



Norges miljø- og biovitenskapelige universitet
Fakultet for miljøvitenskap og teknologi
Institutt for naturforvaltning

Masteroppgave 2014
30 stp

Kommersialisering av jakt på elg og hjort

En studie av grunneiere og jaktentreprenørers
opplevelser av muligheter og utfordringer, med vekt
på konflikter med andre aktører

Camilla Jacobsen

Forord

Dette er en masteroppgave som avslutter mitt femårige studieopphold ved Norges miljø- og biovitenskapelige universitet (NMBU) i Ås. Mastergraden har jeg valgt å spisse rundt emnene viltforvaltning og naturbasert reiseliv, og jaktturisme ble derfor et naturlig valg av tema for oppgaven. Målet med oppgaven har vært å gi et innblikk i hvilke muligheter og utfordringer jaktturismevirksomheter i Norge står ovenfor, og hovedfokuset har vært på konflikter med aktører i virksomhetenes omgivelser.

Den største takken ønsker jeg å rette til de 13 informantene som tok seg tid til å dele av sine kunnskaper og erfaringer. Min hovedveileder ved NMBU, Ole Hofstad, fortjener også en stor takk for å ha bidratt med konstruktive tips og god støtte hele veien! Oppgaven er skrevet for Norsk institutt for landbruksøkonomisk forskning (NILF) med Karen Refsgaard som biveileder. NILF takkes for å ha stilt til rådighet en arbeidsplass i et miljø med kunnskapsrike, inspirerende ansatte. I den forbindelse vil jeg spesielt takke Karen for å ha utfordret meg til å tenke tverrfaglig, samt John Bryden og Stig Gezelius for nyttig litteratur og diskusjoner rundt fagområder som var nye for meg.

En stor takk rettes også til tidligere utmarksrådgiver i Norges Skogeierforbund, Vidar Holthe, for å ha stilt til rådighet sitt imponerende bibliotek og sin mangeårig, opparbeidede kunnskap om jakt og viltforvaltning. Resultatet hadde blitt adskillige aspekter fattigere uten! Også leder av Eventus AS og prosjektleder i Verdifull jakt, Arve Aarhus, takkes for hjelp til å finne de riktige informantene, og for å ha inspirert meg i arbeidet med et eget historiekapittel. Dette kapittelet har også nytt godt av bidrag fra tidligere seniorkonsulent i MD, Ivar Hjermundrud, tidligere statssekretær i MD, Stein Lier-Hansen, og Espen Farstad i Norges Jeger- og fiskerforbund.

Sist, men ikke minst takker jeg min mann Finn Eng for all støtte og tålmodighet!

Norges miljø- og biovitenskapelige universitet, Ås 11. juli, 2014

Camilla Jacobsen

Sammendrag

Jakt har lange tradisjoner i Norge og med dalende inntekter fra tradisjonelt jord- og skogbruk anser stadig flere grunneiere viltressursene sine som en potensielt viktig tilleggsnæring.

Politiske anbefalinger, en økende hjorteviltstamme og samfunnstrender gjør at også folk uten eget terreng ser muligheter for å livnære seg av jaktturisme som såkalte jaktentreprenører.

I denne studien har syv grunneiere og seks jaktentreprenører blitt intervjuet om hvilke muligheter og utfordringer de har opplevd i forbindelse med sin jaktturismevirksomhet. Fokuset har vært på konflikter med aktører i virksomhetenes omgivelser og det har blitt gjort forsøk på å forklare hva som ligger bak konfliktene, samt finne ut hvordan de håndteres.

Informantene hadde opplevd flere muligheter og utfordringer, hvor økonomiske utfordringer og konflikter med andre aktører sto fram som viktigst. De økonomiske utfordringene dreide seg om et generelt problem med å få til en lønnsom virksomhet. Lave priser på jaktkort hos konkurrenten Staten og mangel på bedriftskunder, som gjerne er mer betalingsvillige enn private, er noen av årsakene som kom fram.

Grunneierne hadde opplevd at lokale jegere som hadde jaktet på eiendommen i lang tid ble misfornøyde da prisen for å jakte på eiendommen økte, og organiseringen av jakten ble endret. Jaktentreprenørene hadde opplevd misnøye fra lokale jegere og nabogrunneiere, med at de tjente penger på, og i det hele tatt drev med, jaktturisme. Konfliktene ble av mange oppfattet som fastlåste og urettferdige, men for flere hadde de vist seg å være sterkest i starten for så etter hvert å avta. Konfliktene kan forklares ved å koble reaksjonene til lokalbefolkningen med institusjonsteori. Det å starte med jaktturisme kan bli sett på som et brudd med institusjonene som hersker i et lokalsamfunn, spesielt de uformelle normene og reglene. Man kan snakke om en jegerinstitusjon hvor det hersker regler som at innenbygdsboende har førsterett til jakten. Entreprenørene og grunneierne kan bli anklaget for å sette seg selv og egen økonomisk vinning foran lokalsamfunnets beste når de starter med jaktturisme. Både grunneierne og jaktentreprenørene kan bli møtt med slike reaksjoner, men grunneierne opplevde ikke like mye baksnakking og rykter, antageligvis fordi de i kraft av sin eiendom i utgangspunktet hadde en annen sosial status i lokalsamfunnet. Konfliktene kan nok til en viss grad avverges ved å være ærlig og inkludere mange lokale fra starten, men når de var et faktum håndterte informantene dem ved blant annet å arrangere møter, eller rett og slett ignorere dem og generelt trå forsiktig.

Abstract

Hunting has a long tradition in Norway, and with a decreasing income from traditional agriculture and forestry, more and more landowners consider their wildlife resources as a potentially important source of additional income. With policy recommendations, growing populations of cervids, and trends in the society, also people without their own hunting terrain see possibilities and establish themselves as so-called hunting entrepreneurs.

In this study, seven landowners and six hunting entrepreneurs were interviewed about which opportunities and challenges they have experienced with their hunting tourism business. The focus has been on conflicts with other stakeholders, and it has been attempted to explain what the reasons for the conflicts are and to find out how they are handled.

The informants had experienced several opportunities and challenges, where economic challenges and conflicts with other stakeholders seemed most important. The economic challenges revolved around a general problem with achieving profit. Some of the reasons were competition with Stately owned terrain and the lack of business customers, who tend to be more willing to pay than private people.

The landowners had experienced that local hunters who had hunted on the property for a long time were disgruntled when the price to hunt on the property increased, and the organization of the hunt was changed. The entrepreneurs had experienced disapproval from local hunters and neighboring landowners, because they practiced hunting tourism and earned money on it. The conflicts were by many seen as rigid and unjust, but for several they had turned out to be strongest at the beginning and to decrease given time. The conflicts can be explained by applying institutional theory on the reactions of locals. To start a hunting tourism business can perhaps be viewed as going against the institutions that exist in a community, especially the informal norms and rules. One can speak of a “hunter institution” where there are rules like “the local residents should be prioritized when it comes to the right to hunt”. The entrepreneurs and the landowners can be accused of prioritizing themselves over what is best for the local society. Both groups can be met with this reaction, but the landowners did not experience as much backbiting and rumors, probably because they originally had a different social status in the community. The conflicts can seemingly be prevented by being honest and including many locals from the start, but when they are a fact they are handled by arranging meetings or simply by ignoring them and generally tread lightly.

Innhold

1. Innledning	s.7
1.1 Problemstillinger og hypoteser	s.10
1.2 Disposisjon	s.11
2. Jakt og jaktlovgivning i et historisk perspektiv	s.13
3. Teori og begrepsavklaring	s.17
3.1 Jakt som helhetlig reiselivsprodukt	s.17
3.2 Avklaring av andre relevante begreper	s.21
3.3 Institusjonell teori	s.22
3.3.1 Sosial kapital	s.23
3.3.2 Gaveøkonomi	s.23
3.3.3 Eiendomsrett	s.24
3.3.4 Relevansen av institusjonell teori i denne studien	s.25
3.4 Kommersialisering av naturressurser	s.26
4. Metode	s.28
4.1 Valg av metode	s.28
4.2 Intervju	s.29
4.3 Utvalget og utvalgsstrategier	s.30
4.4 Analyse av kvalitative data	s.35
4.5 Reliabilitet og validitet	s.36
4.5.1 Reliabilitet	s.36
4.5.2 Validitet	s.37
5. Resultater og diskusjon	s.39
5.1 Problemstilling 1: Hvilke muligheter og utfordringer opplever grunneiere og jaktentreprenører i forbindelse med oppstart og drift av jaktturismevirksomhet?	s.40
5.1.1 Muligheter	s.41
5.1.2 Utfordringer	s.44
5.2 Problemstilling 2: Hvordan opplever grunneiere og jaktentreprenører konflikter med aktører i sine omgivelser?	s.46
5.2.1 Delproblemstilling 1: Hvem er aktørene og hva går konfliktene med disse ut på?	s.46
5.2.2 Delproblemstilling 2: Hvordan kan konfliktene forklares?	s.49

5.2.3 Delproblemstilling 3: Hvordan håndteres konfliktene?	s.62
6. Økonomiske utfordringer	s.68
6.1 Prisforskjeller	s.68
6.2 Merverdiavgift	s.69
6.3 Smøreskandaler	s.70
6.4 Byggetillatelse	s.71
6.5 Andre økonomiske utfordringer	s.72
6.6 Oppsummering og konklusjon om økonomiske utfordringer	s.73
7. Oppsummering og konklusjon	s.74
7.1 Økonomiske utfordringer	s.74
7.2 Konflikter med andre aktører	s.76
7.3 Refleksjon og råd om framtidig forskning	s.77
8. Litteratur	s.79

Vedlegg 1: Intervjuguide

1. Innledning

”Det er to ting du skal begynne med hvis du skal skaffe deg uvenner, og det ene er fiske og det andre er jakt.” (Entreprenør 3 2014)

Sitatet er et hjertesukk fra en av informantene i denne studien. Ved første øyekast kan det synes som at jakt og fiske i seg selv er temmelig risikabelt å bedrive, men så trist er historien heldigvis ikke. Informanten er en mann som sikter til sin jakt- og fisketurismevirksomhet, der målet er å livnære seg av å tilrettelegge for, og selge jakt- og fiskeopplevelser til betalende kunder. Årsaken til at han konkluderer som han gjør vil bli redegjort for i de følgende kapitler.

Mannen har valgt å følge samfunnsendringer og politiske anbefalinger i sin yrkesvei. At valget falt på jaktturisme kan i tillegg til egen interesse nemlig i hovedsak tilskrives to forhold; Norges satsing på reiselivsnæringen (Nærings- og handelsdepartementet 2012), i kombinasjon med dalende inntekter fra det tradisjonelle jord- og skogbruket med oppfordringer fra Staten om å finne andre måter å utnytte gårdsressurser på både i inn- og utmark (Landbruks- og matdepartementet 2007). I 2012 kom regjeringen med reiselivsstrategien ”Destinasjon Norge”, der budskapet var klart: veksten i reiselivsnæringen i Norge har vært for dårlig, og reiseliv er noe man ønsker å satse på som en hovednæring for landet i tiden framover. I forordet til strategien peker daværende nærings- og handelsminister Trond Giske på at reiselivsnæringen er en av verdens raskest voksende næringer. I følge Mehmetoglu (2007) er det naturbaserte reiselivet den delen av reiselivsnæringen som vokser raskest, med 10 – 30 % årlig raskere vekst enn resten av sektoren. Også reiselivsstrategien anerkjenner naturen som viktig for norsk reiseliv, og det naturbaserte reiselivet er dermed et naturlig satsningsområde.

Samtidig har myndighetene, som nevnt, lenge vært ute med anbefalinger om at man også bør tenke nytt i landbruket. Antall driftsenheter i landbruket har gått sterkt tilbake de siste tiårene, og stadig flere ser seg om etter andre inntektskilder, såkalte tilleggsnæringer (Store Norske Leksikon 2014a). I 2007 hadde Landbruks- og matdepartementet (LMD) utarbeidet en strategi for lønnsom næringsutvikling i landbruket ved navn ”Ta landet i bruk!”. Den overordnede strategien for å nå målet for den delen av næringsutviklingen som lå under LMD var:

”Videreutvikle eksisterende og skape ny næringsvirksomhet med økt lønnsomhet, ved å ta i bruk mangfoldet av landbrukets menneskelige og materielle ressurser”(Landbruks- og matdepartementet 2007). En rekke virkemidler, i form av ordninger for tildeling av

økonomisk støtte, er rettet mot gjennomføring av strategien: Fylkesvise bygdeutviklingsmidler som forvaltes delvis av Fylkesmannen og Innovasjon Norge, Sentrale bygdeutviklingsmidler, Verdiskapingsprogram for matproduksjon, Utviklingsprogram for grønt reiseliv i Norge, Bioenergiprogram og Trebasert innovasjonsprogram som forvaltes av Innovasjon Norge, samt Utviklingstiltak innen økologisk landbruk som forvaltes av Statens Landbruksforvaltning (Landbruks- og matdepartementet 2007).

En ressurs som for mange allerede fungerte som et tilskudd til inntektene fra den tradisjonelle skogs- og gårdsdriften var den stadig økende mengden jaktbart hjortevilt i utmarken. De siste tiårene har elg (*Alces alces*) og hjort (*Cervus elaphus*) i norske skoger gjennomgått en kraftig bestandsøkning, blant annet som følge av endret avskytingsstrategi og innføringen av bestandsskogbruket med flatehogstfelt som ypperlig matfat for viltet (Hjeljord 2008). Som kapittel 2 ”Jakt og jaktlovgivning i et historisk perspektiv” går nærmere inn på har jakt lange tradisjoner i Norge, etter hvert også under betegnelsen naturbasert reiseliv med stadig større kundefokus og tilrettelegging. Flere av de økonomiske støtteordningene i forrige avsnitt er aktuelle for folk som ønsker å starte med jaktturisme, og i tillegg tilbyr Skogbrukes Kursinstitutt opplæring i blant annet viltforvaltning, jaktguiding og jaktledelse med tanke på utmarksnæring og reiseliv (Skogbrukets kursinstitutt 2014) og Innovasjon Norge har etablererkurs (Innovasjon Norge 2014), som blant annet den siterte Entreprenør 3 hadde benyttet seg av.

Den økende populariteten av jakt som fritidsaktivitet synliggjøres i ulike statistikker. I jaktåret 2013/2014 var det 464 176 personer oppført i jegerregisteret, hvorav 57 548 var kvinner. Dette er en økning på ca 85 000 personer på 10 år, hvor økningen var 18 % for menn og hele 73 % for kvinner (SSB 2014a). For å få et riktig bilde av hvor mange som jakter i landet må man imidlertid se på tall over aktive jegere, hvilket senker antallet til 137 240 personer i jaktåret 2012/2013. Dette er en nedgang på 6,3 % fra året før, en nedgang som i hovedsak skyldes at færre jaktet småvilt. For storvilt er tallene stabile, med et antall på 61 220 på elgjakt og 43 710 på hjortejakt samme år (SSB 2014b). I 2001/2002 var tallet for aktive jegere 142 530 (SSB 2014c).

