

PILSĒTU PIEVILCĪBAS NOVĒRTĒŠANAS KRITĒRIJI REĢIONU ATTĪSTĪBAS KONTEKSTĀ

EVALUATION CRITERIA OF CITY ATTRACTIVENESS IN THE CONTEXT OF REGIONAL DEVELOPMENT

Iveta MIETULE

Dr.oec., RA Latgales tautsaimniecības pētījumu institūta vadošā pētniece
Atbrīvošanas aleja 90, Rēzekne, LV-4600, Rēzekne, Latvija
e-pasts: mietule@inbox.lv

Lienīte LITAVNIECE

Dr.oec., RA Ekonomikas fakultātes docente
Atbrīvošanas aleja 90, Rēzekne, LV-4600, Rēzekne, Latvija,
e-pasts: Lienite.Litavniece@ru.lv

Abstract. Investigation of city development issues and strategic planning issues of spatial development are essential factors of the city growth. Both academic researchers in economy and geography and professionals in the field of city development policy are involved in exploration of these topics.

Various city development theories are elaborated and assimilated in a result of comprehensive researches. The current article examines attractiveness criteria of cities modernized in theoretical and practical researches as well as explores methodology of city attractiveness research with the aim to identify attractiveness criteria of cities and towns of Latgale region

Keywords: city attractiveness, sustainable development of a city, criteria.

Ievads

Pilsēta kā valsts iedzīvotāju kopiena ar noteiktu finanšu un infrastruktūras resursu kopumu ir fokusējusies dažādu zinātnes nozaru un apakšnozaru pētījumos. Pilsēta kā pētījuma objekts lielā mērā ir saistīta ar pētījumu virzienu aktualizāciju, ko nosaka notikumi un pārmaiņas pasaules ekonomiskajā telpā. Pilsētu izpēte Latvijā ir aktualizējusies socioloģiskajos, valsts attīstības politikas, t.sk., stratēģiskajos un reģionālās ekonomikas, pētījumos.

Raksta mērķis ir pilsētu pievilcības kritēriju retrospektīva apkopošana un interpretācija, kā arī pilsētu pievilcības pētījumu metodoloģiju izvērtēšana Latgale reģiona pilsētu pievilcības kritēriju noteikšanai. Raksta pamatā ir autoru veiktie pētījumi ESF finansētā projekta "Teritoriālās identitātes lingvokulturoloģiskie un sociālekonomiskie aspekti Latgales reģiona attīstībā" ietvaros.

Pētījumā ir izmantotas vispārzinātniskās pētījumu metodes: informācijas analīze un sintēze, loģiski – konstruktīvā, monogrāfiskā, datu grupēšanas un grafiskās attēlošanas metode.

1. Jēdziena “pilsētu pievilcība” teorētiskie aspekti

Jēdziens “pilsētu pievilcība” (*attractiveness of cities*) 20.gs. 2.pusē ir attīstījies līdz ar pilsētu vispārējo izaugsmi, kā rezultātā ir radušās atšķirīgas teorijas par pilsētas lomu noteiktas teritorijas attīstībā. Populārākās iepriekšējā gadsimta teorijas, kas ir veidojušas pamatu pilsētu attīstības jautājumu pētījumiem, ir:

- centrālās vietas teorija (vācu ģeogrāfs V.Kristallers (*W.Cristallerh*) savā darbā *Centrālo vietu teorija (1933) (Central Place Theory)*) - nosaka ekonomiskos centrus, kas ar savām precēm un pakalpojumiem nodrošina ne tikai sevi, bet arī sava apgabala iedzīvotājus;
- izaugsmes polu teorija (franču ekonomists F.Perrū (*F.Perroux*) savā darbā *Piezīmes par izaugsmes polu teoriju (1955) (Note on the Concept of Growth Poles)*) nosaka, ka teritorijas attīstība ir saistīta ar pamatnozārēm un saistītajām nozarēm, t.i., centri veidojas tur, kur notiek ražošana;
- centra – perifērijas modelis – nosaka centrālo vietu un perifērijas attīstības iespējas, t.i., perifērija ar saviem resursiem apgādā centrus, kā rezultātā tiem paveras jaunas attīstības iespējas.

