

BOL - BRODIMO LI U PRAVOM KURSU?

STRATEGIJE RAZVOJA I AKCIJSKI PLANovi
OPĆINE BOL

Siniša Soljačić



Prosinac, 2014.

PREDGOVOR

Danas je jako moderno pisati razne „studije“. Taj je novitet star tek nekoliko godina a uglavnom služi da bi se nekim problematičnim projektima otvorio put k realizaciji.

Nažalost, studije se u Hrvatskoj rade na isti način kao i nacrt za neki građevinski objekt. Investitor izradi idejnu skicu objekta i izrazi svoje želje koje projektant nastoji kvalitetno ostvariti u projektu. Na kraju investitor bude zadovoljan, jer je dobio projekt kakav je želio te može nastaviti s građenjem i ostvarenjem svojih želja. Zadovoljstvo projektanta je u tome što je ispunio sve želje investitora i dobio ugovorenu nadoknadu za svoj rad.

I na kraju te „projektantske“ priče svi budu - sretni i zadovoljni.

Prava studija bi u svakom slučaju trebala biti nešto mnogo više, nešto bolje i objektivnije. Trebao bi to biti rad koji prilazi i razrađuje temu poštujući načela tradicije, ekologije, graditeljstva, propisa, društvenih i ekonomskih potreba itd. Studija bi trebala biti razumljiva i trebala bi biti ogledalo ISTINE i stvarnog „stanja na terenu“. Ona bi u prvom redu trebala proučiti prošlo stanje, analizirati sadašnji trenutak i tek onda dati smjernice i strategiju razvoja za neko slijedeće razdoblje. Studija koja ne prilazi temi na taj način predstavlja samo bezvrijedan, neupotrebljiv i skupo plaćen papir.

Nažalost, mali broj studija nastoji slijediti ovakav način pa su često bezvrijedne. Cilj mnogih takvih studija je ispunjen samim time što su napravljene i što su - plaćene.

Ovo nije nikakva nova „Studija“ nego tek relativno kratak osvrt na Studije, Strategije razvoja, Akcijske planove i slične radove zvučnih imena kojima smo preplavljeni, a od kojih niti je bilo, a niti će biti ikakve koristi.

Koristio sam naslove i natuknice iz objavljenih studija, ali tek zato da bih se mogao kritički osvrnuti na određene teme.

Dakle, ovaj kratak rad je u prvom redu kritika sadašnjeg društveno-ekonomskog trenutka Boga koji, kako uočavam, nema viziju ni društvenog niti turističkog razvoja. Studije koje bi trebale biti polazne točke tih pomno razrađenih vizija i ideja, pretvorile su se u puko ulizivanje i ispunjavanje želja raznoraznih „investitora“ i inih naručitelja. Pisane su prvom redu da bi udovoljile raznoraznim osobnim interesima stoga takve studije imaju vrlo malo dodirnih točaka sa željama i stvarnim potrebama domicilnog stanovništva.

Često, na prvi pogled, ne predstavljaju nešto vrijedno i značajno, no one su ipak vrlo važan, ako ne i najvažniji, kotačić u kreiranju budućnosti nekog područja. Autori studija objašnjavaju da su imali ograničenja i da su morali raditi unutar zadanih okvira i projekata. Kada se pita naručitelje studija, a to su redovito lokalne vlasti, oni kažu da rade prema studiji koja je dala zeleno svjetlo realizaciji. Naravno, ima tu još nekoliko zelenih svjetala koji se moraju ishoditi, ali studije su svakako važniji faktori u cijeloj ovoj priči.

Ovaj moj osvrt:

- nije naručen ni od koga
- nije plaćen, a neće ni biti plaćen

- ne podilazi nikome
- nije pisan da bi udovoljio nečijim željama
- ne uljepšava stanje
- ne bavi se nerealnim prognozama
- nije pisan dvosmisleno
- nije pisan s namjerom da bi nekoga uvrijedio, ali je itekako moguće da netko u njemu pronađe poveznicu sa svojim djelima, bilo da su bila dobra, ili loša. Ako se to i dogodi to bi samo značilo da je ovo moje pisanje korektno i istinito.

STRATEGIJE RAZVOJA I AKCIJSKI PLANOVI OPĆINE BOL

U listopadu 2007. godine „Strategija turističkog razvoja i akcijski plan općine Bol 2007. – 2010.“ tiho je ušla u općinske prostorije i udobno se smjestila na nekoj ladici. Nadala se dobrome. Nadala se da će biti čitana i proučavana. Njezini autori iz Instituta za turizam dobro su obavili posao. Ljetnih mjeseci 2007. danima su snimali promet, brojili turiste, sakupljali podatke, razgovarali, anketirali i na druge načine proučavali stanje „na terenu“. Kada je taj najteži dio posla bio obavljen autori su sve stručno obradili i uobličili u rečenu studiju.

Imala je Studija i lijepu cijenu, 240.000 kuna, što je u ono vrijeme bilo više od 32.000 eura.

Pročitao sam sažetu verziju nekoliko puta i stekao dojam da je to jedna vrlo stručna studija koju su napisali vrlo stručni autori. To se odmah dalo primijetiti. Evidentno je da je Strategija prošla i lektorsku obradu.

Sve u svemu jedno lijepo štivo koje, kako bi se reklo, ima „i glavu i rep“.

Ali, došli su drugi spisi, druge knjige, studije i ini raznorazni planovi i prekrili su ovu našu Strategiju turističkog razvoja. Uskoro više nitko nije znao ni gdje se nalazi. Jedini trag njenog postojanja ostao u računovodstvenim knjigama na rečeni iznos troška od 240.000 kuna.

Mnogo puta se općinske vlasti upozoravalo na nju i na potrebu da se slijede upute autora. Nažalost, nikad nije bilo pozitivnog odgovora. Dapače, činilo se da se sve radi suprotno onome što je u Strategiji bilo napisano.

Stekao se dojam da je Strategija uranila. Pojavila se u vrijeme kada još nismo bili spremni raditi dobro. Pojednostavnjeno rečeno, nismo bili zreli prihvatiti napisano i slijediti Strategiju.

Došla je i prošla 2010. godina. Strategiji je istekao „rok trajanja“. Slijedeće četiri godine formalno smo bili u „zrakopraznom prostoru“ i bez ikakve strategije. S obzirom da se u prethodne tri godine po Strategiji ništa nije radilo, nedostatak strategije u godinama koje su slijedile (2010-2014.) uopće se nije ni primijetio.

Sada imamo novu strategiju. Naziv joj je „Strategija razvoja Općine Bol od 2014. – 2020. Izradio ju je „Centar za integralni razvoj srednjodalmatinskih otoka – Cerado d.o.o“.

Za razliku od svoje prethodnice, ova je dosta bučno najavila svoje postojanje i svoj dolazak u Bol. I vrijeme prezentacije bilo joj je vješto odabrano. Ljeto 2014.

I ovu sam Strategiju pažljivo pročitao nekoliko puta u njenoj punoj, originalnoj verziji.

Nažalost, nisam dobio dojam da donosi nešto originalno. Dapače, evidentno je da je korištena stara „Strategija i akcijski plan“ iz 2009. godine iz koje se uglavnom prepisivalo. Samo su neke teme malo proširene.

Jedino novo što donosi ova studija je povezivanje sa susjednim otokom Hvarem i potreba žičare prema Vidovoj gori. Sve ostalo je već „deja vu“ u staroj strategiji.

Prvih 46 stranica preporučam kao dobro štivo za učenike nižih razreda osnovne škole koji žele saznati elementarne stvari o svome zavičaju. Ima tu od svega pomalo: o flori, fauni, poljoprivredi, o klimi i klimatskim parametrima, moru, o stanovništvu, gospodarstvu, turizmu kao djelatnosti, o školstvu, kulturi, sportu, udrugama, o prometu, zračnoj luci, hotelima, o nepokretnim kulturnim dobrima, baštini itd.

Ima i raznoraznih informacija o strukturi stanovništva, obrazovanju, financijskim rezultatima i prihodima (možemo zamisliti koliko su točni!), o nezaposlenosti, o ženama, koliko i kada rađaju, koliko ima nerotkinja itd.

Sve u svemu jedno prilično smiješno štivo kojeg će svaka prosječno obrazovana osoba koja živi u Bolu, ili je na neki drugi način vezana za njega, brzinski prelistati i preskočiti ne bi li došli do nečeg zanimljivijeg.

Tek na 47. stranici nailazimo na nešto što pobuđuje interes. Ali kao što rekoh, malo je tu novoga, a što već nije zapisano u staroj Strategiji.

„Strategija“ je strana riječ (eng: strategy) koja se koristi u vojnoj terminologiji, a značenje bi joj bilo: planiranje i pripremanje određenih radnji s ciljem da se postigne određeni strateški učinak.

Danas se riječ „strategija“ koristi i u drugim terminologijama, ali uvijek je ostalo isto:

- strategija mora biti prva. Ono je osnova za uspjeh i bez dobrog planiranja (dakle strategije) ne može se očekivati dobar rezultat. Koristeći riječi vojne terminologije može se reći - nema koristi raditi ikakvu strategiju kada bitka već započne, a naročito je beskorisno raditi je nakon bitke. Nakon bitke radi se samo – analiza.

Čitajući Strategiju, a znajući još otprije za županijske i općinske prostorne planove i namjere općinskih dužnosnika glede razvoja Bola, uočio sam velike nelogičnosti i zbrku u svemu tome. To me ponukalo da napišem pismo gospodi autorima u Cerado centru i izrazim svoje mišljenje. Moram priznati da mi je nakon odgovora koji sam primio od gospodina Šimunovića sve bilo puno jasnije. Dapače, nakon toga više nisam imao nikakvih dvojbi čemu i zašto strategije i studije služe.

Poštovani gospodine Soljačić,

Primio sam Vašu poruku u svezi sa Strategijom razvoja Općine Bol. Veseli me da ste pokazali zdužni interes prema budućnosti Bola i s tog gledišta dali određene korisne primjedbe na intencije same Strategije. Više bih volio da budete prisutni na prezentaciji ove Strategija kako bi mogli o Vašim primjedbama direktno raspravljati. Ipak ne kao opravdanje nego kao preduvjete izrade ove strategije.

Rado ću Vam navesti određene obveze izrađivača strategije. Kao prvo naveo bih obvezu izrađivačima strategije da trebaju primijeniti suvremenu metodu rada koja počiva na paradigmi „odozdo prema gore“ što znači da treba konzultirati sve sudionike u razvoju Bola i maksimalno uvažavati njihove

zahtjeve. Kao drugu obvezu treba uvažiti svu službenu dokumentaciju koju je u nekom prethodnom vremenu usvojilo općinsko vijeće Bola.

Ti okviri su bila naša obveza u koncipiranju budućnosti razvoja općine. Posebno bih naglasio Strategiju razvoja turizma koju je izradio Institut za turizam iz Zagreba, koja je izvanredna i koju smo u cijelosti uvažili.

Što je preostalo nama reći o budućnosti Bola? Mi smo kao prvo htjeli odgovoriti na pitanje zašto je Bol do te mjere introvertiran u razvoju i zašto ne pokazuje interes za radikalne promjene. Odgovor smo našli u jednom zanimljivom modelu koji u cijelosti otvara Bol prema otoku Braču i prema otoku Hvaru. Na isti način smo se odnosili prema konceptualnim promjenama u filozofiji turizma to jest da proširenje sezone otvara put prema potpunoj angažiranosti stanovnika, a da otvaranje prostornih struktura otvara Bol prema bezbrojnim novim doživljajima koji drastično pomiče visinu i multiplikacijsku zarade.

Strategija po svojoj naravi nije plan nego strateški cilj pa stoga nije u stanju odgovoriti na sva detaljna pitanja. Također ova strategija je usmjerena na sljedećih sedam godina (propis određene po EU pravilima) što je prekratko da bi se moglo nešto više učiniti.

U svakom slučaju nismo htjeli reći da smo savršeni već da smo imali neke zadane okvire koje smo trebali maksimalno poštivati.

Gospodine Soljačiću velika Vam hvala na trudu što ste dali korisne primjedbe koje ćemo nastojati uvažiti nakon što obavimo javnu raspravu.

Želim Vam svako dobro i mirno more.

Prof. emeritus Ivo Šimunović

U Splitu, 13. svibnja 2014. godine

Dakle, izgleda da moderna strategija nije strategija i planiranje, nego je to jedno obično „plivanje“ unutar zadane teme i u gabaritima koje su već odredili županijski i općinski planeri. Teško je reći koliko je tu ispravnih želja i ideja lokalne vlasti, koliko je direktiva sa višeg nivoa, a kolika je sprega sa privatnim kapitalom. To je gordijski čvor svoje vrste.

Nakon ovog primljenog odgovora, postalo mi je jasno zašto je u prvih pola Studije (možemo je i tako zvati) samo puko nabranje raznoraznih natuknica koje nisu potrebne u toj studiji jer su više nego poznate. Taj dio se u Strategiji zove „Analiza stanja“. Moguće je da zakonodavac (u ovome slučaju EU) zahtjeva da studija ima taj početni dio, iako nisam siguran da je to ono što je taj zakonodavac mislio da u tome dijelu treba biti.

Mišljenja sam da bi analiza stanja ipak trebala biti nešto sasvim drugo i da bi posve drugačije trebala izgledati.

Izvjesno je i to da strategije moraju biti takve kako bi se zadovoljila zakonska obveza jer, između ostaloga, bez ovakvog uratka ne može se aplicirati državnim i EU fondovima. Ona se morala napraviti, a kakva će biti, hoće li se poštovati i dali je uopće izvedljiva, to je drugo pitanje.

Gospoda autori nisu imali lak posao. U situaciji u kojoj je sada Bol nije lako išta sugerirati, ili planirati. Manevarski prostor im je bio potpuno sužen pa je više nego evidentno da su, bježeći i ne želeći ulaziti u dubinu sadašnjih problema, spas potražili u kratkom elaboriranju ideje žičare i povezanosti Brača i Hvara. Također, tu se spominje i potreba produženja sezone što nam je želja svake godine i što nije ništa novo.

I to bi, što se tiče ove „Strategije“, bilo otprilike sve. Tresla se brda rodio se miš. Budućnost joj nije posebno blistava jer je puna nelogičnosti, neizvediva je i praktički neće ničemu služiti. Mislim, da kao ni ona prva koju je izradio Institut za turizam, ni ova nije napravljena da bi nečemu služila, već samo da bi se zadovoljila forma.

Prava studija, ili prava strategija o razvoju Bola, trebala bi izgledati potpuno drugačije. Ali

Postavlja se pitanje: dali je prekasno?

Osobno sam mišljenja da je za mnoge stvari prekasno i da je šteta već nepovratno napravljena.

Može li se zaustaviti daljnja šteta?

Iako će šteta koja je napravljena prouzrokovati novu štetu, možda bi se i moglo ponešto spasiti, ali trebalo bi djelovati brzo, odlučno i vrlo hrabro.

U tome smislu prvo bi trebalo napraviti dobru analizu postojećeg stanja i sadašnjih problema. Treba ukazati na sve ono loše što smo napravili prijašnjih godina, kao i na ono što i danas radimo kako ne valja. Nažalost, to nije moguće napraviti ako se igra zatvorenim kartama i s „figama u džepu“.

Ako se Bolu, razvoju Bola i prosperitetu njegovog stanovništva želi dobro, karte treba baciti na stol.

Koristeći se napravljenim Strategijama kao predloškom za neke teme o kojima bi trebalo reći nekoliko riječi pokušat ću malo razraditi Strategiju onako kako ja to vidim i kako mislim da bi trebalo biti. Pretpostavljam, da će se mnogi s donjim složiti iako će, naravno, biti i onih drugih. Ta druga grupa je ona grupa koja je bliskija vlasti, kojoj ovo i ovakvo bolsko stanje jako odgovara i u kojem se dobro snalaze.

Nadam se da će ova druga grupa ipak biti u velikoj manjini.

Razlika između prve i druge studije/strategije je donekle i u naslovu. Prva u naslovu naglašava turistički razvoj: „Strategija turističkog razvoja i akcijski plan općine Bol 2007. – 2010.“.

Iz naslova druge studije „Strategija razvoja Općine Bol od 2014. – 2020.“ moglo bi se zaključiti da se obrađuje Općina Bol u cjelini, a ne samo njezin turistički dio.

U biti nema velike razlike jer se obje bave istim pitanjima.

Naglašavaju se „**prednosti**“ odredišta Bol, a to su:

- prirodna baština, plaže, čisto more, čist i nezagađen okoliš
- lijep krajobraz
- prepoznatljivost Zlatnog rata, Vidova gora
- klimatski uvjeti
- kulturna baština
- kvalitetni hotelski smještaj

- tradicija razvoja turizma i veliki potencijali za njegov razvoj
- gostoljubivost
- dostupnost zračne luke
- prepoznatljivost gospodarskih aktivnosti – kamen, vinogradarstvo, maslinarstvo
- Murvica
- identitet Bola i okruženja
- relativno dobra mreža zdravstvenih i socijalnih institucija

Kao „**nedostaci**“ navode se:

- loše upravljanje prostorom i razvojem općine
- zasićenost prostora, neplanska gradnja
- lokalna prometna infrastruktura
- nedovoljno raznovrsna turistička ponuda, neaktivni proizvod, nedostatak zabavnih, kulturnih i trgovačkih sadržaja, neiskorišteni resursi otoka
- nedovoljna suradnja javnog i privatnog sektora
- izrazito kratka sezona
- sezonska orijentacija turizma
- nedovoljno razvijen privatni smještaj i nedovoljna razina kvalitete privatnog smještaja
- nepostojanje destinacijskog menadžmenta
- neiskorišteni potencijali obnovljivih izvora energije
- zatvorenost prostora koje sužava širenje turističkog proizvoda
- nedovoljno razvijeni lokalni poljski puto razvoj novih sadržaja

U grupu „**mogućnosti**“ razvoja su:

- potencijali turističkih resursa otoka Brača
- produženje sezone i povećanje potrošnje gostiju
- širenje plažnog prostora
- proboj prema novim tržišnim segmentima
- razvoj kongresnog, „wellness“ i eko-proizvoda
- mogućnost kupovine
- gastronomija
- razvoj male privrede
- ulaganje u obnovljive izvore energije
- razvoj šetnica i biciklističkih staza
- seoski turizam
- sačuvanost ruralnih objekata
- razvoj selektivnih oblika turizma
- privlačenje investitora
- podizanje kvalitete radne snage razvoj novih sadržaja
- razvoj novih sadržaja

I na kraju kao „**ograničenja**“ nabrajaju se:

- neriješen status „Bijele kuće“
- relativna izdvojenost – otočna destinacija
- ljudski faktor
- razvoj konkurencije
- neiskorišten potencijal privatnog sektora
- ekskluzivno korištenje određenih atraktivnih prostora
- pročišćavanje otpadnih voda

- neprimjereno forsiranje izgradnje autokampa u okvirima naselja ili hotelske zone

Ne znam zašto su autori Strategija u grupu „ograničenja“ stavili sve ovo gore nabrojeno. Smatram da je tu trebalo biti samo:

- relativna izdvojenost – otočna destinacija
- i ništa drugo.

Recimo da je to tako i da je otok nekakva „relativna izdvojenost“, jer mnogi, a naročito oni koji nisu na Braču rođeni i ne doživljavaju sebe kao domicilno stanovništvo, 10 nautičkih milja širine mora između obale i Brača smatraju velikom preprekom.

Ja ne bih rekao da je to tako i da je život na otoku ograničenje. Život na otoku je i prednost i radost.

Sve ostalo bi trebalo da se nalazi u grupi – „moćnosti“

Ako se željelo učiniti kako treba, autori ove nove Strategije su prvo trebali „snimiti“ stanje na terenu i analizirati dio po dio od svega gore navedenog po svim grupama i onda ponuditi stručne odgovore. U ovom slučaju na podatke i analize iz 2007. možemo gledati kao na daleku prošlost.

Ova Strategija ne daje odgovore već samo natuknice o tome što bi bilo potrebno, a to je uglavnom sve poznato.

Ali kakvo je aktualno stanje? Koji su prioriteti? Kako to napraviti?