Flere trender preger både jaktturismenæringen og reiselivsnæringen generelt. Tallene i avsnittet over viser at kvinner sakte men sikkert øker sin tilstedeværelse i et fortsatt mannsdominert miljø. Vi ser også at antall aktive jegere synker, hvor dalende interesse for

rypejakt som nevnt er en mulig forklaring. En annen trend som kan tenkes å påvirke antall jegere er jaktens økende status som eksklusiv fritidsaktivitet med dertil stigende prisnivå. Med økte lønnsnivåer og mer fritid ser man generelt i reiselivsnæringen en trend i retning av større krav til standard på alt fra aktiviteter til boforhold, og større marked for såkalt pakkeløsninger der kunden kommer til skreddersydde opplegg med minst mulig planlegging selv i forkant (Kamfjord 2011). Kjøpekraften og betalingsvilligheten når det gjelder egen fritid øker, og jaktturisme er et godt eksempel på denne utviklingen (Norges Skogeierforbund 2010). Grunneiere som tidligere bare leide ut kvoten de hadde på storvilt, ser nå en mulighet til økt inntekt ved å tilby pakker med guiding, overnatting, servering, behandling av felt vilt og andre tjenester. Det samme gjør jaktinteresserte uten (stort nok) eget terreng, og flere har fulgt trenden og startet opp som jaktentreprenører ved å leie jaktterreng av grunneiere.

I en rapport til LMD skriver Norges Skogeierforbund (2010) at det er potensial for en økt samlet omsetning innen jakt- og innlandsfiskesektoren på 50-60 % frem mot 2020. Det innebærer en økning fra 1,1 milliarder i 2009 til 1,8 milliarder i 2020 for småviltjakt, storviltjakt og jaktrelaterte tilleggstjenester. Det største potensialet ligger i produkter relatert til storviltjakt, med høy grad av tilrettelegging (Landbruks- og matdepartementet 2012).

Utviklingen medfører naturlig nok en gradvis endring i jaktkulturen. Både måten jakten utføres på, motivet for å jakte og synet på jakt både hos jaktende og ikke jaktende er i forandring. I tillegg til slike endringer over tid finner man også en forskjell på tvers av kontinenter og landegrenser. Brottveit og Aagedal (1999) reflekterer rundt en sammenligning av jaktkulturen i Norge, USA og Storbritannia. Mens jakt i USA er sterkt knyttet til en nasjonal og en mannlig identitet (frihet og selvrealisering) har jakt i Europa uttrykt eiendomsstruktur og klasseskiller. Norge skiller seg fra både den amerikanske og den engelske kulturen, samtidig som det er likheter. Den amerikanske kulturen representerer mer erobring og inntrengning, samt retten til å bære våpen og verne seg selv. Likheten med Norge ligger i at begge kulturer fokuserer på tilgjengelighet til naturen for alle, og har natur som en sterk nasjonal identitet. Her skiller England seg ut ved at jakt tradisjonelt har hatt et større preg av klasseidentitet, og det Brottveit og Aagedal (1999) kaller ”aristokratisk lek”. I Norge har jakten mer vært en del av en folkelig høstingstradisjon, men i likhet med England har den vært knyttet til grunneierrett og i hovedsak rural eiendom.

1.1 Problemstillinger og hypoteser

Denne studien har sitt utspring i den norske jaktkulturen og tidligere bruk av viltressursene, sett i sammenheng med moderne satsing på reiseliv og utmarksressurser. Når en aktivitet med en så sterk kulturell forankring som jakt kommer i søkelyset som en næring med et uutnyttet potensial, er det grunn til å forvente reaksjoner fra flere hold. Spesielt interessant kan det være å studere dem som har startet opp en jaktturismevirksomhet. Slik kan andre som vil starte opp lære av sine forgjengere, og det kan bidra til at myndighetene og andre med innflytelse forstår og kan gjøre noe med problemer ved dagens situasjon. Ikke minst kan studier føre til at de som studeres selv forstår bedre og kan gjøre noe med sin egen situasjon. Spørsmålene denne studien søker å besvare er derfor:

1. *Hvilke muligheter og utfordringer opplever grunneiere og jaktentreprenører i forbindelse med oppstart og drift av jaktturismevirksomhet?*
2. *Hvordan opplever grunneiere og jaktentreprenører konflikter med aktører i sine omgivelser?*
 - *Hvem er aktørene og hva går konfliktene med disse ut på?*
 - *Hvordan kan konfliktene forklares?*
 - *Hvordan håndteres konfliktene?*

Det er altså grunneiere og jaktentreprenører som er undersøkelsens studieobjekt, og disse har i dybdeintervju besvart spørsmål om hvilke muligheter og utfordringer de opplever knyttet til virksomheten sin, med ekstra fokus på konflikter med andre aktører i virksomhetens omgivelser. I denne formuleringen ligger en hypotese om at slike konflikter eksisterer. Hypotesen stammer fra eksisterende litteratur på området (Hovland 2003, Gezeliuss 2004, Brottveit og Agedal 1999, Rønningen et.al. 2001 m.fl.) og egne erfaringer. Studiens første problemstilling er likevel av mer generell undersøkende art, for å kunne registrere andre forhold informantene ser på som betydningsfulle, og for å kunne vekte betydningen av konflikter med andre aktører mot konflikter generelt. En naturlig hypotese for den første problemstillingen var at grunneierne og entreprenørene ville knytte mange muligheter og utfordringer til økonomi. Hypotesen begrunnes med at målet om økonomisk fortjeneste er innfelt i selve definisjonen av kommersialisering (Bjørnebekk 1992), og det er nettopp en kommersialisering av jakten grunneierne og jaktentreprenørene foretar når de starter med jaktturisme. En siste hypotese knyttet til problemstillingene var at det ville tre fram forskjeller mellom grunneierne og jaktentreprenørene når det gjaldt konflikter med andre aktører. En slik

hypotese var naturlig å sette opp på bakgrunn av hvor viktig tilgangen på jaktterreng er for å kunne drive jaktturisme, og det faktum at grunneierne har slik tilgang, mens jaktentreprenørene i utgangspunktet ikke har det. Hypotesene er oppsummert i Tekstboks 1.

Tekstboks 1: Hypoteser

Hypotese 1: Det eksisterer konflikter mellom grunneiere/jaktentreprenører som driver en jaktturismevirksomhet, og aktører i deres omgivelser

Hypotese 2: Grunneiere og jaktentreprenører knytter viktige muligheter og utfordringer til økonomi

Hypotese 3: Det er en forskjell på grunneiere og jaktentreprenører når det gjelder konflikter med andre aktører

Rønningen et.al. (2001) bygget sin studie av sosiale og kulturelle forhold ved kommersialisering av utmarksressurser på tre hovedfaktorer som Martiniussen (1991 i Rønningen et.al. 2001) trakk fram når det gjelder hva som påvirker folks handlinger:

Strukturelle føringer (for eksempel marked og politikk), **personlige egenskaper og ressurser** (for eksempel alder og hvorvidt man eier utmark eller ikke) og **sosiale og kulturelle forhold** (for eksempel normer og lokal identitet). Alle tre typene av faktorer kunne tenkes å gjøre seg gjeldende når det kom til hva informantene ville oppgi som muligheter og utfordringer i denne studien, og det siste punktet ”sosiale og kulturelle forhold”, er fokusert særskilt på i problemstilling 2.

1.2 Disposisjon

For å plassere studien i en historisk, kulturell og politisk kontekst innledes det med et kapittel om sentrale begivenheter knyttet til jakt i Norge (kapittel 2). Det er ikke alltid enkelt å endre på eksisterende praksis, som for eksempel det å starte opp med jaktturisme eller annen tilleggsnæring. Det kan være fort gjort å trå feil fordi man glemmer hvilke historiske begivenheter og ordinger som ligger bak dagens løsninger. Jeg har derfor innledet med et

kapittel om jakt og jaktlovgivning i et historisk perspektiv, som et grunnlag for å analysere de problemstillinger som denne studien bygger på.

I kapittel 3 presenterer jeg sentrale teorier og begreper som kaster lys over eller er med på å forklare resultatene av intervjuene. Selve intervjuene og studien for øvrig er foretatt som beskrevet i kapittel 4, og resultatene med tilhørende diskusjon følger etter i kapittel 5.

Fortløpende diskusjon av funnene anså jeg som hensiktsmessig, da det var snakk om store mengder data i form av transkriberte intervjuer som ikke enkelt lot seg presentere på kortfattet og forståelig vis adskilt fra diskusjonen. Et eget delkapittel om økonomiske utfordringer med tilhørende oppsummering og konklusjon er også tatt med (kapittel 6). For å samle trådene er de viktigste funnene oppsummert til slutt i kapittel 7, sammen med konklusjon og råd om framtidig forskning.

2. Jakt og jaktlovgivning i et historisk perspektiv

Så lenge det har vært mennesker i Norge har jakt, fiske og annen høsting av naturen vært et viktig bidrag til husholdningene i landet (Norges jeger- og fiskerforbund 2013). Tradisjonelt er det som matauk at jakten har hatt en verdi, og verdien har blitt ansett for å være betydelig, til tross for at mengden og sammensetningen av vilt har variert (Hjeljord 2008). Med tiden har jaktlovgivning og holdninger til jakt gått gjennom en rekke faser, og i det følgende presenterer jeg sentrale momenter ved denne utviklingen. En slik oversikt kan aldri bli fullstendig, men jeg har forsøkt å nevne viktige hendelser og hovedtrekk. For best mulig oversikt er gjennomgangen gjort kronologisk.

I Kristian 5. norske lov av 1687 ble all jakt gjort fri, bortsett fra hjortejakt og jakt med hund (Brottveit og Aagedal 1999). Det var grunneier som hadde enerett til hjortejakt og jakt med hund, samt fangst med snarer og feller. I 1730 fikk grunneier enerett også til jakt på elg og villrein, men retten ble opphevet i 1744, før lov av 1818 igjen slo fast når det gjaldt elgen, at grunneier skulle ha enerett til all jakt (ibid.). Samtidig ble det bestemt at det bare skulle felles en elg per eiendom (matrikkeljakt). Dette var ett av flere reguleringsiltak på 1700- og 1800-tallet (Brottveit og Aagedal 1999), men likevel minket hjortedyrstammene i Skandinavia sterkt utover 1800-tallet (Hjeljord 2008). Etter 1850 begynte elgstammen å ta seg opp, og med Jagtloven av 1889 kom fellingsrapport for elg og villrein (Brottveit og Aagedal 1999).

Med Jagtloven av 1899 var grunneiers enerett til all jakt og fangst unntatt for rovdyr et faktum. Lovforslaget var utarbeidet av den parlamentariske landbrukskommission, ledet av direktør ved Aas høiere landbruksskole Johan L. Hirsch (Brottveit og Aagedal 1999). En paragraf i loven forbød utskilling av jaktretten fra landbrukseiendommene. Loven styrket slik koblingen mellom grunneiendom og jaktrett. I et samfunn hvor jakt fram til da i hovedsak hadde vært en "allmannsrett", skapte loven voldsom debatt (Lier-Hansen 2014). Dette var i kjølvannet av den industrielle revolusjonen (Store Norske Leksikon 2014b), og utviklingen i Norge skjelte mot den i Storbritannia, hvor den noe tidligere revolusjonen hadde gjort jakt til en rikmannssport preget av klasseskiller (Hjermundrud 2014). I historieheftet "Jegrar og jakter i Heiberghiane" skriver Aarhus (2012) på oppdrag for forvaltningssekretariatet for Setesdal/Ryfylkeheiane om hvordan rikmannssønnen Thorvald Meyer Heiberg (1875-1962) så nye muligheter med den nye jaktloven, og investerte stortilt i terreng og hytter for å drive jakt- og fisketurisme. Han kjøpte opp land fra Lyseheiene og langt inn i Setesdal mellom 1904 og 1916, til han var landets største private grunneier (Jacobsen 2007). I terrengene bygde han

rundt 30 hytter. At han virkelig satset stort på eksklusive opplegg vitner jaktvillaen han fikk bygget i 1908 om. Villaen hadde to etasjer, veranda og en grunnflate på 120 kvadratmeter. Den ble bygget på Østlandet, og fraktet med båt og hesteslede hele veien inn til heiene (Jacobsen 2007). Kundene fant Heiberg først og fremst i rike kretset i England, men han fikk også besøk av dansk adel som samtlige titulerte seg som ”hofjægermester” og vanlige, ikke-adelige kunder fra inn- og utland (Aarhus 2012).

Selv om utviklingen i Norge har gått fra å være motivert av matauk og overlevelse, til å dreie seg om tilleggsinntekt og fritid, fulgte den aldri helt Storbritannia og mange andre land ved å gå via det man kan kalle sportsjakt (Lier-Hansen 2014), skjønt Heiberg gjorde sitt for å føre trenden i den retningen! I 1871 ble Norges Jæger- og Fiskerforening (nå: Norges jeger- og fiskerforbund, forkortet NJFF) stiftet, som svar på et ønske om ”å bedre husholdningene med vilt og fisk i landet” (Norges jeger- og fiskerforbund 2011). De siste 50 årene har veksten i hjorteviltstammene vært enorm. Den økende elgstammen vises tydelig i statistikk over fellingstall. I 1899 ble det felt 843 elg (Olstad 1934 i Brottveit og Aagedal 1999), mens det i 1950 ble felt over 4000 dyr (Brottveit og Aagedal 1999). I 1951 kom det en ny jaktlov som opphevet matrikkeljakten og innførte kvotefordeling ut fra arealstørrelse (Jaktloven 1951). NJFF sitt arbeid og misjon utviklet seg gradvis, og har de siste 50 årene i stor grad dreid seg om arbeid med jaktlovgivningen (Norges jeger- og fiskerforbund 2011).

NJFF har også endret sin misjon på andre områder. Da foreningen ble stiftet hadde jakt som nevnt blitt et gode knyttet til grunneierretten, med sterke restriksjoner på allmennhetens adgang. Også NJFF representerte dette synet. I 1927 ble derfor en ny interesseforening for jakt stiftet, Arbeidernes jeger- og fiskerforbund (AJFF), som et svar på det de omtalte som ”hvordan Venstre i 1899 fratok arbeiderne retten til jakt og fiske” (Arbeidernes jeger- og fiskerforbund 2014). Mottoet var ”Jakt og fiske, hvermanns rett”. I 1960 ble imidlertid AJFF og NJFF slått sammen til Norges jeger- og fiskerforbund som i dag jobber under mottoet ”Jakt- og fiskeglede til alle – for alltid” (Norges jeger- og fiskerforbund 2011). Et motto som står i kontrast til tankegangen da den første foreningen ble stiftet i 1871.

