким образом, индивидуальный креативный капитал представляет собой сумму, состоящую из личного потенциала, приобретенных компетенций и реализованных идей в социо-экономической среде. Условиями превращения креативного человеческого потенциала в креативный капитал является монетизация собственных идей, встраивание в систему обмена знаниями и генерирование инноваций. С точки зрения экономического подхода, креативный капитал личности можно оценить на основе коммерческой отдачи от его творческой деятельности.

На макроэкономическом уровне креативный человеческий капитал — это часть человеческого капитала, связанная с творческим потенциалом, инновационной активностью и способностью к созданию новых идей, технологий и культурных продуктов резидентными единицами страны. Существуют различные подходы к его расчету: количественный, интегральный, индексный. Однако его невозможно измерить одной величиной, так как он представляет собой многофакторную конструкцию, включающую образование, профессию и среду.

В России используется композитный индексный подход, сочетающий официальную статистику и опросные данные. Однако собрать точные данные для расчета креативного капитала в настоящее время не представляется возможным в связи с отсутствием таких статистических данных, как: доля высшего образования в креативных профессиях, число стартапов на 1000 занятых, индекс культурной инфраструктуры и др. Взаимосвязь между тремя ключевыми понятиями представлена на [рисунке 3](#).



**Рисунок 3**

Взаимосвязь между понятиями «креативный потенциал», «креативный человеческий капитал» и «креативный класс»

Еще одним термином, связывающим эти понятия, является коэффициент реализации креативного человеческого капитала, который показывает, насколько потенциал превращается в реальную занятость в креативной экономике, то есть — в креативный класс.

Этот показатель рассчитывается по формуле:

$R = \text{число занятых в креативных профессиях} / \text{число трудовых ресурсов с креативными компетенциями}$ . То есть коэффициент реализации ЧК показывает долю людей, обладающих креативными компетенциями, которые реально работают в креативных профессиях. Это аналог эффективности использования человеческого капитала в креативной экономике.

В последние годы число занятых в креативном секторе растет, особенно в крупных городах. Так, например в Москве в 2024 г. функционирует около 113 000 организаций креативных индустрий (включая ИП и малый бизнес) в то время, как в 2022 г., таких предприятий было около 7 000 в таких сферах деятельности, как IT/видеоигры, дизайн-архитектура, fashion, кино/анимация.

В качестве примеров можно назвать: стартапы с креативным уклоном, которые можно считать успешными в сфере дизайна, игр, медиа, моды:

Mest Shoes — бренд обуви, основанный в Москве, который ориентирован на лимитированные коллекции, дизайн-ориентированность и экспорт.

Playrix — одна из крупных игровых студий с частичным присутствием в столице, являющаяся примером успеха видеоигр-креативной индустрии.

VK Play (платформа мобильных игр) — российский игровой стартап/проект, ориентированный на креативные игры и развлечение.

Dress-X — цифровая фэшн-платформа - пример цифровой креативной индустрии, которые появляются в Москве.

Формирование креативного класса в России — это сложный, противоречивый, но крайне динамичный процесс, имеющий свою уникальную специфику на фоне общемировых тенденций.

1. Концентрация креативного класса в крупных городах. Большая часть креативного класса сосредоточена в столицах и крупнейших городах: в Москве — ~25,1 % всех занятых в творческих профессиях; в Московской области — ~8 %; в Санкт-Петербурге — ~7,9 % [7]. Здесь сосредоточены лучшие университеты, крупные компании, венчурный капитал, культурные институции и сообщества. Однако это приводит к тому, что сюда съезжаются представители творческих профессий из других регионов страны, усиливая и без того существующую поляризацию.
2. Сдвиг в сторону цифровых и IT-профессий. Наблюдается тенденция к симбиозу малого креативного бизнеса и цифровых платформ, что открывает новые возможности для работы и реализации проектов. Несмотря на то, что Искусственный интеллект открывает для IT-профессий новые возможности, возможен риск замещения ИИ части функций в креативной экономике, что требует от специалистов развития кросс-функциональных навыков.
3. Ориентация на глобальный рынок. Венчурные инвестиции направлены в продукты, которые имеют потенциал глобального масштабирования. Несмотря на отток IT-специалистов, дизайнеров, ученых, художников и предпринимателей в 2022-2024 годах, многие «цифровые кочевники» создающие свои диаспоры за пределами России, остаются гражданами нашей страны, а те, кто работает на зарубежные компании, зачастую живут физически в России.
4. «Размытость» творческого труда в других профессиях, не относящихся непосредственно к креативным индустриям, определенным нормативными документами страны. Сохранение невысокой доли занятых в общей численности креативного класса, которая получает доход только от творческой деятельности. Исследование сервиса Yappy (2022) показало, что среди российских «креаторов» лишь ~9 % утверждают, что творчество — их основная работа. Тем не менее тренд на рост их численности очевиден.
5. Тенденция на увеличение значимости фриланса, гибкого труда и платформенной экономики в сфере творчества. Цифровые платформы (онлайн-площадки, маркетплейсы, социальные сети, стриминговые и контент-сервисы) объединяют создателей контента, потребителей и инвесторов. В настоящее время художники, дизайнеры, музыканты, архитекторы, режиссёры, блогеры, разработчики игр и другие творцы имеют возможность самостоятельно продвигать и монетизировать свои идеи через