Naravno, za nekoga tko ne poznaje Bol, ili tko u njemu ne obitava, to nije lako napraviti.

To je puno lakše napraviti nekome od nas koji Bol gledamo svaki dan, koji pratimo kako se radi i što se planira, koji vidimo sve što je dobro u Bolu, sve prednosti, ali naravno, vidimo i onu drugu stranu i sve nedostatke.

Pokušat ću analizirati i kritički se osvrnuti na svaku stavku posebno, prema grupama i prema stavkama kako su to napisali autori studija u svojim gornjim natuknicama.

Priče o dobivenim nagradama, velikim turističkim uspjesima, povećanju broja noćenja, obaranju rekorda i raznorazna druga hvalisanja ostavljam onima kojima je posao da to rade. Neki to rade jer moraju iz propagandnih razloga, neki da bi se zadržali na svojim radnim mjestima, a neki to rade da bi dobili izbore.

Mi ostali drugačije razmišljamo, nismo opterećeni propagandom, samoljubivošću, kritičniji smo i puno smo bliži istini.

➤ **Prirodna baština**

Plaže, čisto more, čista priroda, nezagađen okoliš. Moglo bi se reći da je tako iako imamo čestih primjera nedoličnog ponašanja i loših radnji koje ugrožavaju ono što je dobro. Samim time što imamo vrlo lijepu i bogomdanu prirodu, svaka, pa i najmanja nedoličnost u ponašanju prema prirodi, postaje jako vidljiva.

Čistoća mora je jako dobra i treba je na tome nivou održavati. U svrhu toga treba osnovati „eko-patrole“ koji će imati ovlaštenja na razini mjesnih redara. Sada u mjestu imamo samo jednog. Njihova ovlaštenja treba riješiti kroz općinske odluke i pravilnike o kažnjavanju za prekršaje. Ovo je u svijetu, u uređenim društvima, a naročito u izrazito lijepim sredinama kao što je Bol, vrlo uobičajeno. Očuvanje i zaštita prirode nameće se kao prioritet i elementarna nužnost.

Plaže su priča za sebe. Bez plaža Bol bio bi neugledna i turistički potpuno beznačajna sredina koja nikad ne bi bila ni u grupi srednje važnih turističkih odredišta. Plaže su naše jedino blago. One su škrinja sa blagom na kojoj Bol sjedi. Ni po koju cijenu ne bi se smjelo reducirati plažne prostore, već ih treba proširivati koliko se može. To se uobičajeno radi pravljjenjem malih mostića kao što su ona dva na Benaćici koja postaju brane i ne daju žalu da se premješta prema istoku ili zapadu. Na taj se način uz njih stvaraju male plažice.

Plaže u mjestu daju mjestu posebni pečat i ljepotu.

Planirano je da se cijelo područje Račića, koje je sada mjesna kupališna zona duga oko 400 metara i na kojoj se nalaze 3 plaže, pretvori u marinu. Plaže bi tako nestale u proširenju obale. Dakako, to nikako nije dobro, ali izgleda da nema načina da se odluka promijeni. Ovo djelo ulazi u one štete koje su već napravljene i za koje nema popravka.

Marina koja će biti izgrađena, potpuno će promijeniti izgled Bola i veliki dio mjesnog priobalja biti će zagađen. Marina znači veliki broj jahti i sličnih plovila u relativno malom području luke. Mnoštvo jahti, glisera i drugih manjih brodica na razne načine zagađuju područje luke i marine i to je vrlo teško držati pod kontrolom.

Možemo reći da nakon izgradnje marine čistoća mora u luci i širem lučkom području više nikada neće biti kao do sada.

Vidimo da proširenje nautičkog turizma i izgradnja marine nije ni uvrštena na listu „mogućnosti“ iako se u daljnjem tekstu spominje izgradnja te marine. Stekao sam dojam da su se u ovom slučaju autori Strategije malo pritajili. Znaju što marina u srcu mjesta znači i što ona donosi sa sobom, a u isto vrijeme znaju da je planirana županijskim i lokalnim prostornim planom te da se tu ništa ne može promijeniti.

Za očuvanje prirodne baštine, makar što se tiče ovog „morskog dijela“, ne bi se moglo reći da je usmjereno u dobrom pravcu.

➤ **Lijep krajobraz**

Moglo bi se reći da je tako. Ipak, pretjerana izgradnja kuća koje izgledaju kao vojarnje, ili kao domovi zdravlja, te stambene kuće s fasadama obojanih u raznorazne boje egzotičnih kolorita, potpuno je promijenilo sklad arhitekture malog priobalnog mjesta kakvu je Bol imao do prije 20-30 godina.

O tome je sada bespredmetno govoriti. Šteta je već učinjena i ni tu se ništa ne može popraviti.

Uokolo mjesta krajobraz je vrlo lijep iako ima ponešto nezakonito izgrađenih objekata, koji su iz kategorije poljskih ili gospodarskih kućica prenamijenjeni u kuće za odmor. Iako svojim izgledom i namjenom nisu prilagođene prostoru, ipak imaju i neki svoj posebni čar idile u prirodi. Srećom takvih objekata nema puno.

U svakom slučaju ne bi bilo dobro nastaviti s izgradnjom ovakvih vila za odmor s bazenima na poljoprivrednim područjima. Bio bi to veliki udarac ljepoti krajobraza i mogućoj korisnosti ovakvih terena u poljoprivredne svrhe.

➤ **Prepoznatljivost Zlatnog rata, Vidova gora**

Plaža **Zlatni rat** je bolski „brand“. Bez obzira na sve druge plaže koje se protežu bolskim priobaljem, Zlatni rat je jedan i jedini. On je meka bolskoga turizma, a kao takav, Zlatni rat je i rudnik novca.

Nažalost, trka za novcem i želja da se uprihodi što više, često vodi u pogrešnom pravcu. U tome treba imati granicu.

Trenutno stanje na Zlatnome ratu nije onakvo kako bi trebalo biti i Zlatni rat ne izgleda onako kako bi trebala izgledati najljepša plaža na Jadranu i u Europi. Odavno je upravo na ovoj temi trebalo napraviti detaljni plan uređenja i upravljanja plažom, te u detalje definirati što se, kako, kada i gdje može raditi na širem području Zlatnog rata.

Pitanje je zašto se to do sada nije napravilo već se dopustilo da se dođe u stanje u koje se došlo. Zašto se danas, 2014. godine, mogu vidjeti psi na Zlatnom ratu kad im tamo nije mjesto, zašto stotine praznih ležaljki, zašto se jahte sidre na zapadnoj strani uz sami vrh plaže, zašto gliseri i skuteri u punoj brzini na 20 metara od plaže, zašto je Zlatni rat još uvijek neograđen i bez kontrole ulaza na plažu, gdje su zaštitari i kontrolni punktovi gdje bi se kontrolirali oni koji ulaze na plažu...itd.

Sa sigurnosnog aspekta Zlatni rat je visoko rizičan „lokalitet“. Činjenica je da se na plaži u srcu sezone dnevno nalazi pet-šest, a možda i više tisuća ljudi pa radi toga sigurnosne mjere trebaju biti na izuzetno visokoj razini. Kontrola mora biti potpuna, jer to danas tako mora biti. Ista pravila važe za sva mjesta gdje se okuplja mnoštvo ljudi: stadioni, koncerti, pa čak i disko klubovi, ili kina.

Nažalost, to je realnost.

U ovom trenutku Zlatni rat treba biti općinski prioritet. Želimo li da Zlatni rat bude i dalje za Bol ono što je bio do sada, mora mu se posvetiti puno više rada, reda i organizacije. Na njemu sve mora biti na razini perfekcije.

Vidova gora je neizbrušeni dragulj. Žičara bi u svakom slučaju bila vrlo korisna i ona bi obogatila turističku ponudu Bola i Brača.

Međutim, visoki odašiljači i prateći objekte - trafostanice (za koje je poznato da nisu bezopasni), nalaze se uz sam rub platoa i na najatraktivnijem su dijelu vidilice. Pitanje je kako će to utjecati na raspoloženje posjetitelja.

Bez obzira na opasnost od zračenja, dali je ili nije, nemoguće je educirati turiste na licu mjesta. Vrlo malo ljudi o tome ima neko znanje. Uglavnom imaju samo – strah.

A strah i ljetovanje ne idu zajedno.

O tome treba dobro razmisliti prije bilo koje akcije te uzeti to u obzir kao rizik koji se u budućnosti može odraziti na loše poslovanje ugostiteljskih objekata koji bi se napravili na platou Vidove gore.

Naravno, prije bilo kakve akcije područje treba definirati i zaštititi od neprimjerene gradnje.

➤ **Klimatski uvjeti**

Klimatski uvjeti su više nego dobri i pogodni su za razvoj turizma i u drugim periodima godine, a ne samo ljeti. Dobrom organizacijom upravljanja odredištem moglo bi se sezonu produžiti od travnja do prosinca iako to ne bi bio nimalo lak posao. Bolu nedostaje mnogo stvari da bi uspješno mogao razvijati predsezonu i posezonu.

Klima nije sama sebi dovoljna.

Činjenica je da se zadnjih godina udarni dio sezone sve više skraćuje i sve manje traje (ove 2014. godine tek nekih dvadesetak dana). To bi u svakom slučaju trebao biti znak za uzburku.

Da bi se iskoristile blagodati klime potrebno je i sve druge sadržaje podignuti na viši nivo. Pitanje je dali se to uopće može napraviti i koliko. Previše je turističkih i trgovačkih subjekata u igri i bila bi potrebna jako dobra koordinacija i volja svih da se u tome pravcu krene.

Drugačije neće ići.

➤ **Kulturna baština**

Kulturna baština je u Bolu jako bogata i to često naglašavamo. Naravno, daleko smo od Trogira, Hvara, Splita, Korčule ili Dubrovnika, ali bez sumnje Bol ima što pokazati. Mnogo crkava i crkvice srednjovjekovnog graditeljstva, gotički dvorac, „piscinu“ na Zlatnome ratu, muzej u dominikanskom samostanu, galeriju Dešković, kuću u kući itd.

Iako su neke crkvice sanirane i popravljene (crkvice sv. Pavla, crkvice sv. Josipa i crkvice sv. Lucije), već duži niz godina kulturna baština se zanemaruje i nije valorizirana kako bi trebalo. Kulturna baština traži permanentno održavanje, a to na području Bola zadnjih godina nije viđeno.

„Piscina“, ostatak gospodarstva nekadašnje vile rustice, najstariji je povijesni objekt na ovim područjima u čiju zaštitu nikad nije investiran ni jedan jedini novčić. Pročelje Lože osim fugiranja traži i primjerenu konzervatorsku akciju, zidovi samostanske crkve već godinama pucaju i vlaga nagriza zidove, galerija Dešković je u tradicionalno lošem stanju, na vratima Paloca (kuće u kući) stoji debeli lanac s lokotom i zatvorena je za

posjetitelje. Murvica kao eko-selo, samostani u njenoj blizini, Zmajeva špilja, pa i Blaca, sve je to jako daleko od prave prezentacije turistima. Općina povremeno odvaja određena sredstva za kulturnu baštinu, ali očito je da nema plan radova i održavanja za duži period kako bi se u kontinuitetu osiguralo održavanje kulturne baštine.

Prezentacija baštine turistima nije čak ni na osrednjem nivou. Ovi objekti su prepušteni pojedinačnim posjetima, nisu propagirani, nigdje se ne naglašavaju i nema koordinacije među glavnim turističkim subjektima na nivou općine.

Nema organizirane vodičke službe koja bi se našla turistima na usluzi, a što bi rezultiralo boljom turističkom ponudom i prezentacijom kulturne baštine Bola.

Tiskanje prospekata i brošura nije dovoljno i turistu treba ponuditi puno više, bolje i sadržajnije.

Bol svoju bogatu kulturnu baštinu treba znalački i dostojno predstaviti. Turist treba osjetiti i vidjeti, a na kraju i osjetiti želju domaćina da mu se pokaže kulturna baština.

➤ **Kvalitetni hotelski smještaj**

Bolski hoteli trenutno nisu loše kvalitete, međutim uskoro bi se to moglo promijeniti. Dakako, vrijeme nosi sa sobom godine, hoteli stare i postaju sve nekvalitetniji. Danas Bol ima samo dva hotela s 4 zvjezdice. Ostali su niže kategorije, a to za odredište kao što je Bol nije dobro.

Svi hoteli su u privatnome vlasništvu. Na to koliko će, kako i kada vlasnik investirati u podizanje kvalitete hotela te kako će se odgovoriti na sve veće zahtjeve tržišta, ne može se utjecati.

S obzirom na činjenicu da su hoteli i hotelijerstvo nisko produktivna djelatnost pitanje je dali će bolski hotelijeri naći interes i sredstva za prilagođavanje svojih kapaciteta novim potrebama i zahtjevima turizma.

Da bi se našao interes u poslovanju hoteli bi trebali raditi mnogo duže nego što danas rade. Ako to nije tako, a u Bolu je upravo takav slučaj, onda se u danima dobrog poslovanja jako podižu cijene turističkih usluga. Nažalost, odredište tada postaje preskupo i to se odražava na poslovanje u godinama koje slijede.

Da bi se smanjili troškovi poslovanja, koji su sada na granicama rentabilnosti, hotelijeri ne zapošljavaju djelatnike na neodređeno vrijeme kao prije, već se oslanjaju na sezonske radnike. To nije dobro kako za turizam, tako ni za domaće stanovništvo koje radi samo 4-5 mjeseci, a onda se „seli“ na Zavod za zapošljavanje. Mora postojati dobra baza stalnih, kvalitetnih, radnika koje „nose turizam na svojim leđima“.

Oslanjajući se na sezonske radnike (uz tek manji broj stalnih radnika) ne može se razvijati čak ni dobar turizam, a o vrhunskom ne treba ni sanjati.

Neosporna činjenica je da mnoga odredišta, domaća i strana, grabe velikim koracima naprijed.

Kako će naši hotelijeri odgovoriti na taj izazov teško je predvidjeti.

Sjetimo se vremena kada je izgrađen hotel „Elaphusa“. Ona je tada bila perjanica hrvatskog hotelskog turizma, bila je nešto novo i moderno, nešto još neviđeno na turističkom tržištu na našim područjima. To je rezultiralo da

se Bol vrlo brzo popeo i zauzeo vodeća mjesta hrvatskog turizma. „Elaphusa“ je bila prva. Nakon nje su izgrađeni „Borak“, „Bretanida“, kasnije i „Bonaca“. Svi su oni (osim „Bonace“) bili u svoje vrijeme objekti najviših standarda.

Nedvojbeno ja da treba biti u trendu i pratiti događanja na tržištu. Jedino to donosi rezultate.

Ako se u tome zaostane teško se vratiti na pravi put.

Ali, izgradnjom novih hotela povećao bi se broj turista koji je već 2007., po podacima Instituta za turizam, za 3000 premašio prag održivosti s obzirom na infrastrukturu, kapacitet plaža itd.

Kako vidimo, to je jedna vrlo povezana tema, jedan labirint iz kojeg nije lako izaći. Ispravnim planiranjem ovaj segment treba dovesti u red i izbjeći opasnost najgoreg oblika masovnog turizama.

➤ **Tradicija razvoja turizma i veliki potencijali za njegov razvoj**

Bol ima jako dugu tradiciju bavljenja turizmom.

Iako treba sve staviti u kontekst povijesnog trenutka, prvi ozbiljniji koraci u pravcu turizma nisu bili najsajniji. Otimanje hotela obitelji Vidošević, a kasnije i hotela Bijela kuća možda jesu bila normalna pojava za ono vrijeme, ali svakako da nisu bila poštena djela.

Dapače, ako bi se izrazili pravim riječima „Zlatni rat“, kao jedna od vodećih turističkih poduzeća u Hrvatskoj, svoje početke zasniva na politici otimačine privatnog vlasništva, što se u vremenu nakon II Svjetskog rata nije tako zvalo i nije se tako doživljavalo. Kako su nam tada objašnjavali, to nije bila otimačina i krađa, već samo bezazleno pretvaranje privatnog u društveno vlasništvo.

Zvalo se to – nacionalizacija.

Nakon toga, bolsko stanovništvo potpuno se posvetilo turizmu i turističkom razvoju. Sticalo se znanje i iskustvo rada u turizmu. Što je najvažnije, stekla se navika življenja uz turizam.

Za Bol se danas može reći da je izrazito turističko mjesto u kojem su druge djelatnosti i aktivnosti domaćeg stanovništva, kao na primjer poljoprivreda, ribarstvo, ili pomorstvo, potpuno zanemarene. Ipak, turizam se bez raznih pratećih djelatnosti, koje nisu izvorno turističke djelatnosti, ne može ispravno razvijati. Na primjer, auto-servis svakako nije turistička djelatnost, ali turizam ga treba isto koliko i restoran ili plažni prostor.

Bol ima dobru bazu znanja i prakse u turizmu i to ne bi trebalo izgubiti.

Oslanjanjem na radnike sezonskog tipa ovo se polako mijenja. Iako to ne izgleda tako, domaće se stanovništvo udaljava od turizma. Biti danas zaposlen u turizmu znači raditi tek nekoliko ljetnih mjeseci (naravno, pod uvjetom da se posao dobije).

Svakom poslu, kojega čovjek odabere kao svoj životni poziv, treba se posvetiti u potpunosti, te se u njemu treba usavršavati i raditi kontinuirano kroz cijelu godinu. U sadašnjim uvjetima, kada nakon završene sezone čovjek ne zna hoće li raditi i dogodine, na kojem radnom mjestu i za koliku plaću, treba zaboraviti na stvaranje dobrog kadra.

Turizam se može razvijati, mogu se stvarati raznorazni novi sadržaji i graditi objekti, ali uz to mora ići i ovo drugo gore spomenuto. Mora postojati kvalitetna baza turističkih djelatnika domaće populacije, stručno obrazovanih za rad u raznim djelatnostima turističke struke.

Nažalost, ne možemo reći da je Bol na dobrom putu, a to će se dugoročno jako loše odraziti na kvalitetu bolskog turizma.

➤ **Gostoljubivost**

Uvijek je bilo tako. Čitajući stare knjige i zbornike može se vidjeti da smo takvi bili i prije više od 500 godina kada se u Bol i na Brač doselilo mnogo ljudi iz unutrašnjosti bježeći pred Turcima. Knjige kažu da su bili jako dobro primljeni, ali i da su se oni vrlo korektno ponašali te da su brzo prihvatili novu sredinu i nove običaje.

Takvi smo bili i 60' i 70' godina prošlog stoljeća kada smo rado primali ljude iz svih, a naročito iz onih istočnih republika ondašnje Jugoslavije. Uvijek smo bili gostoljubivi i davali najbolje što smo imali.

Turizam je sa sobom donio i veće novčane prihode, a oni su polako podizali standard življenja. Dali je naša gostoljubivost u zadnjih pola stoljeća izraz genetskoga karaktera i „coda“ naše domaće populacije, ili smo samo na vrijeme shvatili da gostoljubivi moramo biti, htjeli mi to ili ne htjeli, odnosno da je to garancija našeg boljeg standarda. Izgleda da smo ipak na vrijeme shvatili osnovni postulat turizma - da je ljubaznost i gostoljubivost garancija našeg opstanka.

Ipak, ostat će vječito pitanje: uolikoj je mjeri naša gostoljubivost bila prirodna, a koliko je bila proračunata u odnosu na korist koju smo od nje imali?

U svakom slučaju, izuzetna gostoljubivost je i danas karakteristika Bola i Boljana.

Moglo bi se reći da ipak nije na onoj razini kao na početku turizma. Postoje brojna svjedočanstva što se i kako radilo u tim počecima, kako se pristupalo gostima i sl.

Danas je ta gostoljubivost prilično materijalizirana, prešla je u šablonsko ponašanje i izgubila se ona veza domaćin-gost o kojoj smo dosta slušali, a oni nešto stariji su tome svjedoci. Doduše, i turisti su se promijenili, kratko se zadržavaju, dva-tri dana i već putuju dalje. U tih par dana boravka u nekom domaćinstvu, prisniji kontakt domaćin-turist ne može se ni ostvariti. Čak ni lokalni „galebovi“ više ne postoje, jer u tako kratkom vremenu od dva-tri dana ne uspijevaju ostvariti željeni kontakt sa turistkinjama. Moglo bi se reći ono poznato – „veliki promet, mala zarada“ pa su i oni odustali od svojih aktivnosti.