Samtidig som man begynte å jobbe for en lettere tilgang til jakt, var det en kraftig reduksjon i antall sysselsatte i norsk jordbruk. Siden 1950 har antall gårdsbruk blitt redusert med tre fjerdedeler og andelen sysselsatte redusert fra 350 000 til 60 000 i 2005 (Statistisk Sentralbyrå 2008). Etter 1945 var det en sterk økning i antall nordmenn som bodde i tettsteder (Store Norske Leksikon 2014c). Tilleggsnæringer ble et stadig hyppigere tema i debatten om

framtidens landbrukspolitik. Lønnsomheten i tradisjonelt landbruk var dalende, men skogbruket gjorde det bra og man begynte å se på alternative måter å utnytte skogen og andre gårdsressurser som befant seg i utmark. Slik fikk begrepet utmarksressurser etter hvert en utvidet betydning, og med det kom utmarksnæringer og bygdeturisme i søkelyset som satsningsområder. I en kronikk i Aftenposten 11. november 1987 pekte Falck og Mysterud på nettopp dette behovet for økt satsing på tilleggsnæringer, representert ved det de omtalte som *viltbruk*. Behovet for slik nytenking ble satt i sammenheng med målet om bærekraftig utvikling som Brundtlandkommisjonen la fram i sin rapport samme år. Falck og Mysterud (1987) argumenterte for at viltbruk var nettopp det kommisjonen var ute etter når de snakket om å integrere miljø og utvikling, en idé vi i dag kjenner under begrepet ”*bruk og vern*” eller ”*vern gjennom bruk*”. Ved å øke prisen for å jakte på eiendommen ville grunneieren få økte inntekter, samtidig som at *alt* vilt ville nyte godt av viltstelltiltak som grunneieren gjennomførte for det jaktbare viltet (Falck og Mysterud 1987). Slik ville en bedre økonomisk vektlegging av viltet føre til at også viktige verneaspekter ble bedre ivaretatt (ibid.). Det kan selvsagt diskuteres hvorvidt *alt* vilt virkelig nyter godt av *alle* viltstelltiltak, men kronikken viser hvordan debatten om viltressursene ble satt på den politiske dagsordenen.

I 1981 kom dagens jaktlov, Lov om jakt og fangst av vilt (Viltloven 1981). Året etter ble Fylkesmennenes miljøvernavdelinger opprettet og i 1987 ble ”MIK-ordningen” (Miljøvern i kommunene) innført, med egne miljøvernkonsulenter i hver kommune. Opprettelsen av Fylkesmennenes miljøvernavdeling i 1982 var et resultat av en årelang tautrekking i politikken der store deler av befolkningen endret kjerneverdier knyttet til miljøsituasjonen (Nøttestad 2007 i Høyland et.al. (red.) 2007). Også jakt sto på dagsordenen. Med Viltloven av 1981 hadde det såkalte ”speilvendingsprinsippet” blitt innført. I stedet for at alt vilt var jaktbart med mindre fredningstider gjaldt, var nå alt vilt fredet med mindre det var fastsatt en jakttid. Dette stilte krav til jegerens artskunnskaper, og Viltloven av 1951 ga blant annet derfor også hjemmel til å innføre en obligatorisk jegerprøve, en prøve som ble innført i 1986 (Norges jeger- og fiskerforbund 2013).

Da den første stortingsmeldingen om friluftsliv kom i 1986 (Aas og Hertzberg 2001) ble det drøftet om jakt og fiske formelt og politisk skulle anses som et felt innen friluftslivspolitikken, som da det offentlige skulle medvirke til å tilrettelegge for (Hjermundrud 2014). Slik ble det, og man kan i dag trygt si at jakt er anerkjent som en frilftsaktivitet og ikke lenger hovedsaklig matauk som i tidligere tider. Debatten dreide seg også om i hvilken grad det skulle tilrettelegges for at allmennheten skulle ha adgang til jakt og fiske. Et av hovedfeltene

som preget Stortingsmeldingen (1986) var oppfølging av utredninger foretatt av Berganutvalget, som hadde slått fast at det var mye som måtte gjøres innen organisering av rettighetshaverne slik at en kunne få bedre og lettere tilgjengelige fiske- og jaktområder (Hertzberg et.al 2001). Imidlertid ble et forslag fra regjeringen om mer likestilling av innenbygdsboende og utenbygdsboende i forvaltningen av jakt og fiske på Statsgrunn og i Statsallmenninger lagt vekk. I dag er det fortsatt mange steder et klart skille mellom innenbygds- og utenbygdsboende når det gjelder jaktkort på småvilt.

Debatten om tilgang på jakt og fiske fortsatte. I 1995 kom en rapport fra Østlandsforskning, som svar på et innspill fra Miljøverndepartementet om at det burde bli opprettet en egen post på statsbudsjettet for å bedre befolkningens adgang til jakt og fiske (Aas og Vorkinn 1995). Det ble imidlertid aldri satt i verk konkrete tiltak annet enn at grunneiere, for å motta statlige midler til kalking av fiskevann eller viltstelltiltak, måtte selge en viss andel fiske- og jaktkort til allmennheten (Hjermundrud 2014). På 90-tallet ble det lagt en ramme for mer forvaltningsansvar til grunneierne, og tiltak for å få fram helhetlige driftsplaner. Når det gjaldt jakt ble dette forholdsvis vellykket for storvilt, men ikke småvilt (Hjermundrud 2014).

Nylig kom NOU 2013: 10 "Naturens goder – om verdier av økosystemtjenester". På s.156 sies følgende om verdien av jakt: *"Endringene i jord- og skogbruk (samt i viltforvaltningen) førte til økte antall og økt utbredelse av store pattedyr som elg, hjort, og rein. Dette har ført til mer jakt og jaktutbytte, og jakt er viktig for mange grunneiere. Jakt er også en viktig sosial institusjon i mange lokalsamfunn, som bl.a. betyr mye for felles opplevelser og identitet. De siste årene har man sett en rekke nasjonale og lokale forsøk på å utnytte utmarksressursene til å skape økonomisk utvikling i distriktene."*

Utredningen anerkjenner både den økonomiske og den sosiale/kulturelle verdien av jakt. Det er i dag allment kjent hvilken stor betydning jakt har, spesielt i distriktene, og det har lenge vært et fokus på å bedre utnyttelsen av utmarksressursene. Inntekter fra jakten kan være et betydelig tilskudd til distriktsøkonomien, i tillegg til at en lettere tilgjengelig jakt gir økt livskvalitet for flere. Et av de nyeste tiltakene for å bedre tilgjengeligheten til storviltjakt er at Statskog i 2013 gjorde det mulig å jakte elg og hjort uten å være medlem av et jaktlag (Statskog 2014). Statskog er i dag landets største grunneier, og eier blant annet områdene som Heiberg kjøpte opp i sin tid (Jacobsen 2007). De såkalte storviltjaktkortene kan kjøpes på internettportalen www.inatur.no, sammen med en mengde andre jaktkort, fiskekort og overnattinger i hytter over hele landet.

3. Teori og begrepsavklaring

Jakt har historisk gått fra å være motivert av overlevelse og matauk til naturopplevelse og fritidsaktivitet. I nyere tid har jakten fått en viktigere rolle som inntekstkilde i form av kjøtt salg, utleie av kvoter og for noen etter hvert jaktopplegg med varierende grad av tilrettelegging og tilleggsprodukter. Vi snakker om ”jaktturisme”, et fenomen som langt fra er nytt i norsk sammenheng, men som i nyere tid har fått et annet omfang og innhold enn den gang det var rike engelskmenn som utgjorde kundemassen (Aarhus 2012). I det følgende defineres jaktturisme nærmere, før andre begreper, teorier og prinsipper som er relevante for studien blir gjennomgått.

3.1 Jaktturisme som helhetlig reiselivsprodukt

Jaktturisme er et begrep hvor de to delene ”jakt” og ”turisme” for mange ikke har en umiddelbar sammenheng. Blant jegere og andre med tilknytning til jakt er begrepet velkjent, men ellers i befolkningen er nok koblingen mindre klar. For eksempel omtalte Rønningen et. al. (2001) konsekvent turisme og jakt som hver sine felt, som dette utdraget (s.6) viser: *”[...] for å få til næringsaktiviteter i større skala knyttet til for eksempel jakt, fiske og turisme.”*

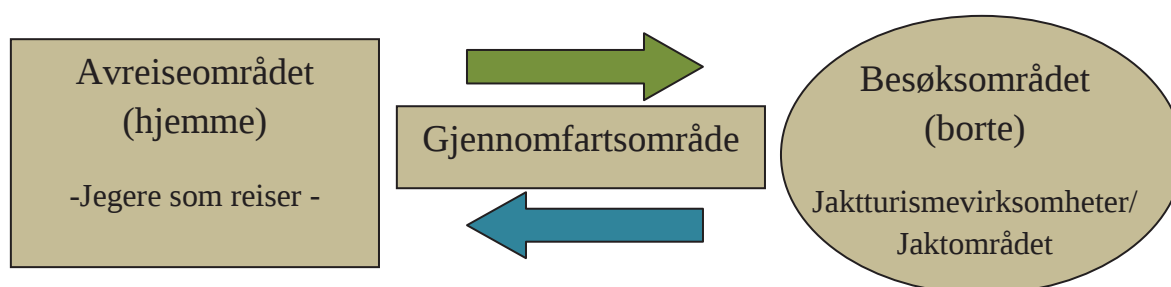
Denne måten å ordlegge seg på var antageligvis ikke for å bevisst skille mellom jakt, fiske og turisme, men sitatet viser hvor naturlig det var å omtale jakt og fiske som egne typer av aktiviteter sammenlignet med turisme, for bare 10-15 år siden. Kobler man jaktturisme med moderne reiselivslitteratur blir det imidlertid klart at jakt i aller høyeste grad kan omtales som et naturbasert reiselivsprodukt.

Det er ingen allment akseptert definisjon på naturbasert reiseliv. I det nylig avsluttede forskningsprosjektet ”Naturbasert reiseliv – bedrifter, kompetanse, rekruttering”, et samarbeid mellom Norges miljø- og biovitenskapelige universitet, Transportøkonomisk institutt og Mittuniversitet i Sverige, brukes en definisjon basert på Fredman et al. (2009) og Lundberg og Fredman (2011) (Grubben 2013). Dette er en vid definisjon, som kan inkludere jaktturisme:

”Naturbasert reiseliv omfatter menneskers aktiviteter når de besøker naturområder utenfor sine vanlige omgivelser. Den naturbaserte reiselivsnæringen er et samlebegrep som omfatter summen av bedrifter og organisasjoner med virksomhet som primært er rettet mot mennesker som besøker naturområder utenfor sine vanlige omgivelser.”

For å gi en beskrivelse av hva som ligger i begrepet jaktturisme, og samtidig vise den klare koblingen til generell reiselivslitteratur presenteres her Leipers (1990 i Kamfjord 2011) modell for det helhetlige reiselivsproduktet, modifisert til den naturbaserte reiselivsformen jaktturisme. Det er viktig å være i stand til å gjenkjenne jaktturisme som en gren innen det naturbaserte reiselivet for å anerkjenne næringen som et viktig satsningsområde for Norge, jf reiselivsstrategien (Nærings- og handelsdepartementet 2012). Modellen til Leiper (1990 i Kamfjord 2011) er svært kompleks, og det er kun hovedlinjene som gjøres rede for i det følgende.

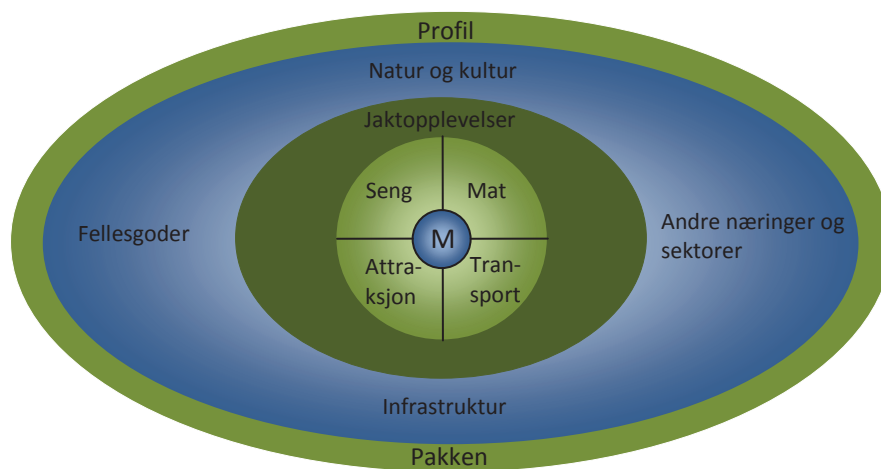
Figur 1 viser det Kamfjord (2011) kaller reiselivets makroperspektiv. Jaktturistene har et avreiseområde som de reiser fra via et gjennomfartsområde før de ankommer besøksområdet, altså jaktturismevirksomheten. Avreiseområdet kan være lokalt, regionalt, nasjonalt eller internasjonalt i forhold til der det jaktes. Hvor jaktturistene reiser fra avgjør hva som er virksomhetens marked, og hvordan jaktproduktet bør utformes og markedsføres.



Figur 1: Reiselivets makroperspektiv tilpasset jaktturisme (basert på Leiper 1990 i Kamfjord 2011)

Besøksområdet utgjør for de fleste turismeformer selve målet med reisen, og kan illustreres med en egen modell presentert i Figur 2 (basert på Leiper 1990 i Kamfjord 2011). Kamfjord (2011) definerer det helhetlige reiselivsproduktet som ”et samlet tilbud av varer, tjenester og opplevelser som tilfredsstiller den reisendes ønsker og behov i forbindelse med midlertidige opphold utenfor fast bosted.” I sentrum finner vi markedet med jaktturistens formål med reisen. Formålet kan i følge Kamfjord (2011) være forretningsreise, kurs- og konferansereise eller ferie- og fritidsreise. Jaktturisme hører oftest hjemme i kategorien ferie- og fritidsreise, men jakt kan også være en del av en forretningsreise eller i forbindelse med kurs- og konferanse. På samme måte som andre turister har jegeren forventninger til og behov for ulike

typer overnatting (seng), servering (mat), attraksjoner (jaktformer/jaktopplegg) og transport. Totalopplevelsen av jaktproduktet skapes i samspillet mellom de forventningene jegeren har til de fire nevnte elementene, og den faktiske servicen på stedet. Hvis jegeren forventer å betale kun for å leie kvoten, samt en kilopris for kjøttet, så er det kun dette man tar betalt for. Markedsfører man derimot et pakkeprodukt med full forpleining og guiding, samt hjelp med uttransportering av dyr må pakkeproduktet og prisen i praksis stå i forhold til det som ble forespeilet jegeren før jakten. Dette stiller krav til grunneieren/jaktentreprenøren sine egenskaper som vertskap, og forståelse av markedet.



Figur 2: Det helhetlige reiselivsproduktet. I jaktturisme er attraksjonen selve jakten (basert på Leiper 1990 i Kamfjord 2011)

Som en ramme rundt selve jaktvirksomheten og opplevelsen som tilbys ligger områdets forutsetninger for jaktturisme. Her er natur og kultur av større betydning for jaktturisme enn for mange andre typer turisme. I tillegg kommer fellesgoder, infrastruktur og andre næringer og sektorer i virksomhetens omgivelser. Andre næringer og sektorer utgjør en viktig del av bildet i denne studien, jf. problemstilling 2. Produktet som helhet kan selges som en *pakke* som ofte er tilknyttet en *profil*. Profilen skal få produktet til å virke ekstra attraktivt og unikt, og profilering gjøres gjerne av reklamebyråer eller destinasjonsselskaper. Som den danske tegneren Robert Storm Petersen illustrer i Figur 3 er det mer enn selve jakten som utgjør helheten i et jaktprodukt.