цифровые экосистемы. Платформенная экономика ускоряет превращение креативного человеческого капитала в креативный класс, позволяя людям самостоятельно реализовывать свои идеи, строить персональные бренды и получать доход от творчества. Она становится новой инфраструктурой креативной экономики.

6. Рост интереса к национальным и локальным продуктам и контенту, что стимулирует развитие креативных индустрий, связанных с культурным наследием и региональной идентичностью.
7. Институциональные пробелы: слабая защита интеллектуальной собственности, бюрократические препятствия и традиционная система образования могут подавлять креативность и предпринимательскую инициативу.

В целом, креативный класс в России активно развивается, адаптируясь к цифровым трансформациям и становясь важным драйвером развития современной экономики. Ключевой проблемой на ближайшую перспективу остается обеспечение кадрами и необходимость разработки дифференцированных стратегий для разных креативных индустрий.

## ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Таким образом, проведенное исследование подтверждает, что в условиях перехода к креативной экономике креативный человеческий капитал становится ключевым фактором конкурентоспособности национальных экономик и драйвером экономического роста. Прослежена логическая взаимосвязь категорий: креативный человеческий потенциал (как нереализованный ресурс и предпосылка); креативный человеческий капитал (как актив, приносящий экономическую выгоду) а также креативный класс (как производственная сила и количественный показатель занятости).

Формирование креативного класса в России характеризуется высокой динамикой и существенной географической поляризацией, где локомотивами выступают Москва и Санкт-Петербург. Отмечен устойчивый тренд на цифровизацию, проявляющийся в сдвиге к IT-профессиям, росте значимости платформенной экономики и фриланса как новой инфраструктуры для монетизации творческих идей. При этом ключевыми вызовами остаются отсутствие единой методики измерения креативного человеческого капитала, что затрудняет реализацию эффективной государственной политики, а также институциональные пробелы и необходимость развития кросс-функциональных навыков у специалистов в условиях активного внедрения искусственного интеллекта.

Реализация стратегического потенциала креативной экономики России требует интеграции профессионального, отраслевого и компетентностного подходов при измерении креативного класса и целенаправленных инвестиций в образование и развитие soft skills (сотрудничество, адаптивность, эмпатия) для преобразования скрытого креативного потенциала в монетизируемый человеческий капитал.

## Список литературы

1. Ершова Н.А. Национальный человеческий капитал как креативный трудовой ресурс регионального экономического развития // Управленческий учет. 2024. № 11. С. 417-423. EDN EFJFNW.

2. Креативный человеческий капитал как важный фактор развития современной экономики / М.С. Агабабаев, Т.Б. Минина, З.В. Нестерова [и др.] // Экономика и предпринимательство. 2021. № 2(127). С. 146-149. DOI 10.34925/EIP.2021.127.2.025. EDN WDGADN.
3. Кравченко Л.А. Теоретические аспекты развития человеческого капитала в условиях креативной экономики / Л.А. Кравченко, И.А. Троян, М.В. Горячих // Ученые записки Крымского федерального университета имени В.И. Вернадского. Экономика и управление. 2022. Т. 8. № 3. С. 49-58. EDN JKNORF.
4. Об условиях развития отечественного креативного человеческого капитала в новых социально-экономических реалиях / И.В. Гуськова, А.О. Грудзинский, Н.Е. Серебровская, Н.Н. Бурева // Креативная экономика. 2022. Т. 16. № 12. С. 4953-4972. DOI 10.18334/ce.16.12.116709. EDN LMVFZD.
5. Матвеев В.В. Структурные компоненты и факторы развития регионального человеческого капитала / В.В. Матвеев, С.А. Ильминская // Вестник Северо-Кавказского федерального университета. 2023. № 3(96). С. 104-116. DOI 10.37493/2307-907X.2023.3.11. EDN FYPLSR.
6. Флорида Р. Креативный класс: люди, которые меняют будущее. Москва: Классика-XXI, 2007. 421 с.
7. Креативный класс России: портрет в цифрах // Аналитический отчет НИУ ВШЭ. Москва: ВШЭ, 2023. 16 с.