Ta tradicionalna gostoljubivost ne bi se trebala izgubiti, ili spustiti na nižu razinu. Ona je jedan od temelja turizma.

Ipak, bez obzira na potrebu gostoljubivosti ne smije se zaboraviti na dostojanstvo. I u tome treba naći mjeru.

Dopustiti turistima da skoro goli, imajući na sebi samo oskudne kupaće kostime, ulaze u trgovine, pekarnice, apoteke, pa čak i u crkve, ne znači bit gostoljubiv.

To znači izgubiti dostojanstvo.

➤ **Dostupnost zračne luke**

Imati zračnu luku u blizini znači imati jedan od osnovnih preduvjeta za razvoj turizma. Bez aerodroma nema budućnosti za razvoj modernog turizma kakav bismo željeli. On bi trebao biti osnovni preduvjet za produženje sezone.

Aerodrom Brač je zadnjih godina bio predmet mnogih rasprava. Bio je na rubu zatvaranja i oko njega su se vodile mnoge zakulisne igre. Izgleda da je igri konačno došao kraj i da se stvar konsolidirala. Novi direktor zračne luke, nesumnjivo veliki znalac svoga posla, garancija je dobrih namjera i bolje budućnosti aerodroma.

Promet se mora podići prvo na nivo potpune rentabilnosti, a kasnije i više. Aerodrom koji donosi gubitke nije dugoga vijeka.

Veliki posao stoji pred novim rukovodstvom, ali i pred ostalim turističkim subjektima Bola. Svi bi morali dati nesebičnu podršku da se aerodrom održi i da posluje uspješno.

➤ **Prepoznatljivost gospodarskih aktivnosti – kamen, vinogradarstvo, maslinarstvo**

Nažalost, u Bolu nema nikakvih gospodarskih aktivnosti osim turizma. Sve drugo je minorno i nije vrijedno spomena.

Na području Bola i okolice ne bere se kamen pa nema ni kamenoklesarskih radionica.

Vinogradarstvo je također uglavnom zapuštena djelatnost kojom se još bavi samo nekoliko mještana. Nekima od njih je vinogradarstvo djelatnost kojom se, uz turizam, usputno bave.

Istina je da su zasađene velike površine novih nasada vinove loze, da je obnovljen i moderniziran stari podrum u mjestu i da je u planu gradnja većeg podruma, ali to je sve u vlasništvu jedne osobe. Vinogradarstvo nije djelatnost za koju se može reći da je nekakva privredna aktivnost, odnosno da se ljudi u Bolu bave vinogradarstvom te da od toga ostvaruju značajnije prihode. Danas je bavljenje vinogradarstvom u Bolu tek dio obiteljske tradicije koju mnogi doživljavaju tek kao rekreaciju u prirodi.

Mislim da se vinogradarstvom kao osnovnom djelatnosti bavi samo dvoje-troje mještana, odnosno obitelji, što ni izdaleka nije dovoljno da bi se to smatralo kao gospodarska djelatnost.

Maslinarstvo je u istom statusu. To je usputna djelatnost kojom se prikraćuju dugi zimski mjeseci. Maslinarstvo u našim uvjetima može jedino tako ostati i opstati, tek kao zabava i razonoda onih mještana koji imaju tridesetak, ili nešto više stabala.

Maslinarstvo je od prije otprilike 20-25 godina postalo poljoprivredni hit, isto kao što su svojevremeno bile višnje, pa onda kivi i mandarine.

Razni štetnici, kiše, ili suše, već godinama drastično reduciraju urod pa su mnogi razočarani u bavljenju maslinarstvom. Ni u onim dobrim i rodnim godinama ne nalazi se neki posebni ekonomski interes.

Maslinarstvo je danas u Bolu (kao i vinogradarstvo) djelatnost na nivou rekreacije, rasonode i želje da se u prirodi provede neko vrijeme. Kao i u vinogradarstvu, samo se za nekolicinu boljana može reći da se maslinarstvom bave značajnije.

➤ **Murvica**

Murvica je izuzetna. Za onoga tko zna gledati ona je raj na zemlji.

Murvica je bila teška i u njoj nije bilo lako živjeti. Ljudi su se iz Murvice doseljavali u Bol, tako da danas u Murvici živi tek nekoliko stanovnika koje bi se trebalo zvati - sretnicima.

Nadam se da oni to i jesu, te da se upravo tako osjećaju.

Ako bi se u Murvicu želio ponovno vratiti život, doslovno sve kuće bi trebalo renovirati. Kako nijedna kuća nema prilaz vozilom, dovoz materijala bit će veliki problem. Naravno, ništa nije nemoguće. Današnja tehnologija ima rješenja za sve probleme. No, to će uvijek biti veliki problem koji će poskupiti projekt obnove pa je teško očekivati da će se netko od sadašnjih vlasnika u tako velike troškove i investicije upustiti.

Murvica bi nažalost mogla biti - prodana.

Ako se to dogodi, u Murvicu će doći živjeti neki drugi ljudi koji će imati novaca, ali koji Murvici neće pripadati ni demografski, ni povijesno, ni zemljopisno. Da bi mjesto kao što je Murvica imalo dušu, u njemu treba živjeti njeno autohtono stanovništvo.

Murvica u kojoj će živjeti (i to samo ljeti) Rusi, Norvežani, ili Poljaci neće biti Murvica.

Danas se to događa Dubrovniku, ali još je izrazitije u Kotoru i Svetom Stefanu u susjednoj Crnoj gori. Unutar zidina Dubrovnika danas živi još samo oko 800 Dubrovčana, a grad zimi izgleda sablasno. Danas je Dubrovnik, odnosno njegova stara jezgra, ili jednostavno „Grad“ kako ga Dubrovčani nazivaju, grad bez ljudi koji je potpuno izgubio svoju dušu.

Dali je moguće naći drugi, pravilniji model vodeći računa da se ovo ne dogodi?

Sigurno da je moguće, trebalo bi raditi na tome i naći najbolja rješenja. Ne treba žuriti već napraviti dobar plan i dobru „strategiju“ koja bi prvenstveno stimulirala i potaknula lokalno stanovništvo na povratak djedovini. Osnovni uvjeti su stvoreni: voda, strija, cesta. Treba nastaviti.

Kako Murvica ima status eko-sela i pod posebnom je paskom konzervatora pa se može očekivati da će dobrim dijelom sačuvati svoju izvornost i ljepotu.

Prodati selo strancima najgora je varijanta.

Urediti selo, oživjeti ga sa svojim domicilnim stanovništvom, a onda, nakon toga, pojedine stambene jedinice urediti kao ekskluzivne turističke objekte - sasvim je nešto drugo.

Prodaja nekretnina je put bez povratka.

➤ **Identitet Bola i okruženja**

Ljepota Brača prepoznata je u turističkim krugovima i otok danas kao cjelina jako visoko kotira. U mnogim turističkim anketama na svjetskoj razini Brač se prikazuje kao jedno od mjesta najpoželjnijih za življenje.

Bol je jedno od najljepših bračkih mjesta koje ima snažnu osobnost spoja mora, priobalja i zaleđa. Klima je vrlo udobna i uravnotežena. Najsnažniji identitet Bolu daju njegove osunčane i čiste plaže koje su se smjestile u skoro svim uvalama njegovog priobalja. Barjak ljepote i originalnosti visoko vije predivni Zlatni rat koji je istinski simbol Bola i identitet koji nas predstavlja u turističkom svijetu.

Upravo zato što nas Zlatni rat tako snažno predstavlja svijetu, nalazi se pod povećalom te mu treba pristupati krajnje oprezno.

Zlatni rat mora donositi prihode, tu nema dvojbe. Međutim, da bi i dalje imao visoki renome i bio ono što je bio do prije nekoliko godina, treba se udaljiti od neprimjerene komercijalizacije tog prostora koja je danas, može se slobodno reći - vašarskoga tipa.

Bol ima identitet i ne treba ga bezglavo i nepromišljeno uništavati.

➤ **Relativno dobra mreža zdravstvenih i socijalnih institucija**

Praksa pokazuje da to nije tako. Dapače, potpuno je drugačije.

Mogli bismo reći da je zimi, kada u mjestu živi samo oko 1400 stanovnika, zdravstvena zaštita u redu i da nova reorganizacija zdravstvene zaštite i prve pomoći zadovoljava potrebe nevelikog broja stanovnika kako otoka tako i Bola.

Međutim ljeti je situacija dijametralno suprotna. U Bolu u pojedinim mjesecima dnevno boravi i desetak puta više ljudi nego zimi. Aktivnosti turista su različite i uglavnom su vezane uz raznorazne sportove i relaksaciju na moru, planinarenje, biciklizam itd. Opasnost od ozljeda su velike i svakodnevno se događaju. Raznolikost ozljeda i potrebe za liječničkim intervencijama javljaju se svakodnevno: od običnih bezazlenih uganuća zglobova pa do ugriza zmija, teških padova, ozljeda u prometu, utapljanja itd.

Vrlo važan segment turizma je dobro organizirana primarna zdravstvena služba i ona bi na razini „prve pomoći“ trebala funkcionirati besprijekorno. Nažalost to u Bolu ne funkcionira kako treba.

Svako ljeto imamo po nekoliko bizarnih primjera loše organizacije i nefunkcioniranja zdravstvene službe.

Osoba koja se ozlijedila, ili zbog nekog drugog zdravstvenog razloga treba hitnu liječničku pomoć svakako nije imala sreće. Iako to tako ne bi trebalo biti, tek tada, nakon takvog događaja, čovjek treba imati sreće. Od toga gdje je i na kojem je trenutno zadatku medicinski "Tim 2", zavisi kako će i koliko brzo unesrećeni biti medicinski zbrinut.

Ako je "Tim 2" u blizini može se reći da je ozlijeđeni imao sreće.

Hotelijeri ugošćuju tisuće turista, zapošljavaju na desetke radnika, diče se zvjezdicama i svekolikom ponudom, ali nažalost, ne zapošljavaju liječnika,

ili bar kvalificirani tim za pružanje prve pomoći. To je nekad bila praksa, danas više ne.

U turističkom naselju, u kojem se nalazi i po nekoliko tisuća ljudi, mora postojati zdravstvena služba koja je spremna intervenirati u nekoliko minuta i koja treba biti u „non-stop“ dežurstvu od 00 - 24.

I kao što rekoh, svakog ljeta imamo po nekoliko slučajeva, čak i sa smrtnim posljedicama, koji nas upućuju i govore da sistem ne funkcionira kako treba. Nažalost, prelazi se preko toga, prešućuje, o tome se niti govori niti piše već se namjerno gura pod tepih.

Na našem lokalnom portalu nema događanja za rubriku „Crne kronike“. Sve je med i mlijeko, cvijeće, rekordi, priznanja, pohvale, ples, fešte, vatrometi i odlična organizacija. Nema prave kritike i ukazivanja na ono što ne valja, a što bi svakako potaklo odgovorne na bolji rad.

Najsvjetlija točka našeg zdravstva svakako je ljekarnička služba koja radi besprijeekorno i koja bi trebala biti uzor dobrog rada i dobre organizacije.

Također treba pohvaliti helikoptersku službu jer rade jako dobar posao. Međutim, oni su zaduženi za onaj završni dio prijevoza (sa otoka na kopno) i to u onim najhitnijim slučajevima.

Dakle, ono što nije dobro i što treba svakako podignuti na nivo kakav zaslužuje visoko pozicionirano turističko odredište kakvim se Bol predstavlja je – hitna i primarna zdravstvena zaštita.

➤ **Loše upravljanje prostorom i razvojem općine. Zasićenost prostora, neplanska gradnja, zasićenost prostora**

Loše upravljanje prostorom je više nego evidentno. Traje to već oko 25 godina. U prošlih nekoliko godina nagrade i plakete su se nizale jedna za drugom i bilo ih je više nego u ijednom periodu prije toga.

Pitanje je kako je to moglo ići jedno sa drugim. Kako to da na jednoj strani imamo potvrdu o „izvrsnosti“, a u isto vrijeme nas stručnjaci upozoravaju da loše upravljamo i da loše razvijamo općinu.

Naravno, to bi se to moglo objasniti, ali to je jedna sasvim druga tema.

Dugogodišnja strategija općine je bila da uopće nema strategije, a ne bi je bilo ni danas da to zakonodavac od nas ne traži. Loše gospodarenje prostorom vidljivo je na svakom koraku. Masovna izgradnja zgradurina sa bezbrojnim apartmanima dovela je Bol do neprepoznatljivosti. Bol je danas izrazito prekapacitiran, što za posljedicu ima drastično opadanja turističkog prometa i prihoda domicilnog stanovništva. Naravno, ni oni koji su izgradili takve objekte sa po 30-40 apartmana nisu se jako usrećili, jer nema očekivanog prometa. Da bi se broj gostiju mogao povećati, potrebno je da i sva ostala infrastruktura ide u korak sa razvojem, a to u Bolu nije tako.

Teško je to točno odrediti, ali najvjerojatnije Bol ima smještajne kapacitete za cca 10000 - 11000 gostiju. Mnogobrojni stanovi građeni sa prvotnom namjerom da budu prodani, sada se iznajmljuju kao apartmani. Mnogi se čak ni u takve svrhe ne koriste već jednostavno stoje zaključani u „stand-by angažmanu“. Nebrojeno stanova koji su kupljeni, ljeti se iznajmljuju, a njihovi vlasnici ih koriste tek povremeno, uglavnom u predsezoni ili posezoni. Mnogo toga se iznajmljuje „na crno“.

Tek 2013. godine radovima na postavljanju novih kanalizacijskih cijevi i popločavanjem rive počeli su radovi za koje bismo mogli reći da su nešto ozbiljniji. U međuvremenu Bol je uprihodio ogromne novce koji se nisu investirali i usmjerili na pravi način.

Svih ovih prošlih godina trebalo je napraviti puno više nego se napravilo.

Nažalost, Bol nije imao ni plan, ni ideju, ni organizaciju, ni viziju. Nije imao ljude koji su bili u stanju povući kola razvoja kao što je to bilo u nekim ne tako dalekim vremenima. Bol je došao na razinu turističkog razvoja kada je ponestalo zanosa, a privatizacijski rezultati razočarali su i rezignirali domicilno stanovništvo.

Samo je jedna jezgra pametnih, domoljubnih i radnih ljudi, ljudi potpuno odanih Braču i Bolu, mogla napraviti iskorak prema boljitku.

Nažalost, takve jezgre nije bilo i Bol se zapetljao u međustranačko-privatizacijske zavrzlake što se vratilo kao bumerang i rezultiralo općom stagnacijom u razvoju općine.

I ono za što se može reći da su novi sadržaji, odnosno da je ono što je poboljšalo turističku ponudu općine Bol, rezultati su privatne inicijative i privatnih ulaganja.

Donošenje prostornog plana traje dugo i predugo sa nebrojenim preinakama i doradama koje još traju. U međuvremenu stvari su se toliko zakomplicirale da je upitno dali će taj plan biti u mnogim dijelovima uopće izvediv i dali će ispuniti svoju svrhu.

Jednom riječju, izgubljene su mnoge godine u kojima se u Bolu malo toga napravilo na planu razvoja općine. Građevinski lobi je radio i gradio, a političke strukture su vodile i upravljale mjestom kako su znali i umjeli. U isto vrijeme domicilno stanovništvo koje je gradilo i uzdizalo Bol i koje je stvaralo bolski turizam, umorilo se i ostarjelo.

Nažalost, oni najbolji i najvrjedniji su nas zauvijek napustili.

Politika i pravilan razvoj ne idu zajedno, a upravo danas to imamo skoro u svim sredinama. Bol u tome nije iznimka. Politika je previše prljava i kompromitirana da bi se od nje moglo nešto suvislo očekivati.

Dali se u Bolu stanje može uopće popraviti i koliko, veliko je pitanje. Neke štete su nepopravljive. Prvi preduvjet za bilo kakve konkretne korake u tome pravcu je da se politika potpuno isključi iz „teme“. Politiku i političare ne treba ništa pitati jer oni nisu kompetentni da daju odgovore na tako važna pitanja.

Pitati treba jedino stručnjake koji znaju što i kako treba raditi.

Ako trebamo znanje o turizmu o budućem razvoju te što i kako dalje (a to nas konkretno najviše zanima), postoje turistički stručnjaci kojima je to životni poziv i koji su tome poslu posvetili svoj život.

Pretpostavljam da bi nam rado pomogli.

I naravno, treba se pridržavati zakona i zakonskih odluka. Zakon je osnova reda u svakoj državi i u svakom društvu.

Na zakonu počiva svako gospodarstvo i svaka djelatnost, pa tako i ona turistička.

➤ **Lokalna prometna infrastruktura**

Generalno govoreći, može se reći da su glavne prometnice asfaltirane, ili betonirane. Osim onih nekoliko važnijih prometnica koje su uglavnom u dobrom stanju, održavanje manjih mjesnih ulica i kaleta nije na istom nivou. Mnogobrojne rupe ne traže veliki rad da bi bile sanirane, ali očito se o tome ne vodi puno računa.

Glavni cilj je uređenje centra mjesta, odnosno rive. Za to se odvajaju velika sredstva i svakodnevni rad. Središnji dio mjesta ljeti se pere svako jutro što je naravno za svaku pohvalu, ali je isto tako za svaku osudu da se druge ulice ne peru nikada, a morale bi.

Bol je betoniranjem tradicionalnih kaleta sa malim skalinama narušio sklad bračkog i dalmatinskog mjesta. Želja da se do svakog portuna može doći sa motorom ili automobilom, uništila je vizure mnogih lijepih kaleta i ulica nekad popločenih kamenim pločama. Danas bolske ulice izgledaju potpuno bezlično, nemaju duh malog priobalnog mjesta i turistički su potpuno neatraktivne.

Ipak, u nekim boljim vremenima mogao bi im se vratiti izgled kakav su imali prije.

Parkirališta nema nigdje pa su prometna zagušenja redovita pojava. Dapače, u planovima razvoja ne vide se prava rješenja. Bol nema širinu prostora oko centra gdje bi se parkiralište klasičnog tipa moglo napraviti. U ovakvim situacijama jedina rješenja su auto-garaže za koje se u prostornom planu nije našao adekvatan prostor. Čak ni ona na području Poljane (iako jedina moguća) nije sretno izabrana lokacija. Javna garaža uz hotel visoke kategorije ne čini se kao sretno rješenje.

I druga lokacija, ona na ulazu u mjesto na području sadašnjeg parkirališta, previše je udaljena od mjesta i vjerojatno neće biti prihvaćena za dnevne potrebe parkiranja.

Nažalost, parking u javnim garažama redovito je jako skup pa ga vlasnici vozila nerado koriste. Dakako, javne garaže bi bile dobra rješenja, ali uz uslugu po prihvatljivim cijenama. U protivnom će izazvati negativan turistički učinak.

Možda bi se moglo reći da je Bol, što se tiče rješavanja prometne gužve, u bezizlaznoj situaciji.

Dugogodišnji problem prometnih gužvi uzrokovan ulaskom kamiona u uži centar mjesta zbog snabdijevanje prodavaonica, ne bi trebao bit problem i za pretpostaviti je da će se to vrlo skoro riješiti korištenjem manjih električnih dostavnih vozila na način kako se to radi i u drugim mjestima.

➤ **Nedovoljno raznovrsna turistička ponuda, neaktivni proizvod**

U Bolu nikada nije bilo neke značajnije ponude van turističkog smještaja. Dapače, moglo bi se reći da je to bila karakteristika našeg kraja. Domaće stanovništvo opredijelilo se samo na nuđenje smještaja i nije bilo nikakve želje za bavljenje nečim drugim. Najveći krivac za to je tadašnje društveno uređenje koje je bilo takvo da se nevoljko davala suglasnost za ikakve privatne aktivnosti. Godinama je restoran „Jadranka“, gospodina Tonka Karmelića, bio jedini privatni ugostiteljski objekt.