- Går De aldrig på jakt?
- Ork jo – forleden var jeg på en større herregårdsjagt!
- Såh – fikk De noget?
- Jo, en gangske fortrinlig middag!

Figur 3: Det er mer enn selve jakten som utgjør helheten i et jaktprodukt!

(Petersen, ukjent årstall)

På samme måte som for naturbasert reiseliv er det ingen allment akseptert definisjon av jaktturisme. Det er i det hele tatt vanskelig å finne vitenskapelige arbeider som definerer begrepet. Alatalo (2003) definerer en jaktturist som ” *en person som forlater sitt naturlige miljø(hjem/jobb) for å jakte, og at reisen varer minst 24 timer. En jaktturist kan utøve andre aktiviteter i løpet av reisen, men jakten skal være hovedårsaken til reisen for å kunne kalles jaktturist.* ” I en studie av Matilainen og Keskinarkaus (2010) ble intervjuobjektene bedt om å definere jaktturisme. Svarene bekreftet i stor grad definisjonen til Alatalo (2003), men i tillegg mente de fleste at jaktturisme innebærer mer enn selve jakten med overnatting. Det ble sagt at guiding, hunder, mat og andre tilleggstenester må inkluderes for at det skal kunne kalles ”ekte” jaktturisme. Mange regner altså ikke noe for å være jaktturisme før det oppfyller kravene til Leipers (1990 i Kamfjord 2011) helhetlige reiselivsprodukt. Samme definisjon av jaktturisme er lagt til grunn ved utvelgelse av informanter til denne studien.

3.2 Avklaring av andre relevante begreper

Intervjuobjektene i denne studien blir for enkelthets skyld noen steder omtalt med fellesbetegnelsene ”virksomheter” eller ”jaktturismevirksomheter”, selv om det ikke er virksomhetene i seg selv, men de som driver virksomhetene som er de egentlige studieobjektene. Mer presist omtales de informantene som baserer virksomheten på egen, større eiendom som ”grunneiere”, mens de som i hovedsak leier areal av andre går under betegnelsen ”jaktentreprenører” eller bare ”entreprenører”.

”Grunneier” brukes i denne sammenhengen både om den som faktisk eier grunnen i et område, hvilket er ordets rette betydning, og om de informantene som *representerte* en grunneier/grunneiendom under intervjuene.

Definisjonen av begrepet ”entreprenør” kan diskuteres og varierer gjerne noe avhengig av hvilken bransje det er snakk om. Bruken av ordet (jakt)entreprenør i denne sammenhengen forsvarer utelukkende av at det er dette begrepet som gjelder på folkemunne. En definisjon som imidlertid passer på den typen entreprenørskap som en jaktentreprenør driver, er den som brukes i Landbruks- og matdepartementet (2007) sin strategi ”Ta landet i bruk!” (jf. kapittel 1). Der blir det sagt at *”med entreprenørskap forstås en dynamisk og sosial prosess der individer og/eller virksomheter, alene eller i samarbeid, identifiserer økonomiske muligheter og gjør noe med dem ved å etablere ny virksomhet.”* Ser man til Store Norske Leksikon (2014d) er motstand fra omgivelsene tatt med i definisjonen, en vinkling som er interessant å merke seg i forbindelse med tema for denne studien: *”En aktør som på tross av motstand fra andre greier å få i gang nyskapende virksomhet, ofte med utgangspunkt i nye tekniske løsninger, og gjennom å finne allierte og etablere samarbeid.”* Korsvolla et.al. (2004) bruker begrepet ”gründer” i stedet for entreprenør, og beskriver forholdet mellom grunneieren og gründeren som at grunneieren kan drive næringsvirksomhet på egen eiendom eller fungere som en kontaktperson mellom eiendommen og en gründer uten rettigheter til nødvendig areal for forretningsideen sin. Gründeren kan, i følge Korsvolla et.al. (2004), for eksempel være en nabo uten tilstrekkelig mengde eiendom.

Et utvalg sentrale, jaktrelaterte begreper blir også brukt i teksten. I områder hvor det er flere grunneiere, gjerne med små eiendommer, er eiendommene organisert i *grunneierlag*. Andre bruker ordene ”utmarkslag” eller ”viltforvaltningslag”, og det finnes kanskje flere betegnelser i bruk. Grunneierlag er for ordenhets skyld brukt konsekvent her. Ofte samarbeider

grunneierlaget om viltforvaltningen i et eller flere *vald*. Et vald er det geografiske området som kommunen eller villreinnemnda godkjenner for jakt på arter av hjortevilt (Forskrift om forvaltning av hjortevilt 2012), og et vald kan bestå av en eller flere grunneiendommer. Som en respons på et ønske fra myndighetene om en mer helhetlig hjorteviltforvaltning organiseres valdene mange steder i *storvald*. Hvert vald/storvald får av kommunen tildelt en *kvote* bestående av et bestemt antall *fellingsløyver*. Et løyve tilsvarer et dyr og det skilles mellom kalv, voksne dyr og mellom kjønn (for hjort er i tillegg spissbuk/unge hanndyr en egen gruppe) (Forskrift om forvaltning av hjortevilt 2012).

Et siste, svært sentralt begrep for denne studien er *interessekonflikt*. Interessekonflikter oppstår i knapphetssituasjoner, når to eller flere personer eller grupper gjerne vil ha de samme godene, men tilgangen på godene ikke er tilstrekkelig til at alle kan få oppfylt sine ønsker fullt ut (Aubert 1964). Det at folk tilhører forskjellige institusjoner (som jeg kommer tilbake til) og dermed har forskjellige roller når det kommer til jakt og utmark, innebærer ofte at de også har forskjellige interesser. Interessekonflikter kan derfor være et sentralt begrep når det gjelder å forklare eventuelle konflikter mellom de som driver en jaktturismevirksomhet og andre aktører.

3.3 Institusjonell teori

Menneskers hverdag preges i større eller mindre grad av ulike institusjoner. Som med naturbasert reiseliv og jaktturisme er det heller ingen allment akseptert definisjon på hva en institusjon er. Vatn (2005) presenterer et utvalg definisjoner av andre forfattere, hvor denne er dekkende for betydningen av institusjon i denne sammenhengen:

”Institusjoner er spilleregler i et samfunn, eller mer formelt, de menneskeskapte begrensningene som former samhandling mellom mennesker” (North 1990)

For å forstå begrepet institusjon kan man forestille seg en vanlig ukedag. På arbeidsplassen fungerer man i en type institusjon hvor både nedskrevne retningslinjer og uskrevne normer legger føringer for hvordan man oppfører seg og samhandler med kolleger. Etter arbeidstid avgjør en helt annen institusjon hvordan man fungerer med sin familie, mens nok et sett med skrevne og uskrevne regler gjelder på møte i for eksempel borettslaget. I følge Berger og Luckmann (1967 i Vatn 2005) er mennesker produkter av de sosiale forholdene de vokser opp under. Hovland (2003) knytter dette til Sack (1997) sin diskusjon av aktører sin frie vilje.

Siden aktører ikke handler i isolasjon, men på grunnlag av regler, normer, skikk og bruk og adferd har de ikke fullstendig fri, individuell vilje.

Man skiller mellom formelle og uformelle institusjoner (Hovland 2003). Formelle institusjoner er formelle rettsregler eller annet juridisk bindende materiell (Hovland 2003), hvor eiendomsretten og fordeling av storviltkvoter er eksempler i denne sammenhengen. Uformelle institusjoner baseres på uformelle samfunnsregler som ikke er juridisk bindende. De kan likevel ha svært stor innflytelse på et samfunn, og i likhet med formelle institusjoner gi rettigheter og plikter, samt sanksjoner når disse ikke følges (Hovland 2003). Gaveøkonomi som beskrives i kapittel 3.3.2 er et eksempel på hvordan uformelle institusjoner fungerer.

På bakgrunn av eksisterende institusjonsteori og resultatene av denne studien, har jeg valgt å innføre begrepet ”jegerinstitusjon”. Siden begrepet er et resultat av arbeidet med å besvare problemstillingene blir det omtalt nærmere først i kapittel 5 Resultater og diskusjon.

3.3.1 Sosial kapital

Et begrep som har nær sammenheng med sosiale institusjoner og næringsvirksomhet er sosiale nettverk. Nettverk er viktig for å dekke behovet for sosial støtte, legitimering og tilhørighet hos nyetablerere og entreprenører (Rønningen et.al 2001). Slike nettverk kan kalles *sosial kapital* (Vennesland 2004) fordi de utgjør en viktig ressurs, på linje med naturressurser, menneskeskapte ressurser og menneskelige ressurser som arbeidskraft. Som Vennesland (2004) viste i sin studie av små virksomheter i Vest-Agder, er tilgangen til sosial kapital kritisk for virksomheters grad av suksess (suksess ble i studien definert som økte inntekter og/eller sysselsetting). Sosial kapital definerer han som sosiale nettverk (min oversettelse av ”group arrangements”) som bidrar til å gjøre individuelle handlinger mer produktive enn de ville vært i fravær av disse nettverkene. Slike nettverk kan være mellom aktører i samme lokalsamfunn (horisontale), eller de kan være nasjonale/regionale nettverk som forbinder aktører med andre utenfor sitt lokalsamfunn (vertikale) (Vennesland 2004).

3.3.2 Gaveøkonomi

I kapittelet ”Elgjaktas symbolske økonomi – hva står på spill?” (Brottveit og Agedal 1999) reflekterer Ånund Brottveit rundt elgjaktkulturen knyttet til jaktens materielle side. Her er

gaveøkonomi et sentralt begrep som enkelt lar seg plassere i det jeg har valgt å kalle ”jegerinstitusjonen”. Gaveøkonomi er et sosialt system for utveksling av goder som ikke er basert på økonomisk gevinst (The free dictionary 2014). Elgjakten innebærer betydelige økonomiske verdier i form av viltkjøtt, og disse fordeles vanligvis på jaktlagets medlemmer etter endt jakt. Fordelingen foretas ofte på bakgrunn av innsats under jakten, samt eiendomsstørrelse og grunneierrettigheter (Brottveit og Agedal 1999). Jaktens økonomiske utbytte er i følge Brottveit og Agedal (1999) noe det ikke snakkes om blant jegere. Det blir ikke trukket fram som hovedmotiv for at man velger å jakte, og når kjøttet skal fordeles er det gjerne med en forlegen, nærmest påtvunget likeglad og spøkefull holdning hos dem som mottar utbyttet. Brottveit forklarer denne *demonstrative disinteressen* med to forhold: For det første står gaveøkonomien sterkt i jaktkulturen, og i gaveøkonomisk sammenheng blir alltid de økonomiske realitetene tilslørt. Fordelingen av kjøttet avdekker jaktens materielle og økonomiske side, og dette sammenligner han med den pinlige situasjonen som oppstår når noen har glemt å fjerne prislappen på en gave.

For det andre argumenterer han for at kjøttfordelingen tydeliggjør det økonomiske systemet, hierarkiet, som råder når det gjelder medlemmene i jaktlagets sosiale relasjoner og ulike statuser. Dette systemet forsøker man ellers i størst mulig grad å overse, ved å framheve at i jaktlaget er alle mann jevnbyrdige. Denne lagfølelsen er en sterk del av jaktkulturen, og fordelingen av kjøttet der noen får mer enn andre kan potensielt skape misunnelse og splittelse i laget. Når kjøttet først er fordelt blir det sett på som verdifullt på grunn av arbeidet som var lagt ned i det, og den begrensede mengden, og derfor også ansett som en verdifull gave å gi bort (Brottveit og Agedal 1999).

3.3.3 Eiendomsrett

Eiendomsrett definerer hvem som har adgang til hvilke ressurser og goder under hvilke forutsetninger (Vatn 2005). Grunnlaget for alle tanker rundt eiendomsretter er, i følge Berge (2011) eiendomsrett til jord, altså grunneiendom. Grunneier er en sentral aktør i reiselivet generelt, fordi reiseliv innebærer at en besøkende beveger og oppholder seg på geografiske steder som ikke er egen eiendom (Kamfjord 2011). Etter Viltloven av 1981 har grunneier enerett til all jakt og fangst, et prinsipp som er sentralt for denne studien.

Begrepet eiendomsrett har en sentral plass i institusjonell teori. I tillegg til det rent juridiske innholdet i begrepet refererer det også til den makten aktører har til å råde over egne goder (Hovland 2003). Denne makten er, i følge Hovland (2003, som refererer til Eggertson 1993 og Sevatdal 1998) påvirket av både formelle og uformelle institusjoner, og påvirker derfor igjen eierens muligheter til å utvikle salgbare produkter (jaktprodukter i denne sammenhengen), basert på ressursene han eller hun eier.

Når jaktkvotene fordeles ut fra eiendomsstørrelse blir viltet på et vis en del av grunneiers eiendomsrett. Det er imidlertid viktig å være i stand til å se skillet mellom retten til et landareal og retten til viltressursene. Grunneierretten innebærer en rett til selve eiendommen, grunnen, og til viltet *når dette er felt*. Kvoten er slik et eksempel på hvordan en eiendom ikke nødvendigvis er en "ting" eller et landområde. Grunneier eier ikke hjorteviltet som oppholder seg på eiendommen, men har en rett til å felle et visst antall av disse. *Fellingsløyvene* er altså grunneiers eiendom som denne står fritt til å gi bort eller leie ut etter eget ønske.

Norges levende viltressurser er altså såkalt felleseie og som Figur 4 (Ostrom 2003) viser er felleseiegoder udelelig – ingen kan felle en hjort som andre allerede har felt (slaktet er et privat gode), i motsetning til hvordan flere kan benytte seg av samme gatebelysning en hel kveld. Felleseiegoder kan i utgangspunktet heller ikke ekskluderes fra andre brukere, men de kan privatiseres i større eller mindre grad. Da regjeringen la kvotebegrensninger på storviltjakt i 1899 var det nettopp en slik privatisering som ble innført. Dyrene i kvoten er udelelige, og muligheten for å ekskludere andre fra å benytte goden er høy, da grunneier kan velge å benytte seg av alle fellingsløyvene selv. I figur 4 vil jaktkvoten altså befinne seg i ruten øverst til venstre, merket "Privat gode", mens selve hjorteviltet befinner seg nederst til venstre som et felleseiegode. Begge er udelelige, men kvoten kan man ekskludere andre fra å benytte seg av, i motsetning til det levende viltet som får bevege seg rundt på de eiendommene det vil.