Pilsētām nepārtraukti attīstoties, augstāk minētie modeļi tiek atvasināti jaunās teorijās un praktiskajos pielietojumos. Tas rada nepieciešamību noteikt kvalitatīvos/ kvantitatīvos kritērijus, kas nodrošina pilsētu pievilcību, kā arī veicina to attīstību. Līdz ar to pētījumos parādās jauns jēdziens “pilsētu pievilcības kritēriji”.

Jēdziens “pievilcība” skaidrojošajā vārdnīcā tiek definēts kā “pievilcības kvalitāte” (13.,48.). Tas nozīmē – kritēriji, tādi, kas liecina par pilsētas kvalitāti un rada konkrēto vietu pievilcību, bet jēdziens “pievilcīgs” – tāds, kas saista, valdzina, izraisa simpātijas; tāds, kurā izpaužas kas valdzinošs, simpātisks; tāds, kas izraisa, sagādā patiku (3., 849.).

Jēdziens “kritērijs” svešvārdu vārdnīcā tiek skaidrots kā pazīme (vai viena no vairākām pazīmēm), pēc kuras esamības vai pakāpes kaut ko vērtē, noteic vai kvalificē (1.,404.).

Pievilcība ir īpašība un kvalitātes kategorija, kas attiekmē pret subjektiem tiek lietota ar pozitīvu nozīmi.

Jēdziens “pilsēta” – liela, bieži apdzīvota vieta. Pilsētu rašanos un attīstību dažādās valstīs ir noteikuši atšķirīgi dabas, vēstures, sociālie u.c. apstākļi, tādēļ nav vienotu kritēriju pilsētas definēšanai. No citām

apdzīvotām vietām pilsēta atšķiras galvenokārt ar to, ka tās saimniecībā dominē ar lauksaimniecību nesaistītas nozares. Pilsētai ir centra funkcijas; tai ir īpaša telpiska un arhitektoniska vide ar samērā kompaktu apbūvi un lielu iedzīvotāju blīvumu (2.,752.).

Pilsētu pievilcības kritēriji ir noteiktu vēlamu/pozitīvo pazīmju kopums, kā arī šī kopuma atsevišķu elementu esamība noteiktā līmenī. Raksta autore šādi definē jēdzienu "pilsētas pievilcības kritēriji": pilsētas pievilcību nodrošina atsevišķu pazīmju klātbūtne jeb esamība, savukārt, atsevišķām pazīmēm ir jābūt noteiktā līmenī. Piemēram, kultūras vides elementi noteiktā teritorijā ir vai arī nav, tiem neprasa kvantitatīvo novērtējumu, savukārt, citām pilsētas pievilcības pazīmēm, piemēram, infrastruktūras elementiem, ir nepieciešams kvantitatīvs vai kvalitatīvs novērtējums.

Pievilcība pēc savas būtības lielā mērā ir subjektīvs vērtējums, piedevām skatāms no vairākiem aspektiem - pašvaldības, iedzīvotāju, uzņēmēju, investoru, tūristu. Zviedru ekonomists B. Turners savā pētījumā "Pilsētu pievilcības ekonomiskā analīze" (14.) pilsētu pievilcību definē divējādi. Pēc minētā autora domām pilsētas pievilcība ir saskatāma, ja pašvaldība realizē pārmaiņas, kuru rezultātā viena pilsoņu grupa iegūst uz citas pilsoņu grupas rēķina. Pastāv arī sociālekonomiskā pieeja pilsētas pievilcības noteikšanā, kad pašvaldības lēmumi ir labvēlīgi vienai pilsoņu grupai, bet tas nav uz citas grupas rēķina. Pēc B.Turnera pilsētu pievilcības jēdziena interpretācijas, ir nepieciešams noteikt konkrētus kritērijus, ar kuru palīdzību varētu raksturot pilsētu pievilcību. Pētījumus par pilsētu pievilcību, izvirzot ekonomiskos, sociālos u.c. kritērijus, realizē ne tikai pētnieki dažādās valstīs, bet arī socioloģisko aptauju kompānijas.