Iznajmljivanje soba, a kasnije apartmana, pokazalo se kao najlakši izvor prihoda u turizmu za domaće stanovništvo. Bol je tada nudio more, sunce, plaže i lijepo podneblje. Pola obitelji radilo je u Zlatnome ratu, a druga polovica se bavila iznajmljivanjem svojih soba i apartmana.

Svaka druga turistička djelatnost tražila je puno više rada i neizvjesnosti u poslovanju.

Tek se zadnjih godina nešto pomaklo sa mrtve točke, ali sve je to vrlo stereotipno sa malo pozitivnih iznimaka.

Uglavnom se sve svodi na kopiranje pa tako na primjer kada se otvore dvije fast-food prodavaonice, za 3 godine taj broj odmah naraste na šest. Broju štandova koji svi imaju isti asortiman kineske plastične galanterije ne zna se broj, svi restorani imaju uglavnom istu gastronomsku ponudu itd.

Pomaka ka boljem ima, ali se ide vrlo polaganim koracima.

Međutim, i te pomake uglavnom rade osobe koje nisu stalnim boravkom vezani za Bol, dok je u isto vrijeme domicilno stanovništvo prilično rezervirano i teško se upušta u rizike nuđenja nečeg novog što bi obogatilo turističku ponudu.

Općinske vlasti i turistička zajednica trebale bi razraditi plan proširenja kako turističke tako i druge ponude te nuđenjem raznoraznih pogodnosti stimulirati domicilno stanovništvo da se to i ostvari.

Takve stvari se u svijetu rade i to nije nikakav novitet. Općinskim vlastima je dužnost da takve stvari rade i da na taj način planski razvijaju mjesto.

➤ **Nedostatak zabavnih, kulturnih i trgovačkih sadržaja**

Ovdje nedostaje još i - sportskih sadržaja. Ali ima i viška riječi – kulturnih.

Po ovome je vidljivo da gospoda iz Cerado centra nisu napravili dobru analizu stanja, već su uglavnom prepisivali stanje iz 2007, kada je što se kulture tiče ovo bila istina.

Ako govorimo o zimi u Bolu, onda se može reći da nedostaje svega, pa i ovoga što je u naslovu.

Ako pak govorimo o ljetnom periodu, onda se ne bi moglo reći da kulturnih sadržaja nedostaje. Centar za kulturu koji organizira kulturna događanja jedna je od svjetlijih zvjezdica na bolskom turističkom nebu. Kulturnih događanja ima svakodnevno i dobro su raspoređena tijekom trajanja ljetne turističke sezone.

Zabavnih sadržaja skoro da i nema, a pokušaji da se nešto napravi kao na primjer već tradicionalne ribarske večeri četvrtkom, ili preglasna muzika ispred Lože odišu neukusom i primitivizmom. Sa ovakvim načinom zabave u vrhunski, ili kako to volimo reći - elitni turizam, se ne ide.

Ovaj zabavni dio treba dobro osmisliti na način da sve strukture gostiju mogu naći željenu zabavu.

Trgovačkih sadržaja u Bolu gotovo da i nema i to je veliki problem koji će se rješavati polako i trajat će mnogo godina. Bol zimi nema toliko populacije, i ne gravitiraju mu okolna mjesta da bi mogao imati otvorene trgovačke radnje i u tom periodu. Tu izlaz može biti samo u državnom programu za ovakve otočne sredine na način da im se ukinu raznorazna davanja koja im opterećuju zimsko poslovanje do te mjere da ga čine potpuno neisplativim.

Naravno i općinske vlasti bi u ovome trebali sudjelovati na svoj način te bi planski trebale poticati otvaranje novih radnji s novim trgovačkim sadržajima.

➤ **Neiskorišteni resursi otoka**

Brač je relativno veliki otok sa velikim resursima i velikim mogućnostima. Udaljen je od kopna upravo onoliko koliko je najbolje da bude. Ni previše, ni premalo.

Kamenarstvo je tradicionalna gospodarska djelatnost koja je u zadnjim godinama jako puno izgubila na značaju. Prljave igre oko „Jadranskamena“, glavnog stupa bračke kamene industrije, unazadile su ovu prepoznatljivu i naširoko poznatu bračku djelatnost, a broj obitelji koji od branja i obrade kamena žive sveden je na vrlo mali broj.

U poljoprivredi mogućnosti otoka su toliko velike da bi mogao zadovoljavati svoje potrebe čak i u vrijeme turističke sezone. Ovo se naročito odnosi na neke naše tradicionalne povrtlarske i voćarske proizvode, a koje se trenutno uvoze.

Eko-proizvodnja je danas jako popularna i ima veliku budućnost. Brač je nezagađen otok, nema industrije, a poljoprivrednih površina ima više nego dovoljno. U tome smislu ima velike potencijale i sa projektima takve vrste ne bi trebalo čekati ni dana.

Područje oko Bola je neiskorišteno u smislu poljoprivrede i u tome smislu bi se mogao napraviti veliki iskorak.

Dakle, glavni neiskorišteni resursi otoka Brača su poljoprivreda i već izvrsno „brendirana“ – kamenoklesarska industrija.

Dakako, tu je i turizam koji bi se trebao značajnije razvijati, kako u malim bračkim priobalnim mjestima, tako i u selima u unutrašnjosti otoka.

Brač bi trebao imati zajedničku strategiju razvoja. Pokazalo se da ovakav sistem sa 13.000 ljudi razjedinjenih u sedam neravnomjerno razvijenih općina, uopće ne funkcionira. To nije dobro za otok u cjelini, ali ni za one sredine koje trenutno svojim razvojem odskaču od ostatka otoka (Bol, Supetar).

Samo jaki i ravnomjerno razvijeni Brač sa cjelovitom ponudom može imati snagu nastupa na turističkom tržištu. Otok mora nastupati kao cjelina, a onda u svojim nastupima propagirati i izdvajati pojedine svoje sredine.

Mnoga vrlo lijepa bračka mjesta nemaju ni sredstava ni mogućnosti da bi se reklamirala i kao takva nikad sebe neće prezentirati turističkom tržištu. Ta mjesta treba izdignuti i treba im pomoći u tome. Brač ima velike mogućnosti razvoja, ali samo ako će nastupati zajedno.

Ovakva razjedinjenost kakva je sada ne vodi u boljitak.

➤ **Nedovoljna suradnja javnog i privatnog sektora**

Ovo ne funkcionira ni u jednoj sredini u Hrvatskoj pa nije za očekivati da bi u Bolu bilo drugačije.

Ono što je nekada bila kompaktna cjelina koju su generacije turističkih zanesenjaka sa ponosom stvarali, razdijeljeno je i prodano u naletu vala

privatizacije. „Zlatni rat“ kao firma više ni imenom ne postoji. Sve što je vrijedilo i što nije vrijedilo, prodano je. Novi vlasnici, popularno zvani – „privatnici“ organizirali su poslovanje onako kako im najbolje odgovara gledajući da ostvare što je moguće veći profit. To im, na kraju krajeva, nitko ne bi ni trebao zamjeriti.

Njihov je rad sezonskog karaktera, uglavnom nisu iz Bola i uopće nemaju potrebu pojaviti se zimi u Bolu ni na dan-dva, a kamoli surađivati sa javnim sektorom. Danas oni rade na čistom trgovačko-kapitalističkom principu i teško je uspostaviti bilo kakvu suradnju, pogotovo ako ta suradnja ne ide u izravnu korist vlasnika tih objekata. Njima je hotel, restoran, slastičarnica ili slično, samo sredstvo za privređivanje i sredstvo za stvaranje profita. U principu, ne osvrću se mnogo na druge, rade, zarađuju a suradnja sa javnim sektorom nije im čak ni sekundarni cilj.

U vremenima „Zlatnog rata“ sve je to bilo puno drugačije i ta suradnja je bila na vrlo velikoj visini. Može se reći da je firma bila motor razvoja cijelog mjesta, kako u financijskom tako i u organizacijskom smislu. „Zlatni rat“ i Bol živjeli su život u simbiozi te su se izvrsno nadopunjavali.

Danas na takav odnos privatnog i javnog sektora treba zaboraviti.

Ono malo domaćih privatnika koji bi možda i bili spremni na suradnju nisu toliko moćni da bi bili značajniji partner javnom sektoru.

Iako treba pokušavati, teško da se na ovom planu mogu napraviti značajniji pomaci u dogledno vrijeme.

➤ **Izrazito kratka sezona**

Prije ne tako davno udarni dio turističke sezone bili su mjeseci srpanj i kolovoz. U periodu od 20. srpnja pa do 25. kolovoza u Bolu nije bilo slobodnog ležaja i turistima se savjetovalo da ne dolaze ako nemaju rezerviranu sobu ili apartman. Za one prekobrojne koji bi ipak došli plaže su bile jedini alternativni smještaj. Na njima je uvijek bilo mjesta.

Taj središnji dio sezone polako se smanjivao te danas traje od 05. – 20. kolovoza i to je vrijeme za koje bismo mogli reći da je srce sezone. Nažalost, ni u tome periodu svi turistički kapaciteti nisu popunjeni, a vrijeme kada se u Bolu tražio „krevet više“ više se nikad neće ponoviti. Bol je prekapacitiran do te mjere da i u danima najvećih ljetnih turističkih špica uvijek ima slobodnih apartmana.

Ipak, mogli bismo reći da se nije sezona toliko smanjila koliko su se povećali smještajni kapaciteti.

Primjerom rečeno: kada u malu bocu od 200 mililitara ulijemo 200 mililitara neke tekućine, onda je ta boca dupkom puna. Ako istu količinu tekućine ulijemo u bocu od jedne litre, tada je ta boca puna samo jednu petinu i skoro da je - prazna.

Ne bi se moglo reći da gostiju nema. Gostiju ima, ali pretjerana „apartmanizacija“ dovela je do toga da su se oni raštrkali po mjestu koje je u međuvremenu više nego udvostručilo svoje smještajne kapacitete.

Bez obzira na to, sjećajući se nekih prošlih sretnijih godina i gledajući Bol danas, izvjesno je da gostiju u mjestu nema kao prije i da je broj šetača

uvečer na rivi (koja je najbolje mjerilo popunjenosti mjesta) drastično manji nego je bio.

Iako nas evidentičari broja gostiju uvjeravaju da smo lani brojem gostiju (510.000) premašili rekordnu 1988. to zasigurno nije točno. Sve do uvođenja paušalnog plaćanja poreza na apartmane, broj neprijavljenih gostiju bio je ogroman. Točan broj se naravno nikad neće znati, ali za pretpostaviti je da privatna domaćinstva nisu prijavljivala ni pola turističkog prometa. Kretanje turističkih inspektora pomno se pratilo te se rijetko događalo da se u domaćinstvima nađu neprijavljeni turisti.

Danas je plaćanje poreza na apartmane drugačije regulirano pa nema razloga da se gosti ne prijavljuju. Zbog toga su i evidencije točnije.

Možda bismo voljeli da je tako, možda bi nas to veselilo i činilo nas ponosnima, ali nažalost, brojem turista mi još nismo premašili tu rekordnu 1988. i nema razloga za slavlje.

Za produljenje turističke sezone potrebne su u Bolu mnoge promjene i o tome je u gornjem tekstu bilo govora. Nije dovoljna samo luka nautičkog turizma, ili žičara, a ni „selo pisaca“. Broj turista koji bi se, ili će se, zbog toga povećati neznatan je i nije vrijedan spomena. Špicu turističke sezone uspjeli smo u vrlo kratkome roku srozati na samo - 15 dana. Da bi se taj dio sezone vratio na onaj broj dana kako je to nekad bilo - dugačak je put. Produljenje špice sezone na 2 mjeseca sa još makar 4-5 kvalitetnih i profitabilnih mjeseci predsezone i po-sezone, danas izgleda kao nemoguća misija.

Očito je da sezona zadnjih godina ima tendenciju pada, odnosno skraćivanja. Očito je i to da cijene smještaja u Bolu, ali i sve one druge, rastu proporcionalno skraćivanjem sezone. Sada funkcioniramo na principu „živog pijeska“ – što se više koprcamo i mičemo, dublje propadamo.

Kako to spriječiti?

Kako produljiti sezonu ako ugostitelji ne rade, ako pekarnice zatvore dućane, ako hoteli zatvore svoja vrata i ako to isto bude učinio aerodrom...

Da bi se o tome raspravljalo prvo treba imati zajedničku želju da do toga dođe, a onda i uključivanje svih turističkih subjekata ka ostvarivanju toga cilja.

Pitanje je - kolika je uopće želja.

➤ **Sezonska orijentacija turizma**

Bol ne može razvijati nikakav drugi vid turizma (koji bi bio profitabilan) osim ljetnog turizma. Aspiracija ka razvoju zimskog turizma bilo je i prije (lovni turizam), a kako nije bilo osobitog uspjeha od toga se brzo odustalo. Danas, nakon privatizacije hotela i kada je mjerilo profita postalo jedino mjerilo isplativosti, teško je za očekivati da bi zimski turizam mogao zaživjeti.

Istina, Bol ima preduvjete za tako nešto i nije da se ne bi moglo, ali želje, priče i fantazije su jedno, a realnost da se to ostvari je nešto sasvim drugo. Postoji mogućnost da neka domaćinstva budu imali turiste i u zimskim mjesecima (nekoliko takvih primjera imamo i danas u Bolu), ali teško da bi to mogla biti raširenija pojava.

Hotelijeri su danas koncentrirani isključivo na ljetnu turističku sezonu i na njeno lagano produljenje. Trenutno se to svodi na organiziranje teniskih turnira i kongresnih okupljanja koji imaju vrlo malu pozitivnu ekonomsku računicu i profitabilno su vrlo upitni. Sve upućuje na to da profita od ovakvih događanja uopće nema, dapače da imaju samo gubitke, i da se to održava isključivo iz propagandnih razloga.

Udaljenost Brača od zapadnoeuropskih zemalja, i izoliranost Bola na južnoj strani otoka, također su velike kočnice u tome pravcu.

Trenutno ne postoji veliki interes za zimovanje u turističkim mjestima koja su deklarirano ljetna odredišta kakav je Bol. Ono malo gostiju koji su zainteresirani za takav vid turizma i mogu si ga priuštiti, a to su uglavnom penzioneri iz zapadnoeuropskih zemalja, radije biraju gradove sa povijesnim pečatom i ona manja odredišta koja su im bliža. Tako će na primjer uvijek Split, Trogir, ili Dubrovnik biti turistima primamljiviji nego neko izolirano otočno mjesto kao što je Bol. Uvijek će bolje kotirati mjesta Istre i sjevernog Jadrana nego mjesta srednje, ili južne Dalmacije.

Postoji i zdravstveni turizam koji ima svoje mjesto na turističkom tržištu, ali mi u tom smjeru nemamo što tražiti.

U pravcu razvoja zimskog turizma ne bi se trebalo iscrpljivati, već sve snage usredotočiti na ljetnu sezonu i na njeno produljenje. Zimski turizam ako dođe, doći će sam od sebe kao odraz kvalitete mjesta i njegovog ljetnog turizma.

Turizam se gradi postepeno, kamen po kamen, stepenica po stepenica, i to su osnovni postulati turizma. Preskakanja ne smije biti jer to ne vodi dobrome. Realne želje i stvarne mogućnosti treba odvojiti od onih drugih, nerealnih, koje ponekad i nisu želje već spadaju u grupu bolesnih ambicija.

➤ **Nedovoljno razvijen privatni smještaj i nedovoljna razina kvalitete privatnog smještaja**

U studiji se ovo navodi kao mana što nikako nije točno. Zadnjih godina u modernizaciju privatnog smještaja puno je novaca uloženo. Upitno je i to što bi trebala biti ta visoka kvaliteta koja se navodno traži. Ukoliko to podrazumijeva da smještajna jedinica treba imati: kvalitetan namještaj, ugodni interijer, klimu, televizor, satelitske antene, priključak na internet, balkon ili terasu i sl, onda 95 % apartmana u Bolu to ima. Ukoliko se ta kvaliteta odnosi na „jakuzije“ u kupaonicama, bazene u dvorištima, u sobama kašmirski tepisi, u kuhinjama srebrni pribor za posluživanje, a na zidovima slike poznatih svjetskih umjetnika, onda to ni jedan apartman u Bolu nema i može se reći da je razina privatnog smještaja – loša.

Turistički stručnjaci i dobri poznavatelji turizma govore da razina kvalitete smještaja nije od presudnog utjecaja za kvalitetu odredišta. Naravno, kvaliteta smještaja treba imati određeni standard više razine, ali u tome ne treba pretjerivati. Podizanjem kvalitete automatski se narušava izvornost i ljepota prostora koji su osnovni preduvjeti za razvoj turizma.

Koliko se bazeni uklapaju u ambijent i autentičnost jednog malog primorskog mjesta kao što je Bol?

Ako u dvorište i vrt gdje su do sada bile posađene razne povrtlarske kulture ili neka od tradicionalnih mediteransko-otočnih stabala kao na primjer: maslina, murva, limun, naranča, ili loza, napravimo bazen i posadimo palme - dali je to dobra odluka?

Koliko smo devastirali prostor i koliko smo se udaljili od izvornosti podneblja kojeg nudimo?

Bazeni su trenutno turistički hit kojim se izrazito povećavaju prihodi domaćina koji to nudi. Koliko će taj hit (ili hir) trajati veliko je pitanje?

Nije nikako dobro da svaka sredina podilaziti trenutnom hiru turizma na način: gdje turisti okom - mi skokom.

Mora postojati jedan red u prostoru koji se ne smije narušavati.

Možda će biti 200 obitelji koji će tražiti vilu sa bazenom, biti će zadovoljni uslugom i to će biti voljni dobro platiti. Ali, koliko će biti desetaka tisuća onih koji će biti razočarani devastacijom prostora, neredom u graditeljstvu i bezličnošću odredišta u koji su došli ljetovati.

Turizam danas od odredišta traži da prezentira originalnost i autentičnost koju posjeduje i samo takvo odredište može konkurirati na turističkom tržištu.

Odredište treba biti arhitekturno, povijesno i demografski prepoznatljivo.

To je osnova dobrog turizma.

Bol je izgubio mnogo od svoje prepoznatljivosti i nepatvorene ljepote koju je imao do otprilike 90' godina prošlog stoljeća. Od tada krenulo se u pravcu kopiranja drugorazrednih turističkih odredišta koji možda i nisu imali druge opcije nego krenuti putem masovnog turizma i nuđenja stereotipne turističke ponude.

Bol to nije trebao i Bolu to nije bilo potrebno.

Umjesto da budemo iznad, da budemo to „elitno“ ljetovalište o kojem pričamo i o kojem sanjamo, mi se koprcamo u sivilu konkurencije i borimo se za komadić turističkog prostora.

Upravo na ovome primjeru privatnog smještaja pokazalo se da Bol već godinama nema nikakve strategije razvoja, nikakvog plana pa čak ni ideje kojim putem krenuti. „Stvar“ je prepuštena stihiji koja je odvela Bol daleko od mjesta na kojem je mogao i trebao biti.

Možda to trenutno i ne izgleda tako jer turisti dolaze i posjećuju Bol, ostvaruje se promet i naoko to sve izgleda normalno. Bol je od svojih početaka bavljenja turizmom bio mjesto „ladanjskoga“ tipa gdje turisti dolaze uživati u moru, suncu i ljetnim radostima.

Nažalost danas se za Bol ne bi moglo reći da nastavlja tim putem.

Bol je trebao biti posebni turistički doživljaj, a Zlatni rat njegov najljepši ukras i ono najbolje što nudi. Danas je upravo obrnuto. Zlatni rat na svojom „leđima“ nosi cijeli dobrano devastirani Bol koji kao pijavica živi zalijepljen nad njegovim žalom.

Hoće li to Zlatni rat moći i u budućnosti? Hoće li imati snage izdržati onoliko koliko mi na njega možemo natovariti?

➤ **Nepostojanje destinacijskog menadžmenta**

Tek kada se ova prosta rečenica prevede na hrvatski jezik može se donekle razumjeti o čemu se radi. Destinacija – odredište, menadžment – upravljanje. Dakle to bi trebalo biti:

- *nepostojanje odredišnim upravljanjem, ili*
- *nepostojanje upravljanja odredištem.*

U prijašnjem tekstu upravo sam o tome pisao pa ne bi trebalo ponavljati. Ipak samo nekoliko crtica:

Naše društveno uređenje (ali ne samo naše) skrojeno je tako da, na primjer, upravljati gradom od milijun ljudi može bilo tko. Takvu osobu bira politika koja je stvarni upravitelj tim gradom, a gradonačelnik je samo lutka na koncu kojim ona upravlja.