3.3.4 Relevansen av institusjonell teori i denne studien

Kunnskap om institusjonell teori med begreper som sosial kapital, gaveøkonomi og eiendomsrett, er relevant i denne studien, fordi norsk jakt og viltforvaltning har en klar institusjonell og sosial struktur. Jakt er i følge viltlovgivningen eiendoms- og arealtilknyttet, og både jakt og viltforvaltning er del av en innarbeidet kultur preget av både formelle og

uformelle institusjoner (Hovland 2003, Rønningen et.al. 2001). Med stadig mer kommersialisering av jakt til jaktturisme er det nærliggende å forvente endringer i det institusjonelle rammeverket (Hovland 2003). Man kan blant annet forvente at konflikter med andre aktører kan virke inn på virksomhetenes sosiale kapital og deres handlingsrom når det gjelder å benytte seg av eiendomsretten sin, og dermed vanskeliggjøre kommersialisering.

Gaveøkonomi er relevant fordi kommersialisering av jakt innebærer et økt fokus på jaktens pengeverdi, hvilket er en kontrast til prinsippene for gaveøkonomi som råder i mange ”jegerinstitusjoner”. Med gaveøkonomi som en viktig plass i norsk jaktkultur kan teorien være med på å forklare reaksjoner som jaktturismevirksomheter blir møtt med fra aktører i sine omgivelser. Det blir ikke gått inn på alle delene av gaveøkonomikulturen, som for eksempel det som omhandler plikten til å gjengjelde en gave.

3.4 Kommersialisering av naturressurser

Eierstrukturen i utmark kan sies å være meget stabil fordi utmark ofte følger landbrukseiendommer som forblir i samme familie over flere generasjoner (Korsvolla et.al 2004). Av den grunn er næringsvirksomhet i utmark sterkt avhengig av personlige egenskaper ved grunneier. I Norge er eiendomsstrukturen også preget av mange små og få store eiendommer (Korsvolla et.al 2004), hvilket gjør at samarbeid mellom flere grunneiere ofte er en forutsetning for å kunne drive utmarksbasert næringsvirksomhet.

Å starte opp en jaktturismevirksomhet innebærer å kommersialisere en naturressurs som mange steder blir sett på som et offentlig gode (Felleseiegode i Figur 4) (Korsvolla et.al. 2004). Som nevnt har samfunnsutviklingen gjort kommersialisering av jakt mer vanlig og gitt den et annet innhold. Ordet kommersialisering brukes om prosesser som finner sted når tanken om lønnsomhet begynner å prege områder som tidligere har vært preget av andre vurderinger (Bjørnebekk 1992). Kommersialisering innebærer ofte en ekskludering av brukere. Jakt og fiske skiller seg ut blant naturressursene, fordi det er aktiviteter som tradisjonelt har blitt utført av lokale innbyggere og da med utgangspunkt i grunneierretten, siden retten til jakt og fiske etter viltlovgivningen av 1899, 1951 og 1981 har fulgt og følger denne. Slik har jakt og fiske vært preget av en viss grad av ekskludering, selv uten videre kommersialisering. Som jeg gikk inn på i kapittel 2 ligger det mye historie bak dagens ordning hvor jakt er knyttet til eiendomsrett, minsteareal osv.

	Høy	Udelelighet	Lav
Høy	Privat gode • Udelelig (individuell) i forbruk • Lett å ekskludere andre brukere Eks: fellingsløyver/jaktkvote, tannpirker, hotellrom	Avgiftsgode • Delelig (felles) i forbruk • Lett å ekskludere andre brukere Eks: naturguiding, viltsafari, kabel-TV, rafting	
	Felleseigode • Udelelig i forbruk • Kan ikke ekskludere andre brukere Eks: skogsbær, levende vilt (elg, hjort etc.). I mange lokalsamfunn hører (private) fellingsløyver i praksis hjemme her	Kollektivt gode • Delelig i forbruk • Kan ikke ekskludere andre brukere Eks: fuglekikking, gatebelysning, rekreasjon i utmark	
Lav			

Figur 4: Klassifisering av ulike typer goder etter grad av mulighet for å dele og ekskludere folk fra dem (basert på Ostrom 2003)

I tillegg til private goder og felleseigoder finnes avgiftsgoder og kollektive goder. Et jaktturismeprodukt kan være sammensatt av goder fra alle de fire kategoriene. Ved å kombinere salg av ulike goder kan reiselivsbedrifter overkomme det Kamfjord (2011) kaller reiselivets paradoks, nemlig at ”den delen av reiselivsproduktet som har stor opplevelsesverdi har ofte lav pengeverdi.” Det er lett å forsvare at man tar betalt for maten som serveres, og sengen gjestene sover i, men ofte er det en vakker fjord eller en spektakulær fjelltopp i nærheten som gir gjestene den største opplevelsen. Nøkkelen ligger i å klare å ta seg betalt også for denne ressursen som tross alt utgjør en vesentlig del av produktet man markedsfører. Eksempelvis kan man kompensere ved å ta betalt for båtutleie, salg av kikkerter eller i dette tilfellet jaktguiding.

Når det kommer til kommersialisering av naturressurser er det sosiale normer/institusjoner som avgjør hva det er akseptert at man tar seg betalt for og hva som oppfattes som felleseigoder. Figur 4 er dermed et resultat av hvordan samfunnet oppfatter goder, og innholdet i figuren vil forandre seg i takt med at samfunnet forandrer seg.

4. Metode

Dette kapitlet presenterer den metodiske tilnærmingen til problemstillingen, og diskuterer valg av metode på bakgrunn av en kort presentasjon av ulike metodiske prinsipper og egenskaper.

4.1 Valg av metode

Enhver vitenskapelig problemstilling fordrer en plan for hvordan den skal besvares. Hva og hvem som skal undersøkes og hvordan man skal gjennomføre undersøkelsen kalles studiens *forskningsdesign* (Johannessen et.al. 2011). I takt med utformingen av selve problemstillingen vil noen sider ved forskningsdesignet framtre som gitt. I dette tilfellet, der problemstillingen handlet om hvordan en bestemt gruppe oppfatter noe, var det allerede definert hvem som var gjenstand for undersøkelse, altså mennesker som driver jaktturismevirksomheter, og til en viss grad hvordan undersøkelsen skulle gjennomføres. Mye er imidlertid overlatt til den evnen forskeren har til å vurdere hva som er den mest hensiktsmessige måten å gå fram for å få den informasjonen som søkes.

Problemstillingen for denne oppgaven er samfunnsvitenskapelig i det at den har mennesker som studiefelt, i motsetning til naturvitenskapen som ofte forholder seg til studieobjekter som det ikke er mulig å diskutere med eller spørre ut (Johannessen et.al. 2011).

Samfunnsvitenskapelig metode dreier seg i følge Johannessen et.al. (2011) om hvordan man skal gå fram for å få informasjon om den sosiale virkeligheten. Når utgangspunktet for en undersøkelse er mennesker, står forskeren overfor både metodiske muligheter og utfordringer som hver på sine måter legger rammer for hvordan man kan oppnå et svar på det man lurer på. Metodelitteraturen skiller mellom to hovedformer for metodisk tilnærming innen forskning; den kvalitative og den kvantitative tilnærmingen (Ryen 2002, Johannessen et.al. 2011).

Forskjellen på de to typene er ikke alltid klart definert, men selv om de til tider ikke er like enkle å skille fra hverandre er det vanlig å definere dem på bakgrunn av hvilken form resultatet presenteres i, og hvordan det analyseres. Mens kvantitativ forskning er kjent for å gi data som kan tallfestes og analyseres statistisk, presenteres kvalitativ forskning som sammenhengende tekst og/eller bilder, basert på for eksempel en observasjonsprotokoll eller lydopptak fra intervju (Hellevik 2002).

Det var klart fra starten at problemstillingen fordret en kvalitativ tilnærming, da målet var å kartlegge personlige tanker og meninger rundt temaet jaktturisme, samt analysere forhold som hadde å gjøre med sosiale nettverk og interaksjoner mellom aktører med ulike interesser. Dette er temaer som best lar seg besvare gjennom samtaler og observasjoner med de involverte aktørene (Johannessen et.al. 2011, Hellevik 2002). Kvantitative teknikker som for eksempel spørreundersøkelser kunne til en viss grad gitt svar på problemstillingen. Det argumenteres imidlertid i metodelitteraturen for at kvalitative metode benyttes der målet er å forstå og studere et fenomen i dybden, og av kvalitative teknikker er intervju egnet der man ønsker å få fram kompleksiteten og nyansene i et sosialt fenomen, og der det er menneskers erfaringer og oppfatninger som studeres (Johannessen et.al. 2011). Intervju var dermed et naturlig valg. På grunn av økonomiske- og tidsmessige begrensninger ble intervjuene foretatt over telefon. Informantene var spredt over store deler av landet, men selv om noen var avstandsmessig nært nok til at et intervju kunne foretas ansikt til ansikt ble også disse intervjuet per telefon for å unngå feilkilder knyttet til variasjon i intervjueteknikk.

4.2 Intervju

Intervjuene ble gjennomført på bakgrunn av ”Det kvalitative intervjuet” til Ryen (2002) og intervjuguiden (Vedlegg 1) ble utformet som semistrukturert i tråd med anbefalingene fra Johannessen et. al (2011). En semistrukturert intervjuguide er godt egnet hvis man ønsker å kunne tilpasse spørsmålene til den enkelte informant, samt gå i dybden og kartlegge lite kjente fenomener (Malt 2009). Med en semistrukturert intervjuguide kan intervjuet minne om en vanlig samtale. Intervjuobjektet blir diskret oppfordret til å fortelle videre ved bruk av såkalte hjelpeord som for eksempel ”ja” eller ”mhm” (Johannessen et.al. 2011). Hvis intervjuobjektet likevel ikke beveger seg videre til resten av spørsmålene i intervjuguiden, eller kommer inn på et annet tema, kan spørsmålene stilles direkte.

I tillegg til introduksjon og avslutning ble spørsmålene delt i to hovedtemaer; ”Tema 1: Om bedriften” og ”Tema 2: Muligheter og utfordringer ved oppstart og drift”. Hvert tema inneholdt ferdig formulerte spørsmål som kunne stilles direkte, men for det meste ble spørsmålene brukt som undertema, og tilpasset informanten og flyten i samtalen. Tema 1 besto av fire spørsmål eller undertema (om bedriften, motivasjon, målsetting og grunneierorganisering/viltforvaltning). Her ble informanten ledet inn i et såkalt

”rundturspørsmål” (grand-tour question) (Ryen 2002), der han fikk fortelle historien om sin virksomhet på sin egen måte. Videre gled intervjuet enten automatisk inn på de resterende spørsmålene, eller informanten ble ledet inn på dem eller spurt direkte, som beskrevet i forrige avsnitt. Spørsmålene ble stilt for å få frem et generelt bilde av virksomhetens historie, omfang, motivasjon, målsetning, omgivelser etc.

Tema 2 hadde åtte spørsmål som omhandlet eventuelle veiskiller i virksomhetens historie, forholdet til andre aktører, økonomi, konflikthåndtering og selvsagt muligheter og utfordringer som et overordnet tema hele veien. Veiskiller ble spurt om fordi det ble vurdert for å være en god måte å få informantene til å huske sentrale begivenheter som det kunne knytte seg spesielle muligheter og utfordringer til. Kommersialisering av jakten i et område kan være et slikt veiskille. Spørsmålene om forhold til andre aktører tok sikte på å få fram hvilke aktører i omgivelsene som var av betydning for virksomhetene og på hvilken måte. Økonomi ble spurt om spesifikt på bakgrunn av hypotesen om at dette ville være et viktig tema, og spørsmålet om konflikthåndtering tok sikte på å gi svar på delproblemstilling 3. Dersom informanten ikke kom inn på muligheter og utfordringer selv ble det stilt direkte spørsmål om dette etter hvert.

Hvert intervju varte mellom 40 og 80 minutter. Telefonintervjuer bør ikke vare for lenge, da både intervjuer og intervjuobjekt kan bli sliten, slik at det framkommer andre svar på spørsmål som blir stilt på et sent enn på et tidlig stadium i intervjuet.

4.3 Utvalget og utvalgsstrategier

Informantene i studien ble valgt ut etter prinsippene for strategisk og kriteriebasert utvelgelse som er beskrevet i Johannesen et.al (2011). Ved strategisk utvelgelse plukkes utvalget fra en målgruppe som på forhånd er definert, for å gi best mulig data til det som skal undersøkes. Kriteriene for utvelgelsen var at informantene skulle være leder, eller inneha en annen sentral rolle i en jaktturismevirksomhet, at virksomheten skulle være minimum 5 år gammel og at minst ett av jaktproduktene som ble solgt skulle kunne knyttes til jakt på elg eller hjort. Kriteriene ble satt fordi det var ønskelig med informanter som hadde vært med på både oppstart og videre drift av jaktturisme over lengre tid (evt. bare sistnevnte), samt at de kunne ha opplevd problemstillinger knyttet til eiendomsrett, jaktkvoter og minsteareal. Slike problemstillinger er aktuelle når det gjelder storviltjakt i større grad enn småviltjakt.

Utvelgelsen ble gjort i samarbeid med veileder Ole Hofstad ved NMBU, leder for prosjektet Verdifull jakt; Arve Aarhus, og Vidar Holthe, tidligere utmarksrådgiver i Norges Skogeierforbund. Det å be ”utenforstående med kunnskap og kjennskap” om å anbefale hvem man bør snakke med, er en av framgangsmåtene man kan bruke for å finne informanter, i følge Ryen (2002). Resultatet kan betegnes som et homogent utvalg da samtlige informanter kjennetegnes av de ovennevnte kriteriene. Det som skilte dem fra hverandre var at de drev med noe ulik virksomhet, for eksempel når det gjaldt grad av tilrettelegging, organisering av jakten og jaktbare arter. De ble også plukket fra forskjellige kommuner i landet, og hadde ulike terrengmessige forutsetninger, både som følge av den geografiske spredningen og mengde tilgjengelig terreng.

Utvalget for undersøkelsen var altså ikke et *sannsynlighetsutvalg*, og kan ikke sies å være representativt for landet, norske jaktturismevirksomheter eller andre grupper.

Representativitet er da heller ikke utgangspunktet når man velger informanter til kvalitative studier (Johannesen et.al 2011), derimot tilstreber man hensiktsmessighet som beskrevet i forrige avsnitt. Informasjonen som kom fram under intervju med informantene kan likevel sies å ha *en viss grad* av representativitet for norske jaktturismevirksomheter, forutsatt at virksomhetene ligner informantene på sentrale områder som type virksomhet, størrelse på virksomheten og hvor lenge virksomheten har vært aktiv. Dette er rimelig å anta på bakgrunn av at det var likhetstrekk i informasjonen som ble gitt av de ulike, uavhengige informantene under intervjuene.