2.Pilsētu pievilcības izpētes virzieni zinātniskajos un praktiskajos pētījumos

20.gadsimta vidū pilsētu pievilcība radīja interesi ASV akadēmiskajā vidē, kas sekmēja dažādu pētījumu realizēšanos par pilsētas pievilcību un faktoriem, kas ietekmē pilsētvides pievilcību. T.Raisa (*T.W.Rise*) un D.Millera (*D.N.Miller*) pētījumā "Mazpilsētu korelācija" (*The correlates of small-town upkeep, 1999*) tika pētīta pilsētu vizuālās pievilcības un pilsētas ekonomiskās attīstības rādītāju korelācija. Šī pētījuma ietvaros, kā pilsētas ekonomisko attīstību raksturojoši rādītāji tika izmantoti māsjaimniecību ienākumu mediāna un īpašuma tiesības uz ēkām attiecīgajā teritorijā. Dažus gadus vēlāk tapušais ASV zinātnieku grupas (*V.L.Lekwa, T.W.Rise, M.V.Hibbing*) pētījums "Sabiedrības pievilcības korelācijas" (*The Correlates of Community Attractiveness*). ietver plašāku pētījuma bāzi. Minētā pētījuma ietvaros tika novērtētas 954 ASV Jovas štata pilsētas, kur kā korelējošie faktori tika analizēti:

- sociāldemogrāfiskie rādītāji (izglītības līmenis, iedzīvotāju skaits, iedzīvotāju vecums, īpašuma tiesības uz dzīvojamajiem namiem, attālums no dzīves vietas līdz darba vietai);
- ekonomiskie rādītāji (vidējie mājsaimniecības ienākumi un ēku vecums);
- pilsoniskās attieksmes rādītāji (iedzīvotāju īpatsvars, kas regulāri apmeklē baznīcu, un vēlētāju aktivitātes rādītājs pilsētā).

Visi iepriekš uzskaitītie neatkarīgie mainīgie tika noteikti kā pilsētas vizuālo pievilcību veicinošie faktori.

S.Formika un M.Jūžela pētījumā “Galamērķa pievilcība pamatojoties uz piedāvājuma un pieprasījuma novērtējumu: analītiskā struktūra” (8.) pilsētu pievilcības novērtēšana tiek balstīta uz pilsētas apmeklētāju esošo resursu novērtēšanu un šo resursu nozīmīguma novērtēšanu. Jāatzīmē, ka šī pētījuma mērķis bija izstrādāt reģionu un pilsētu pievilcības novērtēšanas un izmērīšanas metodoloģiju. Piedāvājuma novērtēšanai tika apkopoti un analizēti 20 mainīgie, kas nosaka pilsētas pievilcību tūristiem, savukārt, pieprasījuma novērtēšana un atsevišķu pilsētas pievilcības elementu nozīme kā pamats tūristu izvēlei, tika noteikta, izmantojot subjektīvo novērtējumu un anketēšanu.

Diskutējot par pilsētu pievilcības nozīmīgumu tūristiem, ir jāatzīmē, ka tūrisma nozares loma un nozīme teritorijas attīstībā ir analizēta un pētīta autoru darbos, kas aptver plašu ģeogrāfiski – teritoriālu lauku. Kā piemēru var minēt O.Avaraitifa pētījumu “Galamērķa pievilcības atšķirības tūristiem un potenciālajiem tūristiem Nigērijā” (5.), kur tūristu galamērķa pievilcības novērtēšana tiek balstīta uz esošo resursu, t.sk. tūrisma veidu, izpēti, kā arī pētījumā tiek analizēti atsevišķu faktoru (infrastruktūra, transporta veidi un izmaksas, cenu līmenis, pakalpojumu kvalitāte, komunikācijas iespējas, sociāli- kultūras aspekti u.c.) ietekme uz esošo un potenciālo tūristu izvēli.

Visi augstāk minētie pētījumi pozicionē tūrisma nozari kā būtisku saimnieciskās darbības veidu, kas atstāj pozitīvu ietekmi uz pilsētas attīstību. Kā atšķirīgu pētījumu var minēt R.Ranaina “Tūrisma nozarei pakārtotās mazās pilsētas: konkurētspējas priekšrocību apzināšana” (12.), kur tiek pētītas 2 veidu pilsētas (tūrisma nozarei pakārtotas un tūrisma nozarei nepakārtotas pilsētas), kā tās izmanto esošos resursus (pilsētas tēls, pilsētas pozicionēšana, mix-mazumtirdzniecība, “magnētveikali”) konkurētspējas priekšrocību realizēšanā. Šis pētījums, atšķirībā no citiem, akcentē tūrisma nozares un pilsētas vispārējās ekonomiskās attīstības mijiedarbību.