U manjim mjestima je ista stvar, pa se događa da potpuno nekompetentni ljudi siromašne naobrazbe i još siromašnijeg znanja, dođu u priliku da vode neko mjesto. Ustvari, oni ga i ne vode, već kao što rekoh, oni su vođeni. Kako kome treba i kako politika diktira - tako se radi.

A za takve stvari naš narod ima lijepu poslovicu – puno baba, kilavo dijete.

Koliko od ovoga imamo u našem mjestu, ne bi želio ulaziti da se netko ne nađe uvrijeđen. Činjenica je da u Bolu na rukovodećim mjestima nema školovanih turističkih radnika, ili kako se kaže – ljudi od zanata.

Bol danas (uz nekoliko izuzetaka) počiva na priučnim turističkim kadrovima koji su svoje najbolje godine proveli na nekim drugim zanimanjima za koja su bili osposobljeni.

Za rukovođenje u turizmu nije se tražila kvalifikacija o turističkom znanju, tu se moglo biti i „sam svoj majstor“.

Ista je stvar kada se radi o rukovođenju mjestom. Izgleda da to može biti svatko tko to ozbiljno želi.

Danas i za biti registrirani maslinar treba pohađati odgovarajući tečaj i treba dobiti diplomu. Da bi se bilo načelnik nekog mjesta ne treba imati ništa. Potrebno je imati samo dobru – volju.

Oni koji na rukovodećim položajima u turizmu imaju turističke znalce, mogu se nadati dobrome. Danas samo znanje pobjeđuje, sve ostalo je osuđeno na propast. Turizam se ne može naučiti iz novina, slušajući radio ili gledajući prigodne emisije na televiziji. Turizam se uči u školama i na fakultetima, a kasnije nadograđuje u praksi.

Bilo bi izuzetno lijepo imati ljude kao što ih je Bol imao do otprilike 1990. godine i da uz to budu turistički školovani. Bio bi to taj „destinacijski menadžment“ koji bi počivao na domaćim kadrovima i koji bi, vjerujem, imao poseban osjećaj i vezu sa rodnim mjestom.

Nažalost takvog „menadžmenta“ nema na vidiku.

Dali se može naći nekoliko pametnih, mladih i turistički visoko obrazovanih osoba koji bi došli i preuzeli posao vođenja i rukovođenja Bolom, također je veliko pitanje.

Ali, izgleda da drugog rješenja trenutno nema.

Pravo rješenje bilo bi planski školovati i stipendirati nekoliko studenata koji bi nakon školovanja preuzeli rukovodeća mjesta u Bolu i bolskome turizmu. To smo svojevremeno radili i to vrlo uspješno. Nije to ništa neobično, ili nešto originalno, to rade mnoge sredine i mnoge dobre firme i kompanije. Kadar treba stvoriti iz domaće baze.

To je jedna od garancija uspjeha.

➤ **Neiskorišteni potencijali obnovljivih izvora energije**

Jedan od prijedloga u županijskom planu bila je gradnja vjetro-parka koji bi stvarao dovoljno energije za područje Bola i okolnih mjesta te bi ovo naše područje učinio energetske čistim i neovisnim. Energija koja bi se dobivala bila bi ta danas vrlo popularna i tražena eko-energija. Veći dio financijskih sredstava za izgradnju vjetrenjača i pratećih postrojenja bilo je moguće dobiti iz EU fondova bez ikakvih problema. EU takve projekte financira kao prioritetne projekte.

Zašto taj prijedlog na Županiji nije prošao i zašto je odbačen nije poznato. Razlog znaju samo oni koji su ga odbacili.

Dobivanje energije preko sunčanih kolektora nije posebno zaživjelo, sistem je skup, a ekonomska računica vidi se tek nakon puno godina. To u današnje vrijeme ekonomske krize rade samo oni koji imaju puno novaca, a takvih naravno nije mnogo.

Šansa Bola u ovom smislu bila je u rečenome vjetro-parku. Nismo je iskoristili.

Oni koji su trebali biti ustrajni u tome, predložiti dokaze o isplativosti, sve to stručno elaborirati, i svim silama nastojati da se to uvrsti u županijski plan, brzo su se povukli zabavljajući se drugim idejama i temama.

Moglo bi se reći da nisu prepoznali značaj, ozbiljnost i vrijednost projekta te da nisu bili dorasli važnosti teme.

Treba pričekati nove izmjene županijskog plana i onda pokušati ponovno. U međuvremenu se treba puno bolje pripremiti te biti potpuno spreman za borbu sa „energetskim lobijima“ koji kočuju modernizaciju i napredak u tome pravcu.

➤ **Zatvorenost prostora koje sužava širenje turističkog proizvoda**

Ni za ovo se ne bi moglo reći da je točno. Bol ima jako dobre mogućnosti širenja.

Urbanističkim planom za sada je predviđen samo jedan red kuća sa sjeverne strane „zaobilaznice“. Zašto se na tome stalo i zašto se nije nastavilo te urbanistički otvorila mogućnost širenja mjesta prema sjeveru?

Područje „Ratac“ je već izgrađeno i ima tu dimenziju prema sjeveru. Širenje mjesta na područje Šilovca, Sarbunola pa do Podbarja za dodatnih nekoliko redova kuća urbanistički bi zaokružilo cjelinu. Podbarje je uglavnom onakvo kakvo je bilo i 1943. godine s jedinom razlikom što se iz podbarskih kuća danas ne širi miris paljevine kao u kolovozu te godine kada su možda neki

od očeva, ili djedova, današnjih talijanskih turista zapalili sve što se u Bolu i Podbariju zapaliti moglo .

Dakle Bol ima itekako mnogo prostora za svoje širenje, ali to nije prepoznato kao mogućnost i pogodnost. Nasuprot tome, izmjenama planova stvaraju se nove turističke zone (Paklina, Drasin) a razmišlja se i o urbanizaciji Martinice i Gnjilice za izgradnju urbanih vila, a i dalje prema istoku za nove hotelske kapacitete.

Ne tako davno bilo je odlučeno da se Bol urbanistički ne smije širiti na istok i da Dominikanski samostan treba ostati na osami i da bude istočna međa Bola. Zlatni rat je trebao ostati izoliran na zapadu u netaknutoj prirodi. Tako je bilo odlučeno i to se poštovalo.

Odjedanput se sve promijenilo, sve ove prijašnje odluke su odbačene te se radi na tome da se dozvoli izgradnja u nevjerojatnim granicama.

Želi se prikazati kako se sve radi planski i pod kontrolom urbanista. Rade se bezbrojne studije i slušamo vrlo umne dubioze o modernom turizmu. Ipak, sve upućuje na to da je „pas pobjegao s lanca“ i da više nema nikakvog reda.

Nasrtaj građevinskih i turističkih lobija na područje Pakline i Drasina traje već nekoliko desetljeća. Odolijevalo se sve do današnjih dana kada se napokon kreće u plansko-urbanističku realizaciju (čitaj: devastaciju) i kada nam se sve to želi prikazati kao neophodnost u turističkom razvoju mjesta. Ova zadnja Strategija turističkog razvoja dobrano pripomaže tome te je doživljam kao jedno od jedara u koje puše vjetar noseći turistički Bol prema hridima na koje će se najvjerojatnije vrlo skoro nasukati. Dubina ispod kobilice rapidno se smanjuje.

Kako će to sve izgledati u budućnosti kada se izgrade hoteli na Drasinu, kada na Paklini niknu razni sportski sadržaji koji će, pretpostavljam, imati više veze sa turističkom ponudom, a manje sa sportom, kada se izgradi kompleks oko Bijele kuće, marina na Račiću i urbane vile na Martinici, a moguće i još neki hoteli prema Gališnjaku i dalje prema istoku.

Ovo izgleda kao nevjerojatno, ali urbanističkim planovima otvaraju se takve mogućnosti i dalje je sve u rukama investitora.

Ali ni to nije ništa novo. Dogodilo se to u mnogim obalnim sredinama na koje su raznorazni građevinski lobiji i turistički koncerni bacili svoju šapu.

U našem slučaju, kao i u mnogim drugim, sve je po zakonu. Procedura devastacije poštuje se do u najsitnije detalje ne ostavljajući prostor da se napravi ni najmanja proceduralna greška.

Uskoro se neće moći govoriti o zatvorenosti prostora. Bol će imati tu potrebnu širinu i „turistički proizvod“ će se moći širiti koliko mu je drago.

➤ **Nedovoljno razvijeni lokalni poljski putovi**

Ovo bi kao trebao biti jedan od nedostataka u turističkom razvoju Bola.

Prije nekoliko godina bilo se krenulo u izgradnju tih putova na području Šilovca i Sarbunola. Krenulo se naglo, ali se još brže stalo. Zašto se sa time nije nastavilo u pravcu istoka kako je tada bilo planirano, nikad nije objašnjeno.

Naravno, bilo bi lijepo da ti putovi budu razgranati i da budu lijepo uređeni. To bi jako puno koristilo mještanima i bio bi to značajan poticaj za bavljenje poljoprivredom i voćarstvom.

Osim što bi ovi putovi služili kao biciklističke staze, ne vidim u njima posebno važan turistički element. Ima nekih područja uokolo Bola koji imaju sasvim zadovoljavajuće poljske putove. Nažalost, masovni turizam kojega trenutno imamo u Bolu i poljoprivreda ne idu zajedno. Na nekim parcelama, koji su bliži ovim putovima, urodi su dobri, ali su prinosi jako loši.

Lokalne poljske putove treba napraviti, ali ne da bi služili turizmu već da bi bili na koristi domaćoj populaciji koji bi na taj način mogli do svojih parcela. Ovo je u direktnoj vezi sa mnogim temama u ovome tekstu te bi njihovo uređenje bilo vrlo korisno za Bol i njegovo domicilno stanovništvo.

Za turizam i turiste - ponajmanje.

➤ **Potencijali turističkih resursa otoka Brača**

Sa ovom temom autori strategije otvaraju temu „mogućnosti“.

Prava tema na pravo mjesto. Brač kao prelijepi otok ima ogromne mogućnosti razvoja u turističkom smjeru. Međutim ako bi primjer Bola služio kao obrazac za razvoj otoka, onda bi bilo bolje da zauvijek ostane onako kako je sada.

Turizam – da, ali uz turizam moraju ići i druge, prateće djelatnosti koje se prirodno naslanjaju na turizam. Brač u prvome redu mora biti otok svojih stanovnika koji se na njemu rađaju, žive i umiru. Turizam može i mora biti privredna grana od koje se ostvaruju prihodi, ali ne smije postati način življenja koji degradira sve ostale oblike normalnog življenja i normalnog ponašanja.

Turizam je velika mišolovka i tko u nju uđe teško iz nje izađe.

Uz turizam se može lijepo živjeti i da se ne posjeduju apartmani, kuće za odmor, izletnički brodovi i slično. Uz turizam, na primjer, sasvim lijepo može živjeti jedan poljoprivrednik koji se bavi eko-proizvodnjom na suvremeni način i sa suvremenom tehnologijom. Bitno je samo da mu se omogući da svoje proizvode može prodati na otoku, a to je zadatak vlasti, kako državnih tako i lokalnih.

Priče o slobodnom tržištu i konkurenciji te nemogućnosti da se ovo napravi su ipak samo priče za malu djecu. Sve zapadnoeuropske zemlje, Australija, USA, Kanada... zaštitile su svoje poljoprivrednike na razne načine. Sistem je napravljen tako da prvo domaći poljoprivrednik mora prodati svoje proizvode, a tek nakon toga dozvoljava se uvoz u količinama koje su potrebne.

Zapad štiti svoje ljude i svoje proizvode.

Istu stvar trebamo primijeniti i mi na državnoj i na lokalnoj razini. Na Brač se trenutno sve uvozi, što u konačnici znači - prelijevanje kapitala. Iz Splita u pravcu Brača kreću puni šleperi raznorazne robe, a sa Brača prema kopnu odlaze „vreće“ novca.

Tek kada dio ovih vreća bude ostajao na otok te bude prihod stanovnika Brača, tada će Brač krenuti uzlaznom putanjom.

Kao prvo Brač mora disati jednim plućima. Mora postojati zajednički cilj i zajednički interes.

Brač može puno napraviti i može puno dati. Bitno je samo kako ga organizirati da u turizmu svi nađu interes na svoj način.

To je vrlo veliki posao koji je ipak moguće napraviti.

Nažalost trenutno nema takve inicijative i takav „management“ nije na vidiku. Hoće li se uopće pojaviti i dali će tada (ako se ipak pojavi) biti prekasno?

Konkurencija se preustrojila, razvija se i grabi naprijed velikim koracima.

Vlak napretka i modernizacije kreće se velikom brzinom i za našu tromost nitko nema ni najmanjeg respekta.

Nas nitko neće čekati.

➤ **Širenje plažnog prostora**

U knjigama i turističkim brošurama često se može pročitati kako bolske plaže imaju ukupnu dužinu od 5 kilometara.

Prije svega bilo bi potrebno znati što se podrazumijeva pod izrazom „bolske plaže“ i koje je to područje.

Ja bih rekao da su to plaže od Konjske pa do Drasina. Istočno od toga su sumartinske plaže, a zapadno su murvičke plaže.

Od plaže Martinica do Konjske imamo samo nekoliko plaža za koje se može reći da imaju neku dužinu. To su Dubova lučica, Zaograda i rečena Konjska ukupne dužine oko 300 metara. Ostale plaže su samo manje nakupine žala, dakako vrlo lijepe, ali izrazito male i sve zajedno po najoptimističnijoj procijeni ne prelaze 200 metara dužine. Kotlina, Portić i Martinica također svaka imaju prosječno oko 100 metara dužine.

Dobro je poznato da je dužina od svjetionika pa do vrha Zlatnog rata točno jedna milja, što iznosi 1852 metra. Plaže prema zapadu počinju od šetnice, pa bi do „korijena“ Zlatnog rata bilo otprilike 1200 metara. Svaka strana Zlatnog rata je duga oko 450 metara. Plaže na Paklini i Drasinu su male i sve zajedno nemaju dužinu više od 200 metara.

Plažu na Studencu (70 metara) ne treba računati jer je na toj plaži, s obzirom da je u luci, kupanje zabranjeno.

Tri plaže na Račiću ukupno su duge 200 metara.

Kamenje, odnosno škrape, ne bi trebalo nazivati plažama. Plaže su plaže, a škrape su škrape. Po škrapama se donekle može hodati i uživati, ali škrape nisu plažni prostor.

Dakle kada se sve zbroji dolazimo do brojke od oko 3400 metara. Do 5 kilometara dalek je put – 1600 metara.

Kada se radi propaganda, onda je to jedan posao, a kada se radi ozbiljna analiza na kojoj se bazira plan i razvoj mjesta, onda je to nešto sasvim drugo.

U ovome slučaju barata se s krivim podacima koje u konačnici potpuno remete sve analize i planove.

Dužina bolskih plaža u brošurama i prospektima nepotrebno je uvećana za više od jedne polovine, a autori Strategija prihvatili su ovaj broj jer je to bilo lakše nego izići na teren i pogledati kako to sve skupa izgleda u prirodi.

Bez obzira na gornje brojke, svi turistički analitičari slažu se u jednome – bolske plaže su prenapučene i plažne prostore je potrebno širiti.

U planu izgradnje marine na predjelu Račić predviđeno je potpuno betoniranje jedne plaže, a druga bi, s obzirom da bi se nalazila unutar marine, bila neupotrebljiva kao aktivni plaži prostor. Bila bi tek lijepa dekoracija unutar marine.

Nije jasno kako to autori Strategija zamišljaju širenje plažnog prostora. Ako autori misle na stvaranje šljunčanih plaža, njih nije moguće napraviti ni na jednom mjestu ako priroda nije predvidjela da tu bude.

Dakle postoji samo jedan način širenja plažnog prostora a to je – betoniranje obale, odnosno škrapa.

Napravili smo mnoge gluposti zadnjih godina, možemo još pokoju.

Plaže se betoniraju i oduzimaju kupačima, a na drugoj strani traži se proširenje plažnih prostora!

Ovo je rezultat nepostojanja prije spomenutog „destinacijskog managementa“, uz katastrofalno loše upravljanje prostorom.

U svakom slučaju zbrka je potpuna i sve to ne vodi dobrome. Na ovome polju malo se može popraviti jer su velike i nepopravljive štete već napravljene.

Ipak, ono što je napravljeno izgleda da nije ni dio od onih šteta koje se tek planiraju napraviti na ovom planu.

Nažalost, oni koji vode mjesto i odgovorni su za njegov turistički razvoj, nisu shvatili i prepoznali važnost plaža i prirode. Prema njoj se odnose maćehinski, i bez imalo grižnje savjesti uništavaju njen dio po dio.

Prirodne ljepote te izuzetan sklad kristalno čistoga mora, predivnih šljunčanih plaža i tek nekoliko metara udaljenog raslinja osnova su bolskoga turizma.

To je baza, to je početak i to je jezgra bolskoga turizma.

Bolski turizam pupčanom je vrpcom vezan za svoje plaže i za more koje ga oplakuje. Uništavanjem, devastacijom i zanemarivanjem ovog jedinog blaga koje imamo ulazimo u fazu polaganog kraja.

Zar ne bi bilo normalno da se sve bolske plaže svakodnevno obilaze, da se čiste i da se odvozi smeće koje za sobom ostave nesavjesni turisti, ili ga donesu valovi. Ovo se ne odnosi na plaže od Zlatnog rata do Martinice. Te plaže se čiste i radnike koji to rade treba pohvaliti za dobar rad. Ali, kada je netko zadnji put bio pokupiti smeće na Zaogradi ili Dubovoj lućici, na Smokovlje, pod Murvicu, ili u Blaca ...

Volimo reći da su to „naše plaže“, ali kada tim „našim“ plažama treba posvetiti pažnju, onda su tuđe.

Podmorje se čisti isključivo iz propagandnih razloga i ograničeno je isključivo na područje luke. Općinari, kamere i novinari neizostavni su dekor ovih proljetnih, uglavnom jednodnevnih akcija.

Kada bi se iskreno željelo očistiti podmorje akvatorija Bola, onda bi to bio rad od dva mjeseca. Trebalo bi obići cijelo priobalje od Grabovog rata do Drasina i napraviti posao kako valja. To ne bi mogli obaviti volonteri već ljudi kojima je to posao i koje treba platiti.

Pretpostavljam da bi koštalo manje nego ona prva „povijesna“ Strategija od koje ionako nije bilo nikakve koristi.

Bez izravnog ataka na prirodu, nikakvo proširenje plažnog prostora ne može se napraviti. Priroda je svoje dala gdje je dala i koliko je dala. Negdje više, negdje manje. Kada je nama davala, dala nam je najljepše i jedino mi sa svojim djelima i nesavjesnim ponašanjem možemo napraviti da bude - lošije.

Proširenje, odnosno stvaranje novih plažnih prostora veliki je korak u tome pravcu.

➤ **Gastronomija**

Za turizam kojega prakticiramo i za turiste koje sada imamo gastronomska ponuda je i više nego dobra.

Trenutno imamo klijentelu koja nema potrebe za lijepim restoranima s lijepo uređenim terasama sa „separeima“ koje će krasiti zelenilo i mirisi mediteranskog raslinja. Današnji turisti ne traže da bi blagovali uz ugodnu laganu muziku i uz decentno svjetlo. U Bolu se danas ne jedu jastozi, šampjeri, kirnje, ili veliki jadranski škampi.

Bilo bi nepošteno reći da su svi turisti u Bolu isti, vjerojatno se i nađe pokoji turist dubljeg džepa, ali to su rijetki slučajevi.

Dali je takav turistički trend ili ne, u to ne bi ulazio, ali evidentno je da danas Bol ima turiste koji blaguju sjedeći za stolovima na prometnim ulicama, jedu vrlo jednostavnu, jeftinu i stereotipnu hranu i sasvim se lijepo osjećaju večeravajući pod - suncobranom.