Det ble bevisst valgt å ikke fokusere intervjuene i et bestemt geografisk område, da det var ønskelig å gi et generelt bilde av landet som helhet. Jaktturisme er en forholdsvis liten, gjennomsliktig næring i Norge, som til dels er preget av forhold av typen ”alle kjenner alle”. Også av den grunn er det naturlig å tro at saker som gjelder for flere av mine informanter også kan gjelde andre steder i landet. Dersom en spesifikk kommune hadde vært studieområde hadde man, selv med dybdeintervju, kunne oppnådd representativitet ved at man i praksis kunne klart å identifisere og intervjuet alle jaktvirksomhetene i kommunen. På landsbasis er dette ikke overkommelig (eller svært ressurskrevende) da det ikke finnes en fullstendig oversikt over jaktvirksomheter, og en eventuell kartlegging antageligvis ville resultert i flere tusen virksomheter, avhengig av hvordan man hadde definert ”jaktturismevirksomhet”. Denne studien har altså tatt sikte på å si noe generelt om jaktturisme i Norge, samtidig som antall intervjuer er for lite til at det kan hevdes representativitet.

Den endelige utvalgsstørrelsen var 13 virksomheter (tabellene 1 og 2) som alle ble intervjuet, hvorav syv var grunneiere med store eiendommer, og seks var entreprenører som i hovedsak leide areal av andre til å drive jaktturisme. Denne todelingen av informanter ble til en viss grad et sammenligningsgrunnlag for analysen av resultatene. Antall respondenter kunne vært noe høyere for å gi et enda mer utfyllende svar på problemstillingen, men da intervjurunden nærmet seg slutten begynte mengden ny informasjon som kom fram å avta, og det ble da besluttet å avslutte feltarbeidet. Dette er i tråd med anbefalingene til Ryen (2002), og tidsbegrensninger ga heller ikke rom for flere intervjuer. Johannesen et. al (2011) oppgir 10-15 intervju som en vanlig utvalgsstørrelse for mindre prosjekter og pilotprosjekter, skjønt antallet kan være lavere eller adskillig høyere.

Som jeg vil komme tilbake til var det viktig å hele tiden ha i bakhodet hvem informantene var under arbeidet med problemstillingene. Hvem de var innebærer ikke bare navn, stilling i virksomheten og andre åpenbare kjennetegn, men også hva de representerte i kraft av sin posisjon, hvordan de presenterte dette, hva dette tilførte mitt arbeid og ikke minst hva det *ikke* tilførte. I kapittel 5 Resultater og diskusjon gis det derfor en kort beskrivelse grunneierne og jaktentreprenørene som grupper, før meningene deres presenteres. Som ved de fleste problemer er det minst to sider av saken, og ved å intervju kun grunneiere og entreprenører innen jakt, hvilket ble gjort her, er det klart at man ikke får fram alle sidene. Dette er det forsøkt tatt hensyn til underveis ved at det ikke er trukket konklusjoner basert på et utilstrekkelig variert perspektiv. Det er også viktig å påpeke at dette er en liten studie både økonomisk og tidsmessig. Den kan betraktes som et tilskudd til eksisterende studier på et fortsatt nokså ustudert felt. Nærmest en stemningsrapport av norsk jaktturisme, som tester om situasjonen har endret seg det siste tiåret, og avdekker eventuelle behov for videre forskning.

Tabellene 1 og 2 gir en oversikt over alle jaktentreprenørene og grunneierne som ble intervjuet. Hver informant er tildelt et tall eller en bokstav, slik at leseren enkelt kan koble informasjon om informantene fra tabellen med sitater som er gjengitt andre steder i teksten. Antall daa, dyr og årstall i tabellen er ikke alltid nøyaktige, og er kun ment for å gi et omtrentlig bilde av virksomhetenes omfang og alder. Antall løyver kan omfatte både egne løyver, og løyver som virksomheten disponerer for andre. Kolonnen ”Årstall for oppstart og eventuelle vendepunkter” viser når virksomhetene startet med jaktturisme/jaktutleie, eventuelt når det ble endringer i den eksisterende praksisen, med forbehold om at informantene kan ha manglet kjennskap til forhold på eiendommen(e) før sin tid. For noen har det vært mer omfattende vendepunkter enn for andre. Det er verdt å ha i bakhodet at skillet mellom jakt og

jaktturisme ikke alltid er like klart, da man (spesielt i eldre tider) kan ha hatt ordninger om jaktutleie uten å definere det som annet enn ordinær jakt. Informantene kan ha tolket begreper ulikt i sine besvarelser. Ikke alle data foreligger for alle informantene.

Tabell 1: Oversikt over jaktentreprenørene i studien, og deres jaktturismevirksomhet.

Informant	Hovedart (storvilt)	Areal og antall løyver	Årstall for oppstart og eventuelle vendepunkter	Fylke
Entreprenører (nummer 1-6)				
Entreprenør 1	Hjort	150 dyr	Moderne jaktturisme siden 2002.	Hordaland
Entreprenør 2	Hjort	13 000 daa og 30 dyr	Leide terreng for å jakte selv i 1995. Startet med moderne jaktturisme i 2007.	Sogn og Fjordane
Entreprenør 3	Elg	30 000 daa og 18-24 dyr	Jaktturisme siden 2006.	Hedmark
Entreprenør 4	Hjort	150-200 dyr	Startet med moderne jaktturisme i 1993.	Sogn og Fjordane
Entreprenør 5	Hjort	1000 daa m/ 2 dyr + 3800 daa m/ 6 dyr + 12 000 daa m/ 12 dyr + 10 000 daa m/ 8 dyr	Jaktutleie på egen gård siden 80-tallet. Moderne jaktturisme på leid terreng siden 1994. Vendepunkt i 2007 da det ble organisering i storvald.	Møre og Romsdal
Entreprenør 6	Elg		Startet med jaktturisme i 2007 (kun fiske tidligere).	N-Trøndelag

Tabell 2: Oversikt over grunneierne i studien, og deres jaktturismevirksomhet.

Informant	Hovedart (storvilt)	Areal og antall løyver	Årstall for oppstart og eventuelle vendepunkter	Fylke
Grunneiere (bokstav A-G)				
Grunneier A	Elg		Overtok gården i 2005 og startet for alvor med jaktturisme i 2009.	Hedmark
Grunneier B	Elg	400 000 daa og 100 dyr	Fikk laget en utmarksplan tidlig på 80-tallet, som la grunnlaget for å starte med jaktturisme.	Nordland
Grunneier C	Elg	715 000 daa og 140	Jaktutleie på eiendommen siden 1980. Moderne jaktturisme fra 2000.	N-Trøndelag
Grunneier D	Elg	Ca. 500 000 daa og 220 dyr	Ansatte en med ansvar for jaktturisme på 60-tallet. Moderne jaktturisme siden 1970/80. Vendepunkt i 2001/2002 med omorganisering av jaktopplegg og høyere priser.	N-Trøndelag
Grunneier E	Elg	Ca. 40 000 daa og 70 dyr	Jaktutleie på eiendommen siden 1880-tallet. Moderne jaktturisme fra 70-/80-tallet	N-Trøndelag
Grunneier F	Hjort	65 000 daa og 100 dyr	Jaktutleie på eiendommen siden 1993. Moderne jaktturisme siden 1997	Sogn og Fjordane
Grunneier G	Elg	230 000 daa og 100 dyr	Åpnet for utleie av jakt til andre enn ansatte og "oppsittere" i 1978. Ulike prosjekter med eksklusiv jaktutleie siden 90-tallet. Samme opplegg siden 2009. Vendepunkt i 2010/11 da ansattes adgang til jakt ble omorganisert (fjernet begrepene ansattlag/-terreng).	Østfold

4.4 Analyse av kvalitative data

Analysen av svarene fra de 13 informantene er som nevnt ikke presentert hver for seg, men diskuteres samlet. Noen steder var det riktig nok hensiktsmessig å knytte svar på et spørsmål til et annet spørsmål hos samme informant, men utover det er intervjuene ikke omtalt separat.

Analyse av datamateriale går ut på å trekke ut den informasjonen man trenger for å besvare problemstillingene (Hellevik 2002). Yin (2014) tar for seg case studie som metode, hvor dybdeintervju er et viktig element. Han skriver at analyse av kvalitative data er en utfordring for mange forskere, fordi det er få fastsatte formler eller oppskrifter for hvordan det skal gjøres, sammenlignet med hva som finnes for eksempelvis statistisk analyse av kvantitative data. Analysen er et kritisk stadium i forskningsprosessen og mye er opp til forskeren selv. Det finnes dataprogrammer for kvalitativ analyse, men disse er først og fremst hjelpemidler eller verktøy som fortsatt krever en årvåken forsker til å fullføre analysen (Yin 2014). Det er ikke benyttet dataprogrammer i denne studien.

Analyse og tolkning av data skjer gjerne samtidig, ved at forskeren starter tolkningen mens teksten leses gjennom for å systematiseres (Hellevik 2002). En vanlig framgangsmåte er å identifisere felles temaer (hos informantene) som datamaterialet kan sorteres under, gjerne basert på foreløpige hypoteser, eksisterende teorier og en intervjuguide hvis man har brukt det (Yin 2014). Denne metoden hører hjemme i en av fire generelle analysestrategier i følge Yin (2014). Man følger de teoretiske hypotesene og har dermed eksisterende hovedtemaer som et utgangspunkt for sortering av data, i motsetning til om man hadde lest gjennom datamaterialet og latt materialet selv avgjøre hovedtemaene. Begge disse metodene er benyttet i analysen av dataene i denne studien. Mens transkriberingen pågikk utpekte det seg enkelte hovedfunn, og momenter som gikk igjen i flere av svarene. Dette, sammen med problemstillingene, hypoteser og eksisterende teorier, ble grunnlag for gruppering av data i følgende hovedtemaer: “Motivasjon og suksess (om virksomheten)”, “Sosiale utfordringer”, “Økonomi”, “Naturgitte forhold”, “Muligheter” og “Annet”. De tre førstnevnte temaene var bestemt på forhånd og samsvarte med temaer i intervjuguiden (Vedlegg 1) og med problemstillingene. “Naturgitte forhold” var et område som informantene selv la vekt på, mens “Muligheter” og “Annet” også var grupper som utpekte seg som praktiske å ha med under analysen og som nærmest kan kalles sekkebetegnelser. En slik todeling av analysestrategi er naturlig da problemstillingene både åpnet for å avdekke generelle

muligheter og utfordringer som informantene hovedsaklig måtte komme opp med selv, og tok sikte på å gå i dybden på det forhåndsbestemte temaet ”konflikter med andre aktører”.

Den transkriberte teksten ble sortert i ulike dokumenter, ett dokument for hvert hovedtema. De ulike informantene ble tildelt hver sin fargekode på teksten, for å bevare oversikten over hvem som hadde sagt hva. Teksten til hvert hovedtema ble gjennomgått og diskutert ved å knytte den opp mot problemstillingen og relevante teorier. For å få bedre oversikt over hver og en av virksomhetene ble det også forfattet et kort, sammendrag med stikkord og nøkkelsetninger til hvert intervju (ikke vedlagt av hensyn til anonymitet). Slik ble det enkelt å se eventuelle sammenhenger mellom ulike svar gitt av samme informant. Den endelige presentasjonen av resultatene ble strukturert med underoverskrifter som følger oppbygningen av problemstillingene og gir slik kronologisk, dekkende svar på disse.

Yin (2014) anbefaler at man også ”leker med” dataene ved å konstruere tabeller, figurer etc. Systematiske og visuelle oversikter kan gjøre informasjonen enklere å bearbeide og forstå. Tabellene 1 og 2 er (enkle) resultater av en slik ”lek” med dataene. Også andre, mer innholdsrike, tabeller og oversikter ble konstruert som et ledd i analysen, men av hensyn til informantenes anonymitet er disse utelatt fra den ferdigstilte teksten. Det kunne fort blitt enkelt å identifisere informantene med tilstrekkelig mengde systematisert informasjon.

4.5 Reliabilitet og validitet

Kvalitativ forskning blir av enkelte kritisert for at den gir få eller ingen holdepunkter for å skille god forskning fra dårlig forskning (Ryen 2002). Under den kvalitative forskningsprosessen er det derfor viktig at forskeren er svært bevisst på metodologiske valg og hvordan disse dokumenteres. En vanlig tilnærming til spørsmålet om kvaliteten på forskningen er å kontrollere studiens reliabilitet og validitet (Hellevik 2002).

4.5.1 Reliabilitet

Studiens reliabilitet bestemmes av hvordan målingene er gjennomført, altså hvor nøyaktig forskeren har vært (Hellevik 2002). Reliabilitet kan testes ved å sammenligne uavhengige målinger av samme fenomen, men med intervju er av praktiske grunner en slik kontroll vanskelig å gjennomføre (Hellevik 2002). I min studie ble alle intervjuene tatt opp på bånd og

transkribert i ettertid. Det framkommer derfor til en viss grad av opptakene og den transkriberte teksten hvorvidt reliabiliteten er god. I ettertid er det også flere ting jeg som uerfaren forsker har blitt klar over at jeg kunne ha gjort annerledes knyttet til reliabilitet.

En konsekvens av at spørsmål stilles av en person i stedet for at det benyttes spørreskjema, er det Hellevik (2002) kaller intervjuereffekt. Intervjuereffekt innebærer at svarene til informanten blir påvirket av den som stiller spørsmålet. En slik påvirkning er nærmest umulig å unngå fullstendig, men det er mulig for den som stiller spørsmålene å begrense påvirkningen, for eksempel ved å la være å stille ledende spørsmål (Ryen 2002). Selv om jeg har forsøkt å ta hensyn til intervjuereffekt har det forekommet til en viss grad. For eksempel har noen spørsmål vært delvis ledende, og det har blitt stilt multiple spørsmål, altså to eller flere spørsmål samtidig (Ryen 2002). Siden et semistrukturert intervju ligner en vanlig samtale (Ryen 2002) var det vanskelig å stille spørsmålene på en helt nøytral måte. Hvis studien hadde blitt gjennomført av en annen forsker kunne resultatet dermed sett annerledes ut.

En annen mulig feilkilde er at svarene til informantene kan ha blitt feiltolket under analysearbeidet. Hvis det er tilfelle kan konklusjoner basert på utsagn fra informanter være feil, men i skrivende stund er det ikke noe som tyder på at feiltolkning har funnet sted.

En siste feilkilde knyttet til meg som intervjuer er at noen viktige poenger hos informantene som det kunne vært nøstet videre på har blitt forbigått. Dersom alt hadde blitt tatt tak i hadde jeg kanskje hatt et enda fyldigere bakgrunnsmateriale å jobbe med, men forhåpentligvis har ikke svært viktige aspekter ved problemstillingene gått tapt.

4.5.2 Validitet

Validitet handler om hvorvidt det forskeren har målt samsvarer med det som ble besluttet at skulle måles, i problemstillingene (Hellevik 2002). I motsetning til reliabilitet er ikke validitet like enkelt å teste (Hellevik 2002), men også dette kan til en viss grad utledes av den transkriberte teksten.

Knyttet til validitet har det først og fremst, på samme måte som med reliabilitet, vært en utfordring at jeg som forsker hadde lite erfaring med å gjennomføre kvalitative intervjuer. For å bedre validiteten kunne jeg brukt mer tid på utformingen av intervjuguiden, og generell

planlegging med å operasjonalisere problemstillingene. Som uerfaren forsker var det ikke enkelt å vite hvordan jeg burde formulere spørsmålene for at problemstillingene skulle bli besvart på best mulig måte. Som jeg har påpekt tidligere har jeg prøvd å være bevisst på hvem informantene var, og dermed hva de ville være i stand til å tilføre studien. Spørsmålene som ble stilt informantene kan likevel til tider ha vært på siden av problemstillingene og/eller hva informantene kunne gi svar på.