Augstāk minētie pētījumi atspoguļo tūristu interesi un pilsētas pievilcības kritēriju novērtējumu, bet pilsētas pievilcība ir būtiska arī uzņēmējiem un potenciālajiem investoriem, iedzīvotājiem un pašvaldībai.

Pēdējos gados daudzas starptautiskās konsultāciju organizācijas (piem., *Mercer Consulting*, ASV Ņujorka) veic praktiskos pētījumus un mēģina noteikt pilsētu pievilcību, izmantojot salīdzināšanas metodi pēc noteiktu kritēriju kopuma. Savā starpā tiek salīdzinātas pilsētas vienā vai vairākās valstīs. Tas palīdz noteikt pilsētas konkurējošās un salīdzinošās priekšrocības, saskatīt esošās un iespējamās problēmas. Tas, savukārt, palīdz pilsētas vadībai izstrādāt pilsētas attīstības dokumentus.

Praktiskajos pētījumos un izstrādātajās pilsētu attīstības stratēģijās pilsētu pievilcība tiek noteikta kā gala mērķis vai viens no mērķiem, kura sekmīgai sasniegšanai tiek izvirzīti risināmie uzdevumi un vērtēšanas indikatori. Piemēram, Tallinas attīstības plāns 2009-2027 g.g. paredz sešus stratēģiskos mērķus pilsētas attīstībā, katram stratēģiskajam mērķim nosakot no 3 līdz 7 apakšmērķus. Pilsētas pievilcību raksturojošie kritēriji ir noteiktas vides (uzņēmējdarbības, izglītības, kultūras, sociālās, ekoloģiskās, administratīvās vides) kvalitatīvie aspekti, kurus raksturojošie indikatori (izglītības iestāžu veids un skaits, muzeju skaits, medicīnas pakalpojumu pieejamība u.c.) var tikt analizēti, lai raksturotu attiecīgās vides attīstības dinamiku.

3. Pilsētu pievilcības kritēriju praktiskie pētījumi

Pamatojoties uz pilsētu stratēģiskajiem dokumentiem, esošajiem pētījumiem, biežāk sastopamie pilsētu pievilcības kritēriji ir apkopoti 1.tabulā.

1.tabula

Pilsētu pievilcību raksturojošie kritēriji un ieinteresētās puses
(autoru interpretācija pēc 4., 5., 7., 10., 12. un 14. informācijas avota datiem)

Kritērijs/ vide	Pilsētas vadība	Uzņēmumi / potenciālie investori	Iedzīvotāji
<i>Administratīvie un politiskie kritēriji</i>			
Politiskie un administratīvie centri	X		
Ģeogrāfiskā atrašanās vieta	X	X	X
Pašvaldības darbība		X	X
Pilsētas zīmols	X	X	X
Pašvaldības administratīvā aparāta pieejamība	X	X	X
Pašvaldības budžets un finansiālais stāvoklis	X	X	X
E-vides pieejamība iedzīvotājiem (feedback)	X		X
E- vides pieejamība uzņēmumiem	X	X	

<i>Uzņēmējdarbības un vispārējās ekonomiskās aktivitātes</i>			
Kvalificēts darbspēks		X	
Infrastrukturā kvalitāte		X	X
Vispārējais cenu līmenis		X	X
iPod indekss		X	X
Uzņēmuma uzturēšanas izmaksas		X	
Biznesa inkubatori		X	
Dominējošās nozares rādītāji	X	X	
<i>Izglītības, zinātnes (pētniecības) un kultūras vide</i>			
Kultūras un brīvā laika pavadīšanas iespējas	X		X
Jauninājumu projekti	X	X	
Zinātnes un pētniecības aktivitātes	X	X	
Starptautiskās konferences	X	X	
Izglītības iestāžu veidi un daudzums			X
<i>Sociālā vide</i>			
Veselības aprūpes pieejamība			X
Nodarbinātības / bezdarba līmenis		X	X
Drošības/ noziedzības līmenis	X	X	X
Dzīves līmenis		X	X
Pilsētas sociālais klimats	X	X	X