Hrana koja se nudi u restoranima prilagođena je turistima koji u Bolu borave. Pretpostavka je da kada bi se tražila drugačija gastronomska ponuda, onda bi se takva hrana i nudila. Sumnjam da bi ugostitelji propustili priliku za dobru zaradu.

U našem slučaju klijentela se nije prilagodila gastronomiji, nego se gastronomija prilagodila klijenteli.

Istina je da su mnogi restorani ograničeni prostorom i da ne mogu ponuditi ono što bi željeli. Istina je i da je Bol udaljen od kopna, od ribarnica i od dobre ponude ribe, ali to bi naši ugostitelji lako riješili kada bi našli interes u drugačijoj, odnosno boljoj gastronomskoj ponudi. Nijedan pametan ugostitelj neće nabavljati hranu za koju nema potražnje i koja će mu u frižideru dočekati zimu.

Gastronomija je samo jedan segment turističke ponude koji nikako ne definira odredište u turističkom smislu. Gastronomija je slikovito rečeno – „šlag na torti“. Dobar šlag na lošoj torti ne može spasiti „stvar“ te od loše torte napraviti dobru tortu. Dobar šlag na dobroj torti je sasvim druga priča i to je ono pravo. Ali to se i podrazumijeva da bude tako. Ako je torta dobra onda treba i šlag biti dobar.

Iako bi mi željeli da je drugačije, ipak treba biti objektivan i reći da je današnji bolški turizam upravo onaj turizam kojega nazivamo „masovni turizam“. Štoviše, iako se pričaju vrlo uzbudljive priče o uzdizanju Bola u odredište elitnog turizma, sve što se radilo zadnjih godina, ono što se trenutno radi, kao i ono što je u planu da se napravi u sljedećim godinama, radi se na još većem širenju masovnog turizma.

Vodeći općinski i turistički radnici „destinacije Bol“ trebali bi znati u kojem pravcu plovi njihov (i naš) turistički brod. Ako ne znaju, onda su konstatacije o „lošem upravljanju prostorom i razvojem općine“ i o „nepostojanju managementa destinacije“, o čemu se govori u Strategiji, vjerojatno istina. Ako znaju (a pretpostavljam da znaju jer nas na to svi stručnjaci iz turističke branše upozoravaju) a govore i rade suprotno, onda je to ono što se popularno naziva „obmanjivanje javnosti“.

Mi se na Braču slikovitije izražavamo pa kažemo da se: jedno govori, drugo radi, a treće se misli.

U svakom slučaju, gastronomija nije krucijalan bolški problem. I ona će se razviti već prema klijenteli koja u Bol bude dolazila. Bolja gastronomska ponuda traži klijentelu bolje platežne moći. I obratno.

Naravno, bilo bi potrebno imati prikladnu gastronomsku ponudu za svakog gosta i za svačiji džep, ali „all inclusive turizam“ i visoka razina gastronomske ponude nisu kompatibilni, odnosno ne idu zajedno.

➤ **Razvoj šetnica i biciklističkih staza**

Biciklizam je odavno postao način življenja zapadnoeuropske populacije.

Vožnja bicikla prakticira se iz praktičnih, ekoloških, a najviše iz zdravstvenih razloga.

Zadnjih godina biciklizam se snažno razvio i u Bolu te se može reći da je to već masovna pojava i najzastupljeniji „kopneni“ vid rekreacije.

U Bolu, u mjestu i na šetnicama staza za bicikliste nema, nema nikakvih oznaka te se vozi svuda i kako tko hoće. Pješaci i biciklisti ljeti su potpuno izmiješani i kreću se u općem kaosu. Naravno ni incidenti nisu rijetki, ali kako je bicikl ipak manje opasno prometno sredstvo, ozbiljnijih ozljeda za sada nema mnogo.

Obilježavanje staza za bicikliste nije posebno težak posao i može se brzo i jednostavno napraviti. Naročito je to potrebno napraviti na šetnici prema Zlatnom ratu kojom se dnevno kreće veliki broj ljudi, ali kojom i mnogobrojni biciklisti jako brzo voze.

U ljetnim mjesecima nevjerojatan broj biciklista može se sresti na glavnoj prometnici iz Bola prema Gornjem Humcu i dalje prema Supetru. Kreću se pojedinačno, ili u grupama, a kako nema obilježene biciklističke trake, kreću se nepravilno, pa čak i sredinom ceste ne vodeći računa o prometu automobila.

Samo je pitanje dana kada će se dogoditi prometna nesreća sa tragičnim posljedicama, a u kojoj će biti uključeni biciklisti. Proširenje ceste na način da se dobije dodatni prostor za prometovanje biciklista postala je nužnost i prioritet najviše kategorije. Na tome je trebalo odavno početi raditi, pripremiti potrebnu dokumentaciju i otkupiti zemljište. Svakako da to nije posao koji se može napraviti u godinu-dvije dana, ali treba na tome raditi da bi bilo što prije gotovo. Prije ili kasnije to će se morati napraviti, a što se prije započne, prije će se i završiti.

A što je najvažnije izbjeći će se pokoji tragični događaj.

To je posao za sve bračke općine, a za taj veliki i značajan posao, vjerujem da bi se moglo vrlo uspješno aplicirati europskim fondovima. To bi bio projekt koji se odnosi na sigurnost u prometu, a poglavito na sigurnost turista koji uglavnom dolaze iz tih zapadnoeuropskih zemalja. Moglo bi se reći da otvaranjem fondova takvom projektu EU direktno financira sigurnost svojih građana.

Bol već ima jednu od najdužih šetnica i ne može se ovo svrstati u kategoriju **moćnosti**.

Uređenjem Račića šetnica „lungo mare“ bi se produžila od restorana „Ribarska kućica“ pa do Zlatnog rata, što je vrlo respektabilna dužina od oko 3 kilometra.

Kamene ploče na šetnici prema Zlatnom ratu dosta su oštećene te je nužan popravak na mnogim mjestima. Prošle godine započelo se sa postavljanjem ograde na najkritičnijim mjestima uz rub šetnice i onda se stalo.

Radove treba nastaviti i ograda se mora postaviti duž cijele šetnice.

To je nužnost i općinska obaveza koja se također nameće kao prioritet u uređenju mjesta.

Dakle, razvoj šetnica nije nekakva „moćnost“ u razvoju bolskog turizma. Šetnica je tu i odavno je napravljena. Jedino je treba popraviti, o njoj se treba brinuti i uredno je održavati, a to i nije neki prezahtjevni posao.

➤ **Seoski turizam**

Seoski turizam je velika razvojna šansa predivnih malih bračkih mjesta u unutrašnjosti otoka. Sva ta mjesta pričaju idilične priče svoje povijest i svoga življenja i jednostavno zovu turiste da im dođu u posjetu.

Nažalost turizam u tim mjestima nije još ni u povojima. Postoji nekoliko lijepih restorana i konoba koji su na dobrome glasu i koji nude vrlo zanimljivu gastronomsku ponudu baziranu na bračkim specijalitetima, ali to je premalo. Brač može ponuditi puno više i potrebno je na tome raditi.

Seoski turizam ima uporište u izuzetnoj prirodnoj bazi. Bol je, na primjer, bio predodređen za ljetni turizam iz razloga koji se zove – plaža Zlatni rat.

Seoski turizam se bazira na miru, ljepoti krajobraza, na mirisu prirode, jednom riječju na - idili. To je drugačiji vid turizma i on se jednako lijepo može razviti i u Dračevici, Ložišću, Dolu, Gornjem Humcu, u Škripu ili u nekim od Selačkih zaseoka. Da bi se moglo krenuti u tome smjeru mora postojati:

1. želja i razrađena ideja,
2. mora postojati dobro definirani projekt takvog razvoja,
3. i kao najvažnije mora postojati financijsko zaleđe takvog projekta.

Teško, je očekivati da će neka privatna osoba ući samostalno u takvo nešto. Bez podrške od strane krovne TZ Hrvatske, općinskih struktura i lokalnih turističkih zajednica takvo nešto unaprijed je osuđeno na propast.

Za razvoj seoskog turizma treba postojati linija financiranja takvih projekata, odnosno linija vrlo pogodnih kredita. Naravno, moraju postojati i raznorazni drugi vidovi poticaja od strane županijskih i lokalnih vlasti uz svesrdnu pomoć svih lokalnih turističkih čimbenika.

Nekorektno je kritizirati ljude što ne ulaze u takve zahvate jer to nije posao koji je „one man show“. Ovime se prvenstveno trebaju pozabaviti oni kojima je dužnost da razvijaju hrvatski turizam, a kojeg je seoski turizam samo jedan segment.

Kako se to uspješno radi, dobar je primjer Istra koja je u tome pravcu napravila velike korake. Danas je seoski turizam postao istarski „brand“, odnosno njena turistička prepoznatljivost, koji svojom kvalitetom sve više zasjenjuje ljetni turizam njenih priobalnih mjesta.

Brač sa svojom ljepotom ni najmanje ne zaostaje za Istrom i sve ono što je Istra napravila u razvoju seoskoga turizma, može isto napraviti i Brač. U tome nema nikakve sumnje.

➤ **Privlačenje investitora**

Da budem iskren, nije mi jasno na koji bi to način trebalo privlačiti investitore. U „Strategiji razvoja općine Bol“ o tome, kao i o mnogočemu drugome, nema riječi i zbog toga smatram da je studija potpuno nedorečena.

Privlačenje investitora! Kako? Zašto? Kada?

O tome bi se moglo jako puno razmišljati i pisati, i to je jedna od „top-tema“ današnje Hrvatske. Naravno ni mi u Bolu nismo od toga izuzeti.

Razlika je jedino u tome što Bol, kao i mnoga mjesta slična njemu, uživa jednu specifičnost, a to je – bavljenje turizmom koji je u Bolu dominantna djelatnost.

Investitori su kao pčele koje kruže nebom i nepogrešivo lete prema cvijeću gdje mogu uzeti najviše kvalitetne peludi od kojeg će kasnije nastati med. Pčele ne trebaju da ih itko vodi niti da im itko pokazuje put. One, kao što će napraviti i svaki pravi investitor, sami obave sve što trebaju, od traženja cvijeta pa do proizvodnje meda.

Cvijet je tu samo objekt koji profitira u samo jednoj stvari - pčele ga oprašuju i održavaju živim.

Istina je, investitori su nam danas potrebni, jer bi sami teško mogli nešto značajno napraviti. U godinama najvećeg razvoja Bola u turističkom smislu, izgradnja se financirala kreditima Splitske banke, koji su se kasnije uredno vraćali u godinama koje su slijedile.

Investitor je tada bio BOL i njegovi ljudi.

Danas su druga vremena u kojemu smo naučili da je investiranje privatnog kapitala jedini ispravan put.

Naravno, kapital je kapital i on ima svoje vrlo jasne zakonitosti. Voljan je ući u neku investiciju, ali prethodno mora biti siguran da će se brzo oploditi. Kapital ne poznaje etiku, a ni pristojnost, nema osjećaja i ne mari puno za socijalne i egzistencijalne potrebe onih drugih.

Kapital je kao morski pas, gospodar mora. Kuda prolazi svi mu se miču s puta. Tko se ne makne biva pojeden.

Kapital je klasični predator.

Bol ima puno problema koja mu nijedan investitor neće riješiti. Taj problem se zove „zima“, koja je i puno više od toga. U našu učmalu „zimu“ nijedan investitor neće uložiti ni pišljivog novčića jer mu to neće donijeti nikakvu dobit.

Da bi Bol koliko-toliko riješio ovaj problem, potrebno je da Općina bude taj „investitor“ koji će od Bola učiniti mjesto koje će biti privlačno za život i zimi. Oni trebaju naći način kako to napraviti. Na kraju krajeva zbog toga su tu i zbog toga im je ukazano povjerenje na izborima.

Privatni investitori su realnost i nužnost. Danas cijela bolska ponuda počiva na privatnom kapitalu i treba reći da su podigli turizam i kvalitetu ponude na jedan viši nivo nego je to do sada bilo.

Međutim, iskustvo nam govori, onoga momenta kada se pojave prve naznake drastičnijeg pada broja gostiju, sve se zatvara: hoteli, restorani, dućani, pekarnice, slastičarnice, suvenirnice ... i svi odlaze. Odlaze i vlasnici i sezonski radnici.

U paničnom strahu sa prvom jesenjom kišom odlaze svi bojeći se da ne provedu koji „neprofitabilni“ jesenji dan u polupraznom Bolu. Onoga trenutka kada rashodi postanu za dvije kune veći od prihoda nastupa egzodus.

U jesen, Bol, taj „Turistički cvijet Jadrana“ kako mu volimo tepati, nakon velikog zujanja i radosti koje je trajalo nekoliko mjeseci, ostao je bez peludi. Pčele su obavile posao i otišle svojim putem.

A Bol? On je, kao i cvijet, ostao sam, prepušten vjetrovima, suši, suncu i kiši.

Pčele su se za to vrijeme negdje daleko sladile medom.

Kako investitore natjerati da investiraju u turizam i turističke sadržaje?

Nikako. To uopće ne treba raditi jer će oni sami doći ako se pažljivo odredi u što mogu investirati.

Ako hoće i ako žele.

Dakle, nema tu govora o nikakvom privlačenju investitora, jer za ono što nama treba mi nikoga nećemo privući. Općina bi se trebala prestati baviti takvim nebulozama te mora žurno usmjeriti svoje aktivnosti prema poticanju domaćeg stanovništva u investicije koje bi vratile život Bolu zimi.

Osim domicilnog stanovništva, uz punu podršku i suradnju Općine, to nitko drugi neće napraviti.

➤ **Podizanje kvalitete radne snage**

Turizam se u Bolu počeo razvijati doslovno ni od čega. Niti je bilo objekata, niti inventara, a naravno nije bilo ni radne snage. Kako su se stvarali novi turistički kapaciteti, tako je stasala i radna snaga. U početku nije bilo puno znanja, a ni uz najbolju volju, nije ga se moglo ni naučiti. Turizam je tada svuda bio u povojima, stručnih škola nije bilo i učio se kroz praksu.

Bilo je to doba velikog radnog zanosa te su se ljudi jako brzo usavršavali. Nakon ratnih stradanja, popaljenih domova, nesigurne poljoprivrede i

sveopće neimaštine, turizam se pojavio kao dar s neba. Boljani su ga vrlo brzo zavoljeli pa su se tako i ponašali. Nikome ništa nije bilo teško napraviti, vladalo je veliko zajedništvo i radni elan, a rezultati su se itekako vidjeli.

Osim pok. Ante Vidoševića istinskog pionira bolskog turizma, u poratnim godinama između mnogih vrijednih turističkih zanesenjaka treba istaknuti pok. Tomu Kuiša, koji je stekao veliko životno iskustvo i naučio mnogo stranih jezika putujući svijetom.

Samo nekoliko ljudi koji su se prihvatili turističkog kormila u razdoblju 1960-1970 godine, imali su turističku naobrazbu. Tu naročito treba istaknuti pok. Kazimira Cukra i njegovog nasljednika gospodina Darka Vlahovića. Bez sumnje, oni su utabali stazu turizma u Bolu na način kako to do tada nije bilo.

Počelo se razmišljati i o stvaranju školovanih kadrova. Shvatilo se da bez takvih kadrova nema budućnosti u turizmu i da je to nužnost. Uz veliku pomoć pok. Ive Marinkovića, 1966. godine, osnovana je prva srednjoškolska ustanova u Bolu, Područno odjeljenje Splitske Ugostiteljske škole. U sljedećih osam godina, a kasnije i kroz gimnazijsko te ugostiteljsko i hotelijersko usmjerenje Srednje škole Bol, turistička znanja i zvanja stekle su brojne generacije mladih Bračanki i Bračana.

To je bio jedan od krucijalnih poteza koji se pokazao kao istinski temelj bolškoga turizma. Objekti, ma koliko bili lijepi, bez kvalitetnih, obrazovanih i vrijednih kadrova samo su obične gomile kamenja. Bol je sredinom 60' godina prošlog stoljeća to prepoznao i krenulo se u dobrome pravcu u kojemu su svi profitirali.

Danas je situacija kudikamo drugačija i od ovakvoga sistema Bol se jako udaljio. Danas Bol ima izuzetno kvalitetnu gimnaziju, ali bez dodatnih klasičnih ugostiteljskih usmjerenja. Gimnazijalci nastavljaju svoja školovanja na fakultetima, a kriza „čistih“ ugostiteljskih zanimanja više je nego očita.

Pravi turistički kadrovi u Bolu se više ne stvaraju i za takva zanimanja postoji zanemariv interes.

Zlatni rat koji je nekada upošljavao skoro 600 ljudi, danas, iako su kapaciteti znatno povećani, zapošljava jedva 250 stalnih radnika. Turistički poslodavci orijentirali su se na sezonsku, jeftinu, neiskusnu i neprovjerenu radnu snagu.

Međutim, turizam nije posao kao na primjer berba jagoda ili sadnja krumpira. Turizam treba učiti, za turizam se treba obrazovati i kasnije ga u praksi treba stalno usavršavati.

Ali što je najvažnije, turizam treba osjećati i treba ga živjeti.

Velika i stalna izmjena kadra sumnjive kvalitete, remeti stabilnost i kvalitetu te, kako se danas moderno kaže - „turističke destinacije“.

Bol je nekad bio na vrhu upravo zbog svojih kadrova koji su ponikli u njegovom dvorištu. Danas to nije više tako. O kvaliteti turističke ponude, te o njenom podizanju na viši nivo, samo se deklarativno govori i to uglavnom ponavljanjem naučenih televizijskih fraza bez pokrića u djelima.

Naobrazba je osnova svakog posla i svakog uspjeha, a turizam je preosjetljiva djelatnost da bi ga se moglo voditi i raditi bez odgovarajućeg

turističkog obrazovanja. Kvazi-turistički i općinski rukovodioci mogu raditi i mogu sebi umišljati da su uspješni i da znaju. Oni će uvijek uz sebe imati i one koji će im tepati, ali iza njih uglavnom ostaje pustoš i ledina.

Bol ni na tome polju nije bez iskustva.

Moglo bi se postaviti pitanje tko je tome kriv i zašto se dogodilo da je Bol izgubio kvalitetu radne snage u turizmu.

Tome su radnici i mladi koji su na pragu obrazovanja najmanje krivi. Poslodavci i investitori su ti koji biraju i odlučuju o tome koga će primiti, kakvo obrazovanje od radnika žele i koliko će platiti za njihov rad.

Postala je unificirana praksa, da se radnici srednje i niže klase tretiraju kao najamni radnici koji za svoj rad primaju mizernu nadoknadu i koji mogu biti poslani s posla u svako vrijeme, čak i bez osobitog razloga. Onoga dana kada su poslodavci počeli zapošljavati ekonomiste za konobare, a pravnike za kuhare, sistem se potpuno urušio. Mnoštvo nezaposlenih mladih osoba bilo je, a i sada je, spremno raditi bilo što i za bilo kakvu plaću.

Poslodavci su se zalijepili na lijepak koji im je govorio da taj sistem donosi uštedu, odnosno dobit, ne misleći na kasnije posljedice.

Radnik je, uglavnom u svim profesijama, postao obična roba koji nije poslodavčev partner u poslu već obični plaćenik bez perspektive. Ne postoji sigurnost u poslu i mladi ljudi bezglavo lutaju ne znajući u koji bi se posao upustili i koje bi zanimanje odabrali kao životnu profesiju. Ugostiteljstvo danas ne nudi zaposlenicima neke izdašne plaće, a s obzirom na prihode koji se ostvaruju u turizmu, one bi mogle biti puno veće. Uz veće plaće i sigurnost zaposlenja, mladi ljudi bi se odlučivali za ugostiteljska zvanja pa bi se onda podigla i kvaliteta o kojoj se priča.

U Bolu tako, umjesto onih nekadašnjih 600 radnika imamo otprilike 200-250 stalnih radnika koji zimu provode u strahu hoće li slijedeće ljeto dočekati na platnom spisku, ili će se poslodavac odlučiti da smanji njihov broj.