Det faktum at det i delproblemstilling 2 ble tatt sikte på å forklare hva som lå bak eventuelle konflikter mellom informantene og andre aktører, kun basert på samtale med den ene parten, var fra starten en potensiell kilde til dårlig validitet. Denne svakheten har jeg vært bevisst på, men jeg utelukker ikke muligheten for at jeg likevel har trukket konklusjoner som kan vise seg å ikke stemme.

Det er også andre mulige feilkilder man bør ha i bakhodet knyttet til informantene. I tillegg til at de ble plukket ut fordi de passet til de på forhånd fastsatte kriteriene ble de også plukket ut fordi personene som hjalp til med utvelgelsen kjente til dem. Det er med andre ord snakk om virksomheter/mennesker som har klart å skaffe seg et navn i bransjen. Det kan tenkes at personer som lykkes med egen virksomhet også innehar visse personlige egenskaper som påvirker hva de oppfatter som muligheter og utfordringer.

Informantene kan også ha tolket spørsmål og begreper forskjellig og utelatt informasjon fordi de trodde det var urelevant, uinteressant eller ubehagelig å snakke om. Dette kan forklare til dels store forskjeller i hva informantene valgte å fokusere på under intervjuene, til tross for at de ble stilt noenlunde de samme spørsmålene. Slike feilkilder kan ha ført til at konklusjoner som er trukket på tvers av informantene ikke stemmer. Feilkildene bidrar også til at det ikke er mulig å generalisere konklusjoner fra denne studien til landet som helhet, hvilket heller aldri var hensikten, som beskrevet i kapittel 4.3.

5. Resultater og diskusjon

I dette kapitlet presenteres resultatene fra de 13 dybdeintervjuene. Problemstillingene blir gjennomgått kronologisk med resultater og diskusjon fortløpende, som beskrevet i kapittel 4. Først besvares problemstilling 1:

“Hvilke muligheter og utfordringer opplever grunneiere og jaktentreprenører i forbindelse med oppstart og drift av jaktturismevirksomhet?”

Deretter følger en diskusjon av problemstilling 2:

“Hvordan opplever grunneiere og jaktentreprenører konflikter med aktører i sine omgivelser?”

For å belyse dette spørsmålet er diskusjonen bygget opp rundt de tre delproblemstillingene:

- *Hvem er aktørene og hva går konfliktene med disse ut på?*
- *Hvordan kan konfliktene forklares?*
- *Hvordan håndteres konfliktene?*

Etter at Problemstilling 2 er besvart har jeg viet et eget delkapittel til en diskusjon av økonomiske utfordringer. Økonomi er prioritert fordi det var en utfordring mange opplevde som viktigere enn konflikter med andre aktører, og fordi det ble fokusert mer på dette av informantene enn på noen av de andre utfordringene (med unntak av konflikter med andre aktører).

Der hvor deler av samtaler fra intervjuene er gjengitt, er utsagn fra informanten markert med en E for entreprenør eller G for grunneier, mens mine utsagn er markert med initialene CJ.

5.1 Problemstilling 1: Hvilke muligheter og utfordringer opplever grunneiere og jaktentreprenører i forbindelse med oppstart og drift av jaktturismevirksomhet?

Når man skal si noe om hvordan en eller flere grupper mennesker opplever noe, er det greit å ha klart for seg som et utgangspunkt hvem menneskene er. Før muligheter og utfordringer diskuteres, gis det derfor her en kort, gruppevis omtale av henholdsvis grunneierne og entreprenørene som ble intervjuet. Det var selvsagt forskjeller innad blant de syv grunneierne og de seks entreprenørene, men det er nok likheter til at de kan omtales som grupper. Slik bevares også anonymiteten. Det er imidlertid viktig å være bevisst på at det å gruppere informantene slik er en forenkling som medfører at ikke alle individene i gruppene vil kjennes seg igjen i alle konklusjonene som er trukket på vegne av gruppen.

Som nevnt i kapittel 4 ”Metode” er det også svært viktig å alltid ha klart for seg hvem informantene i en studie er, av hensyn til validiteten av studien. Det gjelder nok alle studier av mennesker i større eller mindre grad, og i akkurat denne var det kritisk fordi det som skulle besvares var hvordan *informantene opplevde* noe. Studien handler altså spesifikt om noen få menneskers tanker og meninger og hvis man da glemmer (eller i utgangspunktet ikke har klart for seg) hvem disse menneskene er, kan man fort trekke konklusjoner basert på feil grunnlag.

Grunneierne (/representantene for disse) som ble intervjuet, er eiere (/forvaltere) av større eiendommer med jaktrettigheter. Fem av grunneierne er blant Norges 30 største. Store deler av jaktrettighetene leier de ut til jegere/jaktlag (gjerne faste som kommer tilbake hvert år), og i tillegg tilbyr de tilrettelagte jaktopplegg som kan inkludere tjenester som muligheter for innskyting av våpen, transport til/fra terrengene, guiding, hjelp med uttransportering og behandling av felt vilt, overnatting og servering.

Eiendommene har en veletablert plass og status i lokalsamfunnet som kan strekke seg flere hundre år tilbake i tid. På grunn av eiendommens størrelse er grunneierne lite avhengige av samarbeid med andre for å kunne drive jaktturisme, men de fleste er likevel del av en eller annen form for samarbeid (eks. grunneierlag) med naboeiendommer. Skogbruk har vært og er fortsatt en viktig inntektskilde, og mange av eiendommene har lenge vært en viktig arbeidsplass i lokalsamfunnene rundt. Det er også svært vanlig at lokale jegere og jaktlag har jaktet billig eller gratis på eiendommen i lang tid.

Motivasjonen for samtlige av grunneierne for å starte med jaktturisme var økt inntekt eller å ha flere ben å stå på økonomisk i tilfelle år med lav inntekt fra annen drift. Samtlige

informanter var også jegere selv og hadde en større eller mindre dose lidenskap for jakt som bidrag til motivasjonen. Også forvaltningsaspektet var en viktig pådriver for å starte med jaktturisme, i sammenheng med det faktum at en økende storviltstamme gir nye muligheter.

Entreprenørene eier enten ingen jaktrettigheter selv, eller de eier for lite til at det er lønnsomt å drive jaktturisme på det alene. Entreprenørene har derfor inngått avtaler med grunneiere om å leie terreng med jaktrettigheter. I terrengene driver de mer eller mindre eksklusive jaktopplegg for jaktturister, som kan inneholde det samme som oppleggene til *grunneierne*. Enten tilbyr entreprenørene tjenestene selv, eller de er behjelpelig med å formidle kontakt med andre som gjør det. Sistnevnte er vanlig når det gjelder for eksempel overnatting og servering, mens guiding og transport er eksempler på tjenester de oftest står for selv.

Entreprenørene har sine røtter i lokalsamfunnet, som lokale jegere og/eller mindre grunneiere. Motivasjonen for å starte med jaktturisme var et ønske om å drive med noe de interesserte seg for og som de så et potensial for i bygda. I tillegg var også inntekt en motivasjon, og lønnsomhet en selvskreven målsetting for å kunne drive i det hele tatt. De fleste hadde imidlertid en annen jobb i tillegg til jaktturismevirksomheten.

5.1.1 Muligheter

På oppfordring om å fortelle om spesielle muligheter eller positive sider ved det å drive jaktturisme var det få av informantene som umiddelbart hadde noe å komme med. De fleste kunne svare at det generelt gikk greit med virksomheten, men hadde problemer med å komme med konkrete eksempler på muligheter. Mangelen på eksempler kan skyldes flere forhold. Det er naturlig at man er opptatt av det som er utfordrende, fordi det krever handling på et annet nivå enn positive forhold. Likevel skulle man tro at det er viktig for informantene å være klar over hvilke fortrinn, potensial osv. som virksomheten deres har med tanke på videre drift. Det hadde antageligvis kommet fram mer om muligheter dersom det hadde blitt viet mer tid til dette, på bekostning av fokuset på utfordringer/konflikter med andre aktører. Videre kan det hende at hva som mentes med muligheter ikke ble godt nok forklart under intervjuet. Det kan også tenkes at virksomhetene rett og slett ikke var ute etter å ekspandere (utvikle nye produkter, nå ut til nye kundegrupper osv.) og derfor ikke hadde klart for seg hvilke muligheter de hadde i den forbindelse. Svarene som ble gitt på spørsmål om hvilke tanker de hadde om ”veien videre” støtter opp om den forklaringen for flere av virksomhetene, men

ikke alle. Det kunne virke som om de fleste hadde planer om enkelte utviklingstiltak, men ikke en kraftig ekspandering. Sitatet fra denne grunneieren illustrerer tankegangen:

”Vi har vel ikke noen konkrete planer, bare jevnt over forbedring. Vi har planer om oppgradering og utvidelse på forskjellige hytter og sånne ting som skal holde en høyere standard. Vi vurderer... det er evt. om vi kunne sette opp slikkesteiner og gjøre litt sånne tiltak, en del sånne småtiltak for å sikre viltstammen, sikre mat om vinteren, men på selve elgjakten og hvordan vi forvalter den så føler vi at det fungerer godt både økonomisk... Vi kunne sikkert tatt ut noe mer penger, men sånn som vi gjør det nå så er vi fornøyd økonomisk og det er en forvaltning som vi selv er fornøyd med (...)”(Grunneier B 2014)

Det var imidlertid ingen som hadde konkrete planer om å legge ned, og få som ikke ønsket å ekspandere eller videreutvikle i det hele tatt. At slike planer eller ønsker var årsaken til det manglende fokuset på muligheter er derfor lite trolig.

Det som ble nevnt av muligheter blir ikke omtalt nærmere utover en kortfattet oppsummering i Tabell 3. Det er valgt å holde oppsummeringen kort både på grunn av det svake materialgrunnlaget og tidsbegrensninger. Informantene nevnte enten mulighetene kort, uten å kunne si så mye mer om dem, eller de nevnte dem ikke spesifikt som en mulighet da de ble spurt om det, men på et andre tidspunkt under intervjuet, og da også kort i en annen sammenheng. Tabell 3 gir en oversikt over alle muligheter som ble nevnt, med en forklaring av hva de ulike mulighetene innebærer.

Tabell 3: Muligheter som grunneierne og jaktentreprenørene opplever eller har opplevd.

Mulighet	Forklaring
Støtte fra Innovasjon Norge (IN)	Økonomisk støtte fra IN kommer godt med, spesielt i oppstartsfasen for en ny virksomhet.
Naturgitte forhold	Vakker natur, type og tilgang på jaktterreng og andre naturgitte forhold kan representere en betydelig økonomisk ressurs.
Økende viltstamme (naturgitt forhold)	En generelt økende hjorteviltstamme på landsbasis har gitt økte muligheter for og inntekter fra jaktturisme.
Personlige egenskaper	Pågangsmot, forretningssans, kunnskap om og interesse for jakt og forretningsdrift er noen av de personlige egenskapene som muliggjør det å drive en jaktturismevirksomhet.
Samarbeid med (andre) grunneiere	Spesielt jaktentreprenørene, men også grunneierne, kan dra stor nytte av et samarbeid med (andre) grunneiere, først og fremst om jaktterreng/fellingsløyver. Det er viktig med gode avtaler både på kort og lang sikt.
Flere jaktentreprenører både lokalt og på landsbasis	Jo flere som starter opp med jaktturisme, jo mer aksept blir det for næringen og dermed bedre forhold for å drive, både økonomisk og "mentalt".
Omtale i utenlandske magasiner/aviser	Reklame i form av positiv omtale og bilder i magasiner og aviser i andre land kan gi flere kunder fra disse landene.
Lokaløkonomiske virkninger	Jaktturisme er positivt for lokalsamfunnet ved at tilreisende jegere bruker penger på den lokale butikken, campingplassen etc., samt at jaktturismevirksomheten benytter seg av lokale guider, snekkere, kjøttforedlere etc. Positive ringvirkninger slår tilbake på jaktturismevirksomheten og muliggjør videre drift.
Nettverk og kontakter i inn- og utland	Generell hjelp og støtte fra et nettverk kan bety mye, og positiv omtale gjennom jungeltelegrafene er utmerket markedsføring.
Betalingsvillige kunder	Velstandsøkning i Norge har skapt et marked av kunder som er villige til å betale mye for et godt jaktprodukt.
Delta på villmarksmessen	Det å ha en stand på villmarksmesse er god reklame.

5.1.2 Utfordringer

Når det gjaldt utfordringer var situasjonen en annen. Informantene nevnte både vanskeligheter med å skaffe kunder når man ligger langt fra en flyplass, utfordringer med dropp i hjorteviltbestanden i perioder, ulv i terrengene og en rekke andre forhold. Alt sammen er tema som kunne vært studert grundigere, men da problemstillingen for denne studien går nærmere inn på utfordringer knyttet til andre aktører er det dette som er viet mest plass. På samme måte som for “muligheter” ble det heller ikke fokusert nok på øvrige utfordringer under intervjuene til at det framkom nok materiale for en omfattende beskrivelse.

Samtlige utfordringer som ble nevnt av informantene er oppsummert i tabell 4. Noen av punktene i tabellene 3 og 4 kan ses på som både muligheter og utfordringer. For eksempel er ”Plassering i forhold til flyplass” lagt inn som en utfordring med tanke på en situasjon der avstanden er stor, men tilsvarende kan det være en mulighet dersom avstanden er liten. Blant informantene var det eksempler på begge deler.

Tabellene 3 og 4 oppsummerer svaret på Problemstilling 1: *“Hvilke muligheter og utfordringer opplever grunneiere og entreprenører i forbindelse med oppstart og drift av jaktturismevirksomhet?”*.

Tabell 4: Utfordringer som grunneierne og jaktentreprenørene opplever eller har opplevd.