1.tabulā apkopotā informācija norāda, ka tikai atsevišķi kritēriji ir būtiski vienai no interešu grupām, bet pārsvarā tie ir saistoši divām vai pat visām trim. Daudzi no kritērijiem, piemēram, politiskie un administratīvie centri, starptautisko konferenču rīkošana, nav iespējama mazām nacionālā līmeņa pilsētām. Tāpēc, izstrādājot pilsētu pievilcības kritērijus, ir jāņem vērā pilsētas statuss un lielums. Upsalas Universitātes profesori J.Jansons un D.Povers savā publikācijā "Pilsētas tēls – pilsētas zīmola iespējas Ziemeļu reģiona pilsētās" (9.) atspoguļo savu pētījumu par pilsētu zīmoliem. Šie autori uzskata, ka pilsētas zīmola stratēģijas menedžmentā ir nepieciešams pieņemt lēmumu par tirgu vai līmeni, kurā sacensties:

- ✓ Globālajām pilsētām ir savstarpēji jākonkurē par starptautisko uzņēmumu vadību vai par starptautiskajiem modes, filmu, biotehnikas vai datorzinātnes centriem.
- ✓ Reģionālās nozīmes pilsētas var konkurēt par vietējām vai nacionālajām kompānijām, valsts departamentiem un organizācijām, nacionālajiem pasākumiem.
- ✓ Mazās perifērijas pilsētas mērķis piesaistīt tūristus un veicināt iedzīvotāju palikšanu. (9.,13.-14.)

Pamatojoties uz šādu plānošanu, būtiska ir pareiza pilsētas pievilcības kritēriju izvēle. Tie kritēriji, kas derēs un būs svarīgi vienai pilsētai, nedos vēlamus rezultātus citai.

Apkopojot augstāk analizēto autoru darbos definētos pilsētu pievilcības kritēriju, to ietekmējošos faktorus un iespējamās novērtēšanas metodes, var secināt, ka nav vienotas pieejas un kritēriju sistēmas, kas būtu universāla un piemērojama visām pilsētām un teritorijām, turklāt līdzšinējos pētījumos aktualizējas dažādas pieejas pilsētu pievilcības novērtēšanas kritēriju izvēlē, kuras pamatā ir teritoriju identitāte un konkurētspējas priekšrocību meklēšana, kas ir katras pilsētas un teritorijas vadības pamatuzdevums. Šī raksta autores viennozīmīgi atbalsta esošajos pētījumos dominējošo viedokli par subjektīvās pieejas nepieciešamību pilsētu pievilcības novērtēšanā. Gandrīz visos pētījumos pilsētu pievilcības novērtēšanai kā pētījumu metodoloģijas elements tika izmantota Likerta skala, kas, saskaņā ar šī raksta autoru viedokli, var tikt izmantota Latgales reģiona pilsētu pievilcības kritēriju vērtēšanā. Jāatzīmē, ka "pilsētas pievilcība" ir subjektīvs rādītājs, līdz ar to saskaņā ar reprezentativitātes principu - vērtēšanā iesaistīto subjektu skaita palielināšana mazina subjektivitāti pievilcības novērtēšanā, kas ir jāņem vērā realizējot Latgales reģiona pilsētu pievilcības izpēti.

Secinājumi un priekšlikumi

1. Pilsētu pievilcības kritēriji ir noteiktu vēlamu/ pozitīvo pazīmju kopums, kā arī šī kopuma atsevišķu elementu esamība noteiktā līmenī. Pilsētas pievilcību nodrošina atsevišķu pazīmju klātbūtne jeb esamība, savukārt atsevišķām pazīmēm ir jābūt noteiktā līmenī, kas prasa kvantitatīvo vai kvalitatīvo novērtējumu.
2. Pilsētas pievilcības kritēriju noteikšanā ir:
 - jāņem vērā pilsētas atrašanās vieta, lielums, potenciālās iespējas,
 - jānosaka vēlamie sasniedzamie mērķi konkrētām mērķauditorijām (iedzīvotājiem, uzņēmējiem, investoriem, tūristiem), lai nodefinētie kritēriji veicinātu pilsētas attīstību.
3. Pilsētas pievilcība ir kvalitatīvs rādītājs, līdz ar to, vadoties no reprezentativitātes principa, kvalitatīva rādītāja vērtēšanā iesaistīto subjektu skaita palielināšana mazinās subjektivitāti pievilcības novērtēšanā.
4. Apkopojot pilsētu pievilcības kritērijus ārvalstu praktiskajos pētījumos, var secināt, ka Latgales pilsētas pievilcības kritēriju noteikšanai ir jāvērtē pilsētu uzņēmējdarbības, izglītības un kultūras, sociālā, ekoloģiskā un administratīvā vide.
5. Apkopojot rakstā analizēto pētījumu rezultātus, var secināt, ka nav vienotas pieejas un kritēriju sistēmas, kas būtu universāla un piemērojama visām pilsētām un teritorijām, turklāt līdzšinējos pētījumos aktualizējas dažādas pieejas pilsētu pievilcības novērtēšanas kritēriju izvēlē, kuras pamatā ir teritoriju identitāte un konkurētspējas