Druga grupa ima vrlo smiješni naziv - „stalni sezonci“. To je ona napredna kategorija sezonskih radnika koji imaju privilegiju prioriteta u sezonskom zapošljavanju, ali pod uvjetom da su dobro radili prijašnjih godina, ne pitajući za plaću i radno vrijeme.

Treća kategorija je najveća, a to su oni obični sezonci koji svako ljeto lutaju Dalmacijom tražeći bilo kakav posao za bilo kakve novce pod parolom – daj što daš. Ako daš!

Dali je moguće da se Bol vrati na provjerene staze te da se kvaliteta radne snage podigne na viši nivo?

Na način na koji se to nekada radilo sigurno ne. To je prošlo vrijeme, koje se ne može vratiti i koje treba sačuvati u sjećanju kao vrijeme zanosa, rada, ideja i požrtvovanja.

Podizanje kvalitete kadrova svakako bi trebao biti imperativ. Danas je to moguće napraviti kroz stipendiranje učenika i studenata od strane raznoraznih turističkih subjekata. Dali su oni voljni u takve stvari ulaziti i dali će u tome prepoznati boljitak i svekoliku korist - teško je reći.

Koordinacija aktivnosti na ovome području trebala bi biti jedna od osnovnih zadaća Općine Bol i njene TZ, te dvije krovne mjesne ustanove koje trebaju biti vjetar u leđa svekolikog razvoja Bola, pa tako i onog gospodarski najvažnijeg - turističkog.

➤ **Neriješen status „Bijele kuće“**

Koliko god to neobično zvučalo, ja smatram da je velika sreća što je Bijela kuća u ovim godinama od 1990. pa do danas prošla ovako kako je prošla. O godinama njenog nastanka i kasnijeg otimanja od vlasnika, moglo bi se puno govoriti, ali možda je to bolje zaboraviti.

Da je kojim slučajem njen status bio „čist“, danas ona ne bi imala šansu koju ima, a to je da bude nešto izuzetno, reprezentativno i u skladu sa prostornim planom koji se u međuvremenu napravio. Da je prije 15-20 godina Bijela kuća dobila novog vlasnika, danas igrališta najvjerojatnije ne bi bilo i ne bi se govorilo o javnoj garaži. O izgledu, namjeni, izgrađenosti kao i o tome što bi bilo na površinama oko Bijele kuće danas se može samo nagađati.

Iako je potpuno devastirana, mislim da je Bijela kuća, iako nenamjerno, sačuvana na najbolji mogući način. Sačuvana je da, u onim burnim vremenima sveopće privatizacije i pljačke, ne postane plijenom nekog tajkuna „velike pameti“, plitkog džepa i sumnjivih namjera, kakvih je u to doba bilo posvuda.

Danas kada pušu puno blaži vjetrovi, zgrada i okolni tereni spremni su za nekog novog vlasnika koji će Bijeloj kući udahnuti novi život.

Autori Strategije neriješen status Bijele kuće smjestili su u grupu „ograničenja“. Nije mi jasno zašto. Bijela kuća je svakako trebala biti svrstana u grupu velikih mogućnosti.

Status Bijele kuće će se jednog dana riješiti i za nadati se da taj dan nije daleko. Ona nipošto nije ograničenje već nešto što, pametnim odabirom najboljeg projekta, Bol može podignuti za nekoliko stepenica više.

Naravno, prošlo vrijeme, kada je Bijela kuća bila perjanica bolskoga turizma, ne može se vratiti, isto kao ni mnogi koji su tamo radili i stvarali neponovljivu atmosferu u tom hotelu. Ipak, ona može zablistati sjajem kakvim nikad nije sjala, u novom ruhu i na moderniji način.

Vjerujem i nadam se najboljemu za to kultno zdanje dominikanske i općenito bolske povijesti, posebno one turističke.

➤ **Relativna izdvojenost – otočna destinacija**

Ako je otok ograničenje, kako onda protumačiti turističke uspjehe Malte, Baleara, Cipra, Kanarskih otoka, Sardinije, Korzike, Rodosa, mnogobrojnih drugih grčkih otoka itd.

Otok nije ograničenje, otok je - prednost. Naravno, to je prednost onima koji znaju razvijati turizam i koji u toj izdvojenosti umiju prepoznati vrijednost. Svi ostali kvazi-turistički djelatnici kojima posao i ne ide najbolje od ruke, u tome nalaze opravdanje za svoje neuspjehe i svoje neznanje.

Otok.

To je sredina koja sama po sebi zrači mirom i ljepotom, a okruženost morem stvara karakterističan osjećaj nedodirljivosti i blagosti. Otoci su uvijek oaze koje primaju samo one koji ga istinski žele. Otok nije usputna stanica, ili mjesto slučajnog prolaznika. Da bi se na otoku živjelo, otok treba živjeti i treba ga nositi u srcu.

I zbog toga su svi naši otoci posebni, a otočani vrlo karakteristični u življenju i ponašanju.

Jednostavno rečeno, otok nije za svakoga.

Tako je bilo do prije 20-30 godina, a onda je turizam napravio svoje pa se taj prirodni i genetski kod otočana bitno promijenio.

Ali to je već neka druga tema.

Pravilnim razvojem i pravilnim turističkim usmjerenjem Brač može biti ta turistička oaza o kojoj se često govori.

Sve na njemu priča takvu priču. Njegova sela i zaseoci, kamene kuće, zvonici, crkve, njegovo neagresivno raslinje, gomile i vrtače - djela naših vrijednih predaka, „muzika“ cvrčaka i blagi ljetni maestrali, more, plaže ... sve su to odlike sredine kojoj je agresivni vid turizma, kakav se pokušava razviti, vrlo stran.

Vidi se to najbolje u doba „predsezona i posezone“, u mjesecima svibnju, lipnju, rujnu i listopadu kada Brač živi punim plućima i u svojoj ljepoti. Ljeti Brač pati i stenje pod pritiskom stila života koji mu je potpuno stran.

Bol, koji stoljećima uživa svoju samoću na južnoj strani Brača trebao bi se nastaviti razvijati u skladu sa svojim prirodnim predispozicijama. Svaka agresivna intervencija u prostor neminovno vodi u turističku propast, ili u najboljem slučaju u turističku prosječnost. Naravno, Zlatni rat će uvijek biti tu i uvijek će biti onih koji će mu doći u pohode, ali dali će Zlatni rat biti dovoljan da privuče onoliko gostiju koliko ih mi danas trebamo.

Danas, u vrijeme sveopćeg stresa, vječitog nemira i duše i tijela, kada ljudi čekaju ljetni odmor za nužnu relaksaciju i „punjenje baterija“ za nastavak svojih poslova, Bol i Brač bi trebali iskoristiti svoje prirodne karakteristike koje su bogomdane upravo za turiste željne takve vrste odmora.

Međutim, izgleda da se ide u potpuno drugom pravcu i da ja Bol poklonjen privatnom kapitalu, onom morskom psu i predatoru o kojem je bilo govora i koji bez milosti ruši sve pred sobom.

Kada bi se danas prestalo sa devastacijom prostora, mogli bismo reći da smo dobrano zakasnili. Nažalost, izgleda da je ovo do sada bila samo dječja igra i da upravo stišćemo papučicu gasa (čitaj: devastacije) do kraja.

Hoćemo li uspjeti svladati sve zavoje i dali će naš turistički automobil ostati na cesti pri takvoj brzini, ostaje nam samo da budemo strpljivi i da čekamo. Vrijeme će pokazati.

➤ **Ljudski faktor**

U turizmu, odnosno u razvoju turizma, ljudski faktor je presudan. Dobro je poznato da je Bol svoj uzlet u turizmu zahvaljuje neizmjernom radu, zanosu i požrtvovanju ljudi koji su tada radili i stvarali turizam u Bolu. Turizam je tada bio nešto novo i nešto još neotkriveno što je rapidno uzdizalo Bol i standard njegovih stanovnika.

Danas se turizam u Bolu doživljava kao djelatnost koja nam geografski i povijesno pripada i kojoj ne treba pridavati previše pažnje u domeni ljudskog faktora. Vrijeme kada su se turisti smatrali manje kao gosti a više kao prijatelji u kući, davno je prošlo. Danas se turisti doživljavaju isključivo kao turisti, odnosno kao putujuća roba na tržištu koji su danas tu, a sutra negdje na drugom mjestu. U vremenu dok su tu, u našem domu, u Bolu, poželjno im je uzeti što više novca, jer će se ionako samo rijetki ponovno vratiti.

Danas se turizam u Bolu ne vodi na duge staze i sa namjerom da se stvara određena klijentela koja će se vraćati u Bol, pričati o Bolu i preporučivati nas svojim prijateljima. Danas postoji promidžba na koju se troše izuzetno veliki novci i koja svake godine odrađuje svoj dio posla pa se onda na kraju zbrajaju rezultati tko je bio uspješniji.

Naravno, to tako i mora biti kada zakaže onaj prvi i najvažniji faktor – ljudski faktor. Tada se pronalaze izlazi u raznim drugim smjerovima koji su u principu turistički potpuno promašeni.

Turizam je u Bolu potpuno promijenio svoj prvotni „image“. Pristup gostu kojega se tretira kao gosta i prijatelja u kući kojemu se od srca daje ono što se ima, zamijenio je novi, apartmanski stil, koji bi se mogao opisati riječima:

- „ja tebi ključeve od apartmana (ili kuće), ti meni novce“. I to unaprijed.

Dali je to ispravan put u turizmu? Možda je to danas tako u svijetu, možda drugi ne mogu, ili pak ne znaju drugačije. Ali, zar se mora slijediti sve svjetske trendove, pa ma koliko oni bili loši.

Zašto se ne može biti drugačiji, originalniji.

Autori studije i ovo stavljaju u grupu ograničenja, vjerojatno smatrajući da bolje i drugačije ne možemo, da smo dosegli svoj limit i svoju gornju granicu mogućnosti.

Moje mišljenje je da naš pravac u turizmu ipak nije pravac već sinusoida koja je dosegla svoju gornju točku i koja će dalje nastaviti svoju silaznu putanju sve do onog trenutka kada nas konkurencija natjera da promijenimo svoj pristup i rad u turizmu.

Ali mnoge nepopravljive štete su napravljene i povratka na stare turističke bolske staze više nije moguć. Turizam u Bolu više nikada ne može biti ono što je bio.

Turizam je danas u Bolu industrija, a kao takva će ostati u i u budućnosti. Nažalost.

➤ **Razvoj konkurencije**

Po Strategiji i razvoj konkurencije je ograničenje!

Dakle, trebalo bi da se drugi ne razvijaju pa da bi mi onda mogli živjeti i raditi kao do sada.

Koliko ja znam o teoriji, razvoju i biti kapitalizma (a to je društveno uređenje u kojem se trenutno nalazimo) konkurencija je temelj napretka. Kapitalizam počiva na konkurenciji koja je jedna od njegovih temeljnih karakteristika.

Razvoj konkurencije trebalo bi biti upozorenje i poticaj na bolji i kvalitetniji rad, na dodatnu inovativnost i težnju ka napretku, ka boljemu.

Razvoj konkurencije ni u kojem slučaju ne može i ne smije biti ograničenje i smetnja našem napretku.

➤ **Pročišćavanje otpadnih voda**

Izgleda da su autori Strategije više vodili računa da popune sve grupe sa određenim brojem primjedaba i natuknica, nego da ono što su napisali ima svoje stvarno mjesto prema grupama.

Zar pročišćavanje voda ne bi trebalo biti u grupu - „mogućnosti“.

Tko je do sada općinskim vlastima branio da naprave i investiraju u pročišćavanje voda. Tko im je branio da tako nešto stave u prioritetne planove razvoja, te da apliciraju državnim i EU fondovima.

Tko ih tjera da se bave stvarima kao na primjer: žičare, vidilice, marine, sela pisaca i sličnim glupostima, a ne rade na stvarima koje su prioritetne, vitalne i od izuzetnog značaja za jedno turističko odredište visokog renomea za koje se Bol predstavlja.

Europsko turističko odredište koje danas, u eri potpunog ekološkog osviještenja, ne razmišlja o ovakvim stvarima svrstava sebe u grupu nazadnih i edukativno zapuštenih sredina.

Da bi se amortiziralo i opravdalo ovo stanje, političko-turistički management je izmislio vrlo originalno rješenje - mjerenje kakvoće mora.

I onda dobivamo rezultate o izvrsnosti kakvoće mora na plažama koje se uredno evidentira na lokalnom općinskom-privatnom portalu, a koji nas opravdavaju da i dalje svakog dana u hvarski kanal, na nekoliko stotina metara od obale, ispuštamo tone deterdženata i nezamislive količine fekalija.

Što nas još čeka kada nam u pohode stigne još tisuću jahtaša koji će svojih dvjestotinjak jahti smjestiti u bolskoj marini ostaje da se vidi i – mirisno doživi.

Zaključak:

- Strategija (iz 2007 god.) koju je izradio Institut za turizam izrađena je temeljito i sa dobrim namjerama. Izrađena je vrlo stručno i od strane ljudi koji turizam jako dobro poznaju.
- Ova Strategije izrađena je u vrijeme kada županijski prostorni planovi još nisu bili razrađeni i jasno definirani te se, pozivajući se na ovu Strategiju turističkog razvoja, moglo utjecati da se ti županijski planovi prilagode turističkom razvoju Općine Bol.
- Ova studija je potpuno ignorirana i prešutno odbačena od strane općinske vlasti te se razvoj nastavio u sasvim drugom pravcu.
- Nova Strategija (2014. god.) je koristila materijale prve strategije uz dodatak nekoliko nepotrebnih podataka sakupljenih tijekom zadnjeg popisa stanovništva. Tu je i nekoliko novih ideja koji su vrlo upitni u svojoj realizaciji.
- S obzirom da je ova nova Strategija morala poštovati, u međuvremenu, donesene planove, ispada da to nije nikakva strategija već samo upute kako raditi i kako se ponašati u zadanim gabaritima.
U principu to su upute kako „plivati u bazenu u kojemu je voda svima došla do grla“.
- Strategija je bila potrebna kako bi se zadovoljila forma i državno-birokratske regulative, na isti način kao i mnoge druge bezvrijedne, naručene i lažne studije koje su se morale napraviti, a koje ničemu niti su služile niti služe.
- Prva Strategija imala je svoju vrijednost, ali sve ono što je u njoj napisano nije imao tko pročitati. Ako je slučajno i pročitana, očito da njena bit nije shvaćena.
Ali možda je jedina i prava istina da ta Strategija nije smjela biti shvaćena i nije se smjela provesti u djelo.
- Druga, odnosno nova Strategija, nastala je u vrijeme kada je bitka za pozitivni turistički i općinski razvoj već izgubljena, te će od nje biti vrlo malo koristi.
- Ova strategija, s obzirom da se usredotočila na teme iz prve strategije, nije upozorila i ukazala na neke vrlo važne segmente društvenog razvoja koji su postali kočnica razvoja mjesta. Možda to i nije bilo moguće u Strategiji ovakvog tipa, ali uvjerenja sam da one najvažnije teme namjerno nisu obrađene i elaborirane.
To bi već bila kritika sustava i upravljanja, kritika znanja i neznanja, ponašanja i mnogočega još, a autori strategije za tako nešto nisu dobili autorizaciju. Ulaženje u dubinu postojećih problema i analiziranje stanja nije bio motiv ove strategije.
Primjer:
Da bi se od nekog vozača na utrci automobila tražilo da vozi brzo i da bude bolji od drugih, najprije treba detaljno provjeriti i biti siguran da automobil može postići željenu brzinu. Ako postoje neki nedostaci, ili kvarovi, treba ih otkloniti, pa tek onda krenuti u utрку.

U protivnom - ništa od dobre trke.

Još nekoliko crtica o kojima u studijama a naročito u Strategiji iz 2014 godine nije bilo posebnog osvrta. Prihvaćam da Strategije nisu mjesto gdje se elaborira o temama koje navodim u donjem tekstu ali svakako se moglo neke teme spomenuti makar u vidu nekakvih natuknica ili smjernica razvoja

➤ **Ekologija i ekološka svijest**

Bol ima status vrlo urednog mjesta i u turističkim anketama redovito dobiva vrlo visoke ocijene.

I ne bi se moglo reći da to nije tako, iako što se ide dalje od centra mjesta urednost na javnim površinama polako opada. Pranje ulica radi se samo u strogom centru, a ostali dijelovi mjesta vodi se mogu nadati samo u obliku kiše. Srećom, slijedeći navike iz vremena kada je u Bolu bio jedan jedini komunalni djelatnik, a Bol je ipak bio izuzetno čist i uredan te je uvijek dobivao visoke ocijene za čistoću mjesta, i danas svatko od mještana uređuje dio javne površine ispred svoje kuće.

Na velika se zvona ušlo u projekt sa novim načinom sakupljanja otpada u ukopne kontejnere. Naizgled, to izgleda dobro jer se u velike vreće može sakupiti velika količina smeća koja nije „izložena“ u površinske kontejnere.

Međutim, taj sistem sakupljanja smeća nije za dugo i trebat će ga napustiti. Zapadno europske zemlje ovakav način sakupljanja smeća ne poznaju jer ne postoji mogućnost separiranja otpada.

Trenutno se u ukopne vreće ubacuje sav otpad, osim onog krupnog koji ne može proći kroz ulaz na vrhu. Dakle, pomiješana je plastika, staklo, limenke, hrana, ulje, papir...

Osnova današnjeg ekološkog razmišljanja i prakse sa otpadom je njegova segregacija i reciklaža. Ali u prvom redu to se odnosi na segregaciju, odnosno odvajanje.

Deklarativno, postoje kontejneri/vreće sa različitim natpisima o vrsti smeća pa se ne bi moglo reći da to ne postoji, ali nažalost praksa pokazuje nešto sasvim drugo.

Apeli koji dolaze od strane koncesionara i općine da stanovništvo odvaja otpad su svakako dobrodošli, ali bez stalne kontrole i odgovarajućih sankcija za one koji se toga ne pridržavaju ne može se očekivati veliki napredak.

Problem je što se smeće u tim dubokim i velikim vrećama ne može kontrolirati, pa komunalni redari, ili nekakva eko-patrola, ne mogu raditi svoj posao.

Nadalje, pražnjenje vreća i odvoz smeća u otvorenim kamionima mogu se još vidjeti u nekim afričkim, arapskim i tek ponekim zemljama dalekog istoka. U svim razvijenijim zemljama takav sistem odvoza smeća odavno je zabranjen i napušten.

Dakle promjene u ovome dijelu zbrinjavanja otpada su nužne i neminovne

Pokušaj da se na ovaj način riješi sakupljanje otpada jedan je od neuspjelih uradaka trenutne vlasti. Doduše, vješto je riješen problem da se sav otpad sakupi u malom prostoru pod zemljom, ali s obzirom da je sav otpad pomiješan, sistem je krajnje neprihvatljiv.

Mogli bismo reći da je ovo samo jedna prijelazna faza koja je služila više za promociju i trošenje općinskih novaca, a manje kao trajno rješenje.

U svakom slučaju izgubljeno je dragocjeno vrijeme i podosta novca koji se mogao utrošiti na puno bolji način.

➤ **Red u luci**

Moguće je da u puštanju muzike preko jakih zvučnika dok se brod približava luci, netko vidi veselu ljetnu atmosferu i neko „kulturno“ događanje.

Ipak, gledano sa stanovišta turizma, ili pak normalnog ponašanja, to nije ništa drugo nego jedan primitivizam najgore vrste.

Najblaže bi se moglo reći da je to remećenje javnog reda i mira u vrijeme popodnevnog odmora. Ali tko još o javnom redu i miru u Bolu vodi posebnog računa.

Sa stanovišta sigurnosti plovidbe, to je također neprihvatljivo jer ometa promet i sigurnost pristajanja kako vlastitog broda tako i svih ostalih koji su zauzeti istim poslom u luci.

Gledano sa estetske i moralne strane, mnoštvo ljudi koji polupijani skaču i bauljaju po brodu u ritmu muzike nikako ne ostavlja dobar dojam na turistički izgled mjesta.

Sigurno da vlasniku broda ovakav stil odgovara jer ima takvu klijentelu gostiju, ali svatko tko sa brodom dolazi u neku luku mora poštovati pravila ponašanja te luke i tog mjesta. Pravila ponašanja u luci moraju postojati i njih se svatko, bez izuzeća, mora pridržavati.