## THE CREATIVE CLASS AND CREATIVE HUMAN CAPITAL: ESSENCE, TRENDS, AND MEASUREMENT ISSUES (ECONOMIC ASPECT)

**Maltseva Elena Sergeevna**

*Institute of Business and Design (B&D)*

*Russia, 129090, Moscow Protopopovskiy Lane, 9*

*PhD in Economics, Associate Professor, Head of the Department of Management and Marketing*

*maltsevs1@mail.ru*

### Abstract

In the context of the gradual transformation of the knowledge economy into a creative economy, research into the nature and specifics of the quantitative and qualitative components of the main factor of production—labor—is of particular interest. This article explores the essence and interrelationships of these categories, which reflect the various stages and aspects of the creative component of a person from an economic perspective. It identifies trends and factors in the formation and development of creative human capital, as well as challenges associated with its measurement in the national and global economies.

### Keywords

Creative human capital; creative human potential; creative class, innovation; creative industries

## References

1. Ershova N.A. Nacional`nyj chelovecheskij kapital kak kreativnyj trudovoj resurs regional`nogo e`konomicheskogo razvitiya (National human capital as a creative labor resource of regional economic development), *Upravlencheskij uchët*, 2024, no 11, pp. 417-423. EDN EFJFNW.
2. Kreativnyj chelovecheskij kapital kak vazhnyj faktor razvitiya sovremennoj e`konomiki (Creative human capital as an important factor in the development of the modern economy), M.S. Agababaev, T.B. Minina, Z.V. Nesterova [i dr.], *E`konomika i predprinimatel`stvo*, 2021, no 2(127), pp. 146-149. DOI 10.34925/EIP.2021.127.2.025. EDN WDGADN.
3. Kravchenko L.A. Teoreticheskie aspekty` razvitiya chelovecheskogo kapitala v usloviyax kreativnoj e`konomiki (Theoretical aspects of human capital development in the context of the creative economy), L.A. Kravchenko, I.A. Troyan, M.V. Goryachix, *Ucheny`e zapiski Kry`mskogo federal`nogo universiteta imeni V.I. Vernadskogo. E`konomika i upravlenie*, 2022, Vol. 8, no 3, pp. 49-58. EDN JKNORF.
4. Ob usloviyax razvitiya otechestvennogo kreativnogo chelovecheskogo kapitala v novy`x social`no-e`konomicheskix realiyax (On the conditions for the development of domestic creative human capital in the new socio-economic realities) / I.V. Gus`kova, A.O. Grudzinskij, N.E. Serebrovskaya, N.N. Bureeva, *Kreativnaya e`konomika*, 2022, Vol. 16, no 12, pp. 4953-4972. DOI 10.18334/ce.16.12.116709. EDN LMVFZD.
5. Matveev V.V. Strukturny`e komponenty` i faktory` razvitiya regional`nogo chelovecheskogo kapitala (Structural components and factors of regional human capital development), V.V. Matveev, S.A. Il`minskaya, *Vestnik Severo-Kavkazskogo federal`nogo universiteta*, 2023, no 3(96), pp. 104-116. DOI 10.37493/2307-907X.2023.3.11. EDN FYPLSR.
6. Florida R. Kreativnyj klass: lyudi, kotory`e menyayut budushhee (The Creative Class: People Who Are Changing the Future). Moskva: Klassika-XXI, 2007, 421 p.
7. Kreativnyj klass Rossii: portret v cifrax (Russia's Creative Class: A Portrait in Numbers), *Analiticheskij otchet NIU VSHE`*. Moskva: VSHE`, 2023, 16 p.