priekšrocību meklēšana, kas ir katras pilsētas un teritorijas vadības pamatuzdevums, īpaši relatīvi mazām pilsētām, t.sk., visām Latgales pilsētām.

Izmantotā literatūra un avoti

1. Ilustrētā svešvārdu vārdnīca – R.: Avots, 2005 - 891 lpp.
2. Latvijas enciklopēdija, 4.sējums – R.: valērija Belokoņa izdevniecība, 2007.- 1024 lpp.
3. Latviešu valodas vārdnīca – R.:Avots, 2006 – 1210 lpp.
4. Alain Thierstein, S.Reiss-Schmidt: Urban Development Management in Munich, Germany 2008. 13 p.
5. Awaritefe D.O. (2004) Destination image differences between prospective and actual tourists in Nigeria, Journal of Vacation Marketing, Vol. 10, No.3, 264-281, pieejas veids www.sagepublications.com
6. Chhabra D. (2010) How They See Us: Perceived Effects of Tourist Gaze on the Old Order Amish, Journal of Travel Research, 49(I) 93-105, pieejas veids <http://jtr.sagepub.com>
7. Dieckmann B.Transforming Bonn from a capital city into an international city of dialogue Pieejams Tiešsaiste <http://www.citymayors.com/mayors/bonn-mayor-dieckmann.html> [skat.06.01.2010]
8. Formica S., Uysal M. (2006) Destination Attractiveness Based on Supply and Demand Evaluations: An Analytical Framework, Journal of Travel Research, Vol.44,418-430, pieejas veids <http://jtr.sagepub.com>
9. Jansson J., Power D. The Image of The City – Urban Branding as Constructed Capabilities in Nordic City Regions 2006. 41 p.
10. Kiehl M., S.Panebianco The urban – rural employment shift in Western Europe, 2002. 20 p.
11. Panebianco S. Are entrepreneurial cities more successful? Empirical evidence from 50 German cities. 2005. – 30 p
12. Runyan R.C. (2006)Tourist dependent small towns: Understanding competitive advantage, Journal of Vacation Marketing, Vol. 12, No.4, 329-343, pieejas veids www.sagepublications.com
13. The Consolidated-Webster Comprehensive Encyclopedic Dictionary / Editor - in - Chief: Fr. J. Meine; Associate Editors: H.L.Hitchens, H.Wicks. - Chicago: Consolidated Book Publishers, 1957. 850 p.
14. Tuner B. Attractive Cities - an Economic Analysis: Roland Anderson, (1999), The Swedish Council for Building Research, Stockholm, T6:1999 - 252 pages
15. Rice T.W., Miller D.N. The correlates of small-town upkeep, Environment & Behavior, Vol.31, 1999, 821-837, pieejas veids www.sagepublications.com
16. Rice T.W., Hibbing M.V., Lekwa V.L. The Correlates of Community Attractiveness, Environment & Behavior, Vol. 39, No.2, 198-216, pieejas veids www.sagepublications.com

Summary

The role of the city over the time has become more vital and special attention is now paid to urban development (central place theory, growth pole theory). There is also a need for defining the new concepts “urban or city attractiveness criterion”, the author explains that the attractiveness of the city is ensured by the presence of certain features, in its turn, particular features must be at a certain level. For instance, elements of cultural environment in a particular territory can be present or not, they do not require quantitative evaluation, in its turn, other city attractiveness features, such as infrastructure elements require quantitative or qualitative evaluation.

Attractiveness of the city is defined by the administrative and political criteria, entrepreneurship and economic activity, education, science (research), cultural and social environment. The presence of these criteria in the city characterizes the city attractiveness to tourists, workers of self-governments, residents, businesses and investors.