Ukoliko se propisi krše, onda to treba na odgovarajući način sankcionirati. Dozvoliti da se svatko ponaša kako hoće vodi u anarhiju.

Kupanje u luci je prije puno godina bila opća pojava u svim priobalnim mjestima. Brodova i brodica nije bilo kao danas pa je i opasnost od ozljeda bila manja. Danas je to uglavnom svuda zabranjeno i sankcionirano i rijetko se u značajnijim turističkim mjestima tako nešto može vidjeti.

U Bolu je to pojava koja traje i koja će trajati vjerojatno do onog dana kada se dogodi kakva tragedija, ili veliko ozljeđivanje nekog djeteta.

Za sada nitko ne reagira i nitko ne misli da bi trebao nešto napraviti u tome smislu.

Imamo li mi voditelja lučke ispostave? Imamo.

Imamo li komunalne redare i djelatnike lučke uprave? Imamo.

Imamo li općinske djelatnike koji su dužni donositi propise? Imamo i njih.

Dakle, imamo sve, ali nam se nešto neda, lijeno nam je i ne bi se željeli konfrontirati. Jednom riječju, neda nam se koordinirano raditi i uspostaviti red i disciplinu u luci.

➤ **Javni zahodi**

Zašto ni nakon 60 godina bavljenja turizmom Bol nema makar jedan javni toaletni prostor. Zar je velika stvar nabaviti dva takva montažna objekta i postaviti ih na vidljivo ali ipak na diskretno mjesto i na „odgovarajuće“ lokacije. Dali i za to treba nabaviti lokacijsku i građevinsku dozvolu, dali i za to treba izraditi studiju o opravdanosti, studiju o geostrateškom položaju itd.

Pa ako i treba, zašto se to ne napravi?

➤ **Plaža za kućne ljubimce**

Bila je to jedan dobar propagandni trik. Benačica i plaža za pse.

Napredno i vrlo europski orijentirano, ali nažalost unaprijed osuđeno na propast. Ali, vjerojatno se i znalo da će tako biti, jer drugačije nije moglo ni biti. Dio je to uz more na kojemu nema žala već samo oštro kamenje i škrabe.

Vlasniku psa nemoguće je ući u more, a pas naravno neće sam bez svog gospodara. Ograda je već nakon godinu dana potpuno zarđala sa brojnim rupama.

Uglavnom, plaža je to na kojem se nikad nije okupao (a nije ni mogao) ni jedan kućni ljubimac.

Na ponos i slavu zagovorniku ideje o plaži za pse na tome mjestu.

Ali se zato na svim drugim plažama kućni ljubimci uredno kupaju pomiješani sa ostalim kupačima. Tu nikakvog reda nema, a pojedinačni protesti kupača nemaju nikakvog efekta.

I uvijek se vraćamo na istu rečenicu. U europskim turističkim odredištima za ovakvo ponašanje vlasnika pasa plaćaju se kazne.

Mi ćemo sa takvim redom i radom još malo pričekati.

Nije neka žurba.

➤ **Komunalno redarstvo**

Uspostavljeno je pred ljeto 2014 i pokazalo se vrlo uspješnim. Jedini je problem što bi komunalnih redara trebalo biti najmanje još petoro uz još ponekog pripadnika iz studentskog prometnog redarstva, takozvani „Boby“. Jedan komunalni redar nije dovoljan.

Redari moraju biti vrlo mobilni, moraju koristiti bicikle i po mogućnosti raditi u parovima. Tada je efikasnost njihovog rada puno veća.

Uz odgovarajući broj djelatnika stalne policijske postave, uz već prije spomenute djelatnike lučke uprave i lučke redare, to bi osiguralo red u mjestu koji mora biti na vrlo visokom nivou.

Raznorazne anomalije društvenog ponašanja teško se mogu spriječiti, ali se mogu kvalitetno riješiti ako postoji sustav koji djelotvorno može odgovoriti i koji djeluje brzo i sinkronizirano.

Ne smije se zaboraviti. Ako se želi imati mjesto koje turistički živi i radi i koje želi imati visoki „rejting“, onda ovaj sustav treba funkcionirati besprijekorno.

➤ **Lučka ispostava – Bol**

U suradnji sa lučkim redarima, djelatnicima lučke uprave i policijom, ova ustanova trebala bi biti jedna od reprezentativnijih ustanova, ali je više nego evidentno da ona uopće ne funkcionira kako treba.

Nažalost, danas je to jedna redikulozna ustanova za koju se tek može reći da postoji u Bolu, ali korist od njezine djelatnosti je mizerna.

Ta ustanova u principu samo vegetira bez ikakve naznake da bi se stanje moglo popraviti.

Mnogo je pritužbi upućeno na račun rada te ustanove, ali bez ikakve koristi. Radno vrijeme zimi je svedeno tek na vrijeme potrebno za provjetravanje prostorije, a ljeti je to možda 3-4 sata dnevno i to po želji i bez određenog radnog vremena. Naravno, ljetni nerad vikendom se striktno poštuje kao i u svim drugim državnim službama.

Kontrole na moru i u luci nema. Inspekcije brodova i broj ukrcanih putnika se ne vrši, a povremeni posjeti brodovima isključivo su u svrhu prikupljanja prijavnica i sličnih bezveznih administrativnih radnji.

Gledajući sa aspekta sigurnosti plovidbe i boravka brodova u luci, u Bolu vlada potpuni kaos, kakav se rijetko gdje može vidjeti, a izgradnjom marine za 180 plovila taj kaos će se još povećati .

Bol je odavno već trebao imati makar jedno brzo plovilo koje bi ljeti tijekom dana trebalo patrolirati i na taj način osiguravalo red i kontrolu plovidbe u širem priobalju.

Trenutno niti imamo plovilo niti djelatnika (ili djelatnike) spremne da se prihvate ozbiljnog posla.

Zbog prazne državne blagajne mali su izgledi da se nabavi plovilo, a radne navike je teško mijenjati pogotovo ako nas na to nitko ne prisiljava. Zato stvar izgleda prilično blokirana i, trenutno, bez nekih velikih izgleda se krene na bolje.

Dapače, evidentno je da je svake godine stanje sve gore.

Koliko i dali se može što popraviti?

Naravno da bi se moglo, ali za takvo nešto prvo treba imati odlučnosti, pa onda znanja i volje.

I naravno, treba shvatiti da nas more hrani i da smo o njemu ovisni, iako ta hrana u ovom slučaju nije riba.

Hrana koju mi danas od mora dobivamo zove se turizam i koliko u more uložimo i kako se prema njemu budemo odnosili, toliko ćemo od njega dobiti.

➤ **Moralno i etičko ponašanje**

Kada bi bilo tko od nas u bilo kojem mjestu francuske, ili španjolske rivijere, na Malti, ili u Italiji, ušao u samoposlugu u kupaćim gaćicama budite uvjereni da bi bio odmah izbačen vani. Djelatnici bi nas izbacili, a kupci dobro izgrdili. Ako bi se opirali, ili protestirali, policija bi stigla vrlo brzo.

U Bolu, trostrukom uzastopnom šampionu hrvatskog turizma, takve stvari su toliko uobičajene da se na to nitko više i ne osvrće. Djelatnici dućana takve uopće ne primjećuju, a ostali kupci valjda to smatraju kao dio ovdašnje kulture pa ni oni ne protestiraju.

Mnogi turisti se toliko raskomote da padaju sve etičke i moralne barijere pa ponašanje prelazi svaku mjeru dobrog ukusa i ponašanja.

Svi se dobro sjećamo našeg prijašnjeg župnika koji je istu borbu vodio s onima koji su u crkvu dolazili nedolično obučeni. Župnik je u crkvi bio uveo regule ponašanja koje su bile sasvim normalne i toga su se vjernici pridržavali.

Župnik je bitku dobio i nakon nekog vremena sve je bilo u najboljem redu.

Naravno, isto se može zahtijevati i u dućanima i to bi bilo lijepo i sasvim normalno. Dućani su mjesta gdje se prodaje hrana i gdje se moraju poštovati određene higijenske regule. Prodavač mora imati čistu bluzu, a kruh, kolače, peciva, voće ili povrće mora hvatati sa papirom, ili mora nositi rukavice, na glavi mora imati kapu i mora imati duge hlače.

To je sa jedne strane prodajnog pulta.

A što je sa druge strane?

Sa druge strane toga pulta imamo, na primjer, golog znojnog turista u oskudnim kupaćim gaćicama iznad kojih vire stidne dlake, jednom se rukom češe ispod pazuha, a drugom prebire po pecivu, grožđu, ili jabukama.

Ovakve slike su u bolskim samoposlugama ljeti uobičajena pojava i mogu se vidjeti u svako doba dana. Iako one više priliče slikama iz romana o Alanu Fordu, nažalost, one su bolska ljetna zbilja.

Onog dana kada vlasnici dućana odluče da takve kupce ljubazno upozore da se dolično odjenu i da poštuju „dress-code“, moći ćemo reći da živimo u mjestu koje je u tome segmentu uređeno po mjeri čovjeka i koje poštuje pravila življenja i ponašanja.

Takvim činom prodavači će pokazati da poštuju higijenske propise, a iznad svega pokazat će da poštuju sve one druge kupce koji na golišave i znojne muškarce i žene u prodavaonicama ne gledaju s oduševljenjem.

I ne treba se brinuti da će promet zbog toga biti manji. To se zasigurno neće dogoditi, a samo se može puno dobiti.

Dozvoliti ovakvo ponašanje znači svima pokazati da smo bili i ostali balkanska zemlja u kojoj se ulaskom u EU ništa posebno promijenilo nije.

Nije Bol jedini koji se susreće s ovakvim problemima. I drugi biju iste bitke, neki uspješno, neki manje uspješno. Načelnik grada Visa jedan je od onih uspješnijih. U svojoj borbi za bolji život u svome mjestu i na svome otoku uveo je slogan:

- „Gospodo turisti. Ne tražimo puno, već samo da se ponašate onako kako biste se ponašali u svojim zemljama“.

Ovome ne treba ništa posebno dodati.

➤ **Rekordi**

Možemo li vjerovati izvještajima o svako-godišnjim obaranjima rekorda u broju noćenja i kuda vodi to hvalisanje.

I u nekim drugim privrednim granama bilo je svijetlih i dobrih godina kada su poslovni rezultati bili uspješni. Nisam primjećivao veliko hvalisanje, a izvještaji o postignutome su se objelodanjivali vrlo diskretno.

Dapače, velike uspješne kompanije nikad ne objavljuju svoje poslovne rezultate, a ako to moraju onda jako paze da to prikriju što je moguće više koristeći se raznoraznim mogućnostima koje pruža zakon.

Simptomatično je da se jedino u turizmu, kako na državnoj, tako i na lokalnoj razini, broji svaki gost i svako registrirano noćenje. Na kraju turističke sezone ushićeno se objavljuju rezultati, slavi se, dijele se nagrade za postignuto. Ministarstvo turizma je najbolje ministarstvo, a ministar turizma je neosporno najbolji ministar u Vladi. Voditelj turističke zajednice sa najvećim rekordom je najbolji voditelj TZ u Hrvatskoj itd.

Neupućeni bi mogli zaključiti da su gore spomenuti osobno doveli turiste tražeći ih po Evropi i svijetu. Neupućeni nikad neće prepoznati te ministre, ravnatelje uprava za turizam, ili lokalne voditelje TZ kada provode sate i sate radnog vremena u debeloj hladovini nekog od obližnjih trendovskih kafića, ili oblizujući prste u nekom od prestižnijih mjesnih restorana.

Ni Bol u tome nije iznimka.

Pitanje je samo do kada će trajati ta farsa i kada će ta komedija prijeći u nešto sasvim drugo. Vjerojatno nekoga podaci o broju turista i njihovom stalnom povećanju mogu veseliti, a izvjesno je i to da nekima u turizmu to odgovara jer je takova struktura i vrsta njihove turističke ponude.

Ali zar nebi u prvome redu trebali biti značajni prihodi od turizma, kvaliteta ponude, dobra konkurentnost, a shodno tome i kvaliteta turista koji dolaze i posjećuju naše mjesto. Kada turizam jedne pitome i prostorno ograničene destinacije kakav je Bol prijeđe u kategoriju masovnog turizma, onda mislim da smo napravili veliki korak unazad.

Iako pričamo priče, bolje reći bajke, o nekakvom elitnom turizmu, upravo smo prijašnjih godina na planu razvoja masovnog turizma napravili izuzetno mnogo, a i dalje ulažemo velike napore da u tom smjeru nastavimo.

Mjesne vlasti i čelne turističke radnike Bola to veseli i u tome, vidljivo je, neizmjereno uživaju.

Rekao bih da se ponašaju kao dijete koje napuhuje gumeni balon. Svakim upuhivanjem balon postaje sve veći, a dijete se veseli i smije nastojeći da balon bude još veći i ljepši. Kada balon više ne može izdržati pukne uz prasak, dijete se prestraši i nastane plač.

➤ **Ležaljke na plažama**

Svakako, jedne od najjogavnijih slika koje se mogu vidjeti na raznoraznim prospektima i na „netu“ su slike većih plaža prekrivenih ležaljka u tri ili četiri reda. Izgled prostora kao što je oko hotelskih bazena prenio se na plaže.

Dakako, postoje plaže koje trebaju ležaljke jer ležanje na nekim plažama zbog kvalitete šljunka, ili pijeska, nije moguće, ili pak ne predstavlja ugodu. Međutim kada tako raspoređene ležaljke imamo na Zlatnom ratu, Potočinama, Borku i na Kotlini tada to predstavlja turistički diletantizam, nasilje nad prostorom i maltretiranje turista.

Gledajući samo sa aspekta profita, više je nego upitno koliko je koristi od 500 ležaljki od kojih je možda stotinjak popunjeno, a 400 prazno, na kojima nitko ne leži i koje nisu iskorištene. One zauzimaju prostor, stvaraju vrlo ružnu sliku plaže i ostavljaju dojam primitivnog i ucjenjivačkog vida turizma.

Ili plati i sunčaj se, ili - idi.

Zlatni rat ponajviše, ali i sve druge bolske plaže, to nikako ne zaslužuju. Kvaliteta žala na njima je jedinstvena, a ležanje na takvom toplom žalu je, osim što predstavlja ugodu, ujedno i ljekovito pogotovo za reumatske i slične bolesti.

Ne mora svaki novitet i svaki sadržaj biti dobar za svaku sredinu i ne treba težiti da se svaka novotarija kopira. Treba težiti originalnosti, osobnosti i naglašavati specifičnost odredišta, poštujući sve prednosti i blagodati koje nam je Bog poklonio i kojima je Bol obdaren.

Bolske plaže su jedinstvene i nikako ih ne treba prostituirati raznoraznim sadržajima neprimjerenog tipa.

Ali, to je – kako bi trebalo biti.

Nažalost, izgleda da je to prostituiranje bolskih plaža već napravljeno i teško će biti vratiti stvari u neke normalne i prihvatljive okvire.

➤ **Nasipanje i premještanje plaža**

Iako možda to na prvi pogled ne izgleda tako, bolske plaže su ugrožene a devastiranje koje je započelo prije desetak godina se nastavlja. Devastirane su neprimjerenim pratećim sadržajima koji nisu planski odabrani i aranžirani. Devastirani su sa gore spomenutim ležaljka i suncobranima, prateći ugostiteljski objekti invazivno se odnose prema plažnom prostoru, a kao zadnji novitet je jesensko premještanje plaža.

Naše plaže su postale „mobilne“ pa se na jesen jednostavno prebace van domašaja mora da bi se prije ljeta ponovno vratile tamo gdje su bile!

Moglo bi se to protumačiti kao briga za plaže, ali ja bih prije rekao da je to više nalik na ono kada se utopljenik hvata za slamku spasa.

Postalo je dakle jasno, odnosno došlo je kako kažu naši Zagorci „iz riti v glavu“, da plaže koje nisu prirodnim zakonima predviđene da budu na nekom mjestu nisu od dugoga vijeka. U našem slučaju to su plaže od sredine Benačice pa sve do plaže u Potočinama. Koliko ćemo dugo prkositi

zakonima prirode i koliko dugo ćemo biti uspješni u ovom jedinstvenom premještanu plaža ostaje da se vidi.

Nebi trebalo zaboraviti da je do sada nekoliko puta more odnijelo cijelo žalo ispred restorana Borak, a restoran jako oštetilo. Nasip je na Borku u početku bio jako velik ali polako nestaje.

Da bi se nadomjestilo morem odneseno žalo uočava se još jedan novitet – plaže se prekrivaju sa tucanikom, mljevenim žalom, koji služi za pravljenje betona.

Ali kada se ima masovni turizam onda treba i novih plažnih prostora, a ovo su svakako vrlo domišljati načini kako do njih doći.

Dakle tucanik je stigao prvi, slijedi cement i stvaranje novih plažnih prostora u zapadnom dijelu bolskog priobalja može započeti.

Na Račiću je to betoniranje plažnog prostora u prvoj fazi već obavljeno, a druga faza je u pripremi.

➤ **Građani drugog reda**

Protutnjali su ovim prostorima raznorazni osvajači, kolonizatori, lopovi, gusari i barbari svakakvih vrsta. Čitajući o povijesti Bola i otoka Brača može se zaključiti da je puk uvijek vodio žestoke bitke sa plemstvom koje ih je izrabljivalo i koje im je ugrožavalo elementarnu egzistenciju. To plemstvo je uvijek nastojalo da bude u jako bliskim vezama sa trenutnim nosiocima vlasti, bilo da su to bili Rimljani, Mlečani, Francuzi ili Austro-ugarska.

Ali puk se nikad nije tako lako pokoravao i stoljećima se održao da bi na kraju ipak ostvario jednakopravnost i oslobodio se kako od tuđinskog, tako i od domaćeg, plemenskog, jarma.

Međutim, trajalo je to vrlo kratko i moglo bi se reći da je nova era započela na stari način.

Boljani više nisu vlasnici svoje sudbine i sve što je u planovima, studijima i strategijama razvoja obično je podilaženje strancima i stranom kapitalu koji nikad nema sluha za život i potrebe domaćeg stanovništva, odnosno puka. Dio domaćeg stanovništva vezanog rođenjem i djetinjstvom za svoje mjesto ima drugačiji odnos spram razvoja svoga mjesta i uglavnom ne gleda sa odobravanjem i simpatijama na ovakvo pogodovanje onima koji u Bolu vide samo vočku sa koje, u određeno vrijeme godine, treba samo ubrati plodove.

Dode i određeni trenutak kada domicilno stanovništvo počne pomalo smetati i ne pogoduje planovima onih „drugih“, a mislim da se to u Bolu upravo događa zadnjih godina.

„Domaće plemstvo“ će uvijek naći načina za suradnju sa stranim kapitalom i sa tim današnjim, nazovimo ih - „investitorima“ ne mareći puno za želje i potrebe „puka“. Demokracija, sloboda kretanja ljudi i kapitala, opća globalizacija te pripadnost Europskoj uniji, uvjetuje da veliki dio puka jednostavno prelazi u - građane drugog reda.

To su, dakle, oni građani koji pomalo grintaju i nešto nezadovoljno mumljaju, ali nikad to ne kažu glasno.

To su oni kojih se nikad ništa ne pita i koji ni na koji način ne mogu utjecati niti na planove razvoja, niti na razvoj mjesta.

To su oni građani koji služe za zimsko održavanje mjesta u dobroj kondiciji, a ljeti služe kao ljetna, ali isključivo sezonska, najamna radna snaga. To su oni ljudi koji služe tek kao turistička dekoracija mjestu sa kojim, preko svojih „podanika i plemića“, upravljaju neki drugi ljudi.

Naravno, oni još uvijek mogu biti od koristi zimi da bi provjetrali kuće, apartmane i restorane onih koji će se vratiti kada prestanu kiše, bure, kada malo otopli i kada se sa Uskrsom pojave prvi turisti. I lastavice.

Ipak možemo biti sretni što je i ovako. Američki indijanci nisu bili takve sreće.

Oni koji su preživjeli egzodus smješteni su u rezervate.