Utfordring	Forklaring
Sosiale konflikter	Konflikter med andre aktører kan være en påkjenning som vanskeliggjør driften på flere måter. For eksempel kan de lokaløkonomiske virkningene nevnt i Tabell 3 bli betydelig redusert.
Periodevise dropp i hjorteviltbestanden	Lite hjortevilt å skyte enkelte år betyr både færre kunder og mindre kjøtt å selge.
Ulv i terrengene	Ulven kan ta livet av jakthunder. Fare for å møte på ulv gjør at folk vegrer seg for å jakte med hund, og derfor velger andre terreng.
Plassering i forhold til flyplass	Hvis man ligger langt fra en flyplass kan det være vanskelig å få kunder, spesielt fra bedriftsmarkedet. Reiseveien blir for lang.
Ressurskrevende	Det kreves mye arbeidskraft å drive en jaktturismevirksomhet. Siden arbeidskraft er dyrt gjør gjerne eier av virksomheten det meste selv og kan slite seg ut på det.
Få godkjent søknad om å bygge hytter i terrengene	Det er antageligvis varierende praksis i ulike kommuner når det gjelder villighet til å godkjenne byggesøknader. Overnattingsmuligheter i terrengene blir ansett som svært viktig økonomisk for virksomhetene.
Konkurranse med Statskog	Staten betaler ikke mva. av sine jaktinntekter, og har lave priser på jaktkort i sine terreng.
Høy pris på leie av terreng	Entreprenørene kan ha problemer med å tjene inn igjen det de betaler til grunneiere for leie av terreng.
Dropp i prisene på oppkjøp av viltkjøtt	Mange selger viltkjøttet til slakterier og får en pris per kg. Hvis prisen brått faller kan det ha mye å si for det økonomiske resultatet til virksomheten etter endt jakt.
Innledende markedsføring	Markedsføring er spesielt viktig i starten, og kan være vanskelig for nyoppstartede siden mye foregår gjennom nettverk i jaktturismebransjen.
Dårlig økonomi	Det kan være vanskelig å få lønnsomhet i driften av ulike, til dels ukjente, årsaker, jf. kapittel 6. Dette punktet oppsummerer, og kan delvis forklares av, samtlige av punktene ovenfor i tabellen.
Dårligere fysikk hos kundene	Noen opplever at kundene blir i stadig dårligere fysisk form, og dermed stiller høyere krav til transport i terrengene.
Sørge for god sikkerhet	God sikkerhet, spesielt knyttet til våpen, kan være en utfordring å føle at man har kontroll på, blant annet hvis man har å gjøre med folk (kunder) man ikke kjenner.

5.2 Problemstilling 2: Hvordan opplever grunneiere og jaktentreprenører konflikter med aktører i sine omgivelser?

Entreprenør 3 som ble sitert i starten av innledningen var oppgitt over hvordan det ikke går an å starte opp med jakt- eller fisketurisme uten å skaffe seg uvenner. Han reflekterte selv rundt årsakene til dette:

”Elgjakten har gått i generasjoner, og det er de faste som har jaktet på samme område i mange år... Og særlig da jeg kom inn i disse to kommunerettene som liksom blir ansett for lokale rettigheter ikke sant, som har veldig sterkt eierskap, så var det veldig mye fordommer, faktisk folk som gjorde sitt for å sabotere opplegget mitt. Så det var mye rart.” (Entreprenør 3 2014)

Han nevner både eierskap, fordommer og at det var de samme som hadde jaktet på samme område lenge. ”Det var mye rart” sa han, og ofte er det ikke så enkelt å finne en logisk forklaring på hvorfor folk reagerer som de gjør. I det følgende gjøres det likevel et forsøk på nettopp det. Først er det imidlertid viktig å ha klart for seg hvilke aktører det er snakk om, og hva konfliktene med disse går ut på. Innholdet i konfliktene gjøres altså rede for først, men sitater fra informantene som er gjengitt senere vil bidra til en mer helhetlig forståelse av konfliktene.

5.2.1 Delproblemstilling 1: Hvem er aktørene og hva går konfliktene med disse ut på?

De aktørene som kan sies å være av betydning for virksomhetene i denne studien når det kommer til sosiale institusjoner, er:

- lokale jegere og jaktlag
- venner/familie
- nabogrunneiere som det ikke samarbeides med
- kommune/stat
- grunneiere som det samarbeides med (kan også være naboer)
- grunneiere og andre i nabobygder
- ikke-jaktende lokalbefolkning/bygda
- kunder/gjester

Vi snakker altså om åtte grupper av aktører. Disse ble identifisert gjennom opplysninger som kom fram under intervjuene. Det kan ikke utelukkes at andre grupper av aktører kan være aktuelle for andre virksomheter, men i denne studien var det disse åtte som ble nevnt.

Fra de grunneierne som virksomhetene samarbeidet med om terreng opplevde de lite negative reaksjoner, hvilket man også skulle forvente fra noen som har gått med på å samarbeide og som tjener økonomisk på samarbeidet. Heller ikke den delen av lokalbefolkningen som ikke jaktet selv, folk i nabobygder, kunder/gjester, venner/familie eller kommune/stat var det i følge informantene nevneverdige konflikter med. Noen av informantene hadde til og med opplevd å bli trukket fram som eksempel av andre, på hvordan man kunne tenke nytt om næringsutvikling i kommunen.

Grunneierne og entreprenørene opplevde altså en generell aksept for jakt som turismeprodukt i sine nærmiljøer. Til tross for den generelle aksepten opplevde de fleste også en god del misnøye, rykter og baksnakking. Dette kom imidlertid ikke fra bygda som helhet, men fra de to gruppene ”lokale jegere/jaktlag” og ”nabogrunneiere som det ikke samarbeides med”. Det var altså disse to gruppene det viste seg at grunneierne og entreprenørene hadde konflikter med.

Tilbake til informanten (Entreprenør 3) som opplevde mye rart i form av sabotasje av jaktoppleggene sine, og fikk uvenner bare fordi han drev med jakt- og fisketurisme. I likhet med flere av de andre informantene opplevde han misnøye som han mente kunne forklares med at jakten hadde gått i generasjoner med de samme som hadde jaktet på området i lang tid. Underforstått at da han startet opp sin virksomhet så kunne ikke lenger de samme jakte der akkurat slik de hadde gjort tidligere. Dette er et fenomen som de fleste jegere man snakker med om jakttradisjoner og jaktturisme vil kjenne til. Når noen kommersialiserer jakten medfører det en endring slik at de som jaktet i området fra før må tilpasse seg på en eller annen måte. Dette gjør de ofte ikke med glede, hvilket de kan forklare med nettopp det at de har jaktet der lenge og at det dermed ødelegger en tradisjon. De kan gi inntrykk av at jaktretten er en slags hevd de har opparbeidet seg. At storviltjakt er viktig for mange er det ikke tvil om:

”Jeg tror det er... man har et veldig sterkt eierskap i [stedsnavn] til elgjakten og dette har gått i tradisjoner og man føler at... det er årets viktigste begivenhet i [kommunenavn]. Vi spørker jo med at det er to årsregninger, før og etter elgjakten. Under elgjakten får du ikke gjort noen ting her.” (Entreprenør 3 2014)

For grunneierne og jaktentreprenørene er det imidlertid ikke bare tradisjon og opplevelse som betyr noe. Informantene i denne studien hadde stort sett økonomiske grunner til å starte med jaktturisme, selv om personlig interesse var viktig (noen poengterte spesifikt at de ikke hadde holdt på med det hvis de ikke hadde hatt en lidenskap for jakt selv). En informant hadde sett seg nødt til å gjøre endringer fordi den eksisterende ordningen ikke ga tilstrekkelig inntekt:

“[...]det ene jaktlaget for eksempel, av de som har vært med lenge, de begynte å bli såpass gamle at de klarte ikke å levere noe resultat. Så da fikk de høre at neste år så trenger jeg litt mer innsats for at de liksom skulle få fortsette, og så skjedde det ikke noe og da var det kroken på døra.” (Grunneier A 2014)

Jaktlaget han snakket om klarte eller ville rett og slett ikke skyte alle dyrene han ba dem om, derfor måtte han få inn noen andre som leverte det resultatet han var ute etter.

Også Rønningen et.al. (2001) fant at mye vilt (elg) var en hovedfaktor for mange grunneiere for å kommersialisere jakten. Årsaken til det er at ved å kommersialisere, for eksempel ved å dele opp jakten i kortere perioder og slik få inn flere jaktlag/jegere, kan man få skutt flere elg. Det er nødvendig å holde storviltbestander nede (skyte flere dyr ved bestandsøkning) blant annet fordi for store bestander kan føre til omfattende beiteskader på skog og dårlig helse hos dyrene på grunn av fôrmangel, sykdommer og skadedyr (Hjeljord 2008). Det var flere av informantene i denne studien som uttrykte lignende bekymringer som grunneieren ovenfor, ikke bare knyttet til det økonomiske resultatet (inntekt fra f. eks. salg av jaktkort og kjøtt), men også av forvaltningsmessige årsaker fordi avskytningsregimet naturlig nok ikke fungerte som det skulle hvis det ikke ble fulgt opp i praksis av jaktlagene.

I flere tilfeller var det altså slik at grunneierne så seg nødt til å gjøre en endring fordi jaktlagene som ”alltid” hadde jaktet der ikke maktet eller ikke ønsket å felle alle dyrene som skulle felles i følge bestandsplanen. Likevel var jaktlagene misfornøyd med endringen, og ville fortsette å ha jakten selv – en jakt de ikke gjennomførte når det kom til stykket. Et paradoks, men ikke uten en naturlig (potensiell) forklaring.

5.2.2 Delproblemstilling 2: Hvordan kan konfliktene forklares?

Når jegerne er fornøyd med å skyte et visst antall dyr selv om de har mulighet til å skyte flere, er det et tydelig signal om at det ikke er et ønske om å regulere bestanden til et bærekraftig nivå, eller det økonomiske ved kjøttutbyttet som er motivasjonen til å jakte, eller årsaken til motviljen mot kommersialisering. Det økonomiske er selvsagt en del av forklaringen og brukes ofte som argument av jegerne for hvorfor de er negative til nye ordninger. Den som kommersialiserer jakten får høre at når jaktturisten skyter to dyr så er det to dyr mindre på det lokale jaktlaget, eller det kommer klager på at prisen for leie av terrenget har økt med eksempelvis femti prosent.

Også tidligere litteratur, som Brottveit og Aagedal (1999) trekker fram økonomi som et konfliktfylt område. Her er det imidlertid ikke misnøye blant jegerne knyttet til tapte dyr eller penger som er tema. Tvert i mot skriver de at jegere er misfornøyde med at det økonomiske ved jakten vektlegges i det hele tatt. I det følgende argumenteres det imidlertid for at dette til dels er en utdatert holdning blant jegere, og at det er andre forhold enn økonomi som i større grad kan forklare den motviljen mot kommersialisering, som mange jaktturismevirksomheter møter.

Brottveit og Aagedal (1999) skriver for eksempel at det ikke er godtatt å snakke om markedsverdi på kjøttet (s. 36 og 62). Den gang (1999) var det allerede gjort beregninger av jaktens økonomiske verdi (Sæther et.al. 1992) og i dag, femten år senere, er det gjort enda flere (NOU 2013:10, Norges Skogeierforbund 2010). De skriver også at ordet ”kjøttjeger” er et skjellsord, hvilket denne studien og undertegnede egne erfaringer kan avkrefte. En kjøttjeger er en som jakter, for eksempel på oppdrag for en grunneier på dennes eiendom, for å skyte ut de dyrene som er i kvoten slik at viltkjøttet kan selges og gi økonomisk fortjeneste. Jegeren har gjerne jaktet så mye tidligere at det ikke først og fremst er opplevelsen som er motivasjonen, men lønnen. I noen samfunn vil nok ordet fortsatt ha en negativ ladning, men kjøttjeger er generelt et helt greit ”yrke” og det er allment anerkjent at kjøtt fra storvilt har en høy verdi (jf. kapittel 1).

Brottveit og Aagedal (1999) gir jevnt over bilde av den norske jaktkulturen når det gjelder synet på jaktens pengeverdi som ikke stemmer overens med hvordan undertegnede selv opplever den i 2014, og hva som kom fram under samtale med jaktturismevirksomhetene. Det er imidlertid fortsatt ikke lett å sette markedsverdi på jakten i dag, som de skrev i 1999, når man ser på forholdet mellom avkastning og investering av tid og penger og ikke minst jaktens

symbolske verdi med betydning for den enkelte jeger. Jakten krever kunnskaper og ferdigheter hos jegeren, og disse er med på å gi jegeren og jakten status. Som Brottveit og Aagedal (1999) siterer tidligere direktør ved Aas høiere landbruksskole, Johan Leuthäuser Hirsch (1899): *”Mandig, regelbunden, kontrollert jagt på madnyttig vildt derimod, det skaffer hærdede og våbenkyndige mænd”*.

Også Rønningen et.al (2001) beskriver hvor vanskelig det kan være å sette en pris på et gode med så høy symbolverdi. De kaller det både et brudd på en ”natur- og gaveøkonomitradisjon” og et brudd på en ”reguleringstradisjon” der en har vært vant med fastsatte priser og kvoter. Ofte er det faktisk tilfelle at jaktturisme medfører færre dyr på det lokale jaktlaget, og at prisene på leie av terreng øker med femti prosent, men denne og flere andre studier (Hovland 2003, Rønningen et.al 2001) viser at det likevel ikke er det økonomiske som i bunn og grunn er årsaken til misnøyen.

En studie gjort av Gezelius (2004) kan bidra til å kaste lys over funnene mine. Gezelius beskriver en sammenlignende, komparativ studie av to fiskersamfunn/fiskerier i Norge og Newfoundland. Han fant at brudd på offentlige forskrifter (illegalt fiske) ble møtt av uformelle sanksjoner kun ved kommersielt fiske der målet var økt økonomisk gevinst for fiskeren, og ikke dersom det var snakk om fiske til eget konsum eller kommersielt fiske for å sikre nødvendig avkastning til å opprettholde virksomheten. Studien dannet grunnlag for en todeling av økonomisk aktivitet i det han kaller ”Den grønne sfæren av økonomisk aktivitet” og ”Den gule sfæren av økonomisk aktivitet” (mine oversettelser), basert på hvordan aktiviteter blir tolket og vurdert moralsk sett. Mens aktiviteter som befant seg i den grønne sfæren i hovedsak var moralsk akseptert av omgivelsene, kunne aktiviteter i den gule sfæren bli møtt med moralsk vaktomhet og uformelle sanksjoner fra lokalsamfunnet ved det minste tegn på brudd med lovverk, skikk og bruk etc. (Gezelius 2004).

For å forklare de ulike reaksjonene på illegalt fiske, diskuterer han den forskjellige moralske betydningen folk tillegger penger og mat. Mens reaksjonene på fiske til eget (eller andre i lokalsamfunnets) hushold (= mat) var godtatt og utgjorde ”den grønne sfæren”, var kommersiell fiske, altså fiske til salg ”utenbygds” (= penger), ikke godtatt og dannet grunnlaget for ”den gule sfæren”.

Jaktturisme kan sammenlignes med kommersiell fiske, selv om den beste sammenligningen ville være å sammenligne jaktturisme med fisketurisme eller kjøttjakt med kommersiell fiske. Samtlige informanter i denne studien oppga nemlig lønnsomhet enten som motivasjon for å

starte opp, eller som en definisjon på suksess for sin virksomhet, hvilket gir grunnlag for å sammenligne dem med fiskerne til Gezelius (2004) som fisket for egen økonomisk vinning. Likedan kan de fiskerne som fisket til eget hushold sammenlignes med grunneierne og andre som jakter selv, til tross for at kjøttutbyttet ikke har like stor økonomisk betydning for grunneierne som fisken hadde for fiskerne i Gezelius sin studie (se Tekstboks 2 om betydningen av jakt sammenlignet med fiske i Norge).

Tekstboks 2: Betydningen av jakt sammenlignet med fiske

Jakt og fiske har gjennom tidene hatt en ulik historie og økonomisk betydning i det norske samfunnet. Mens fiske lenge har hatt en sentral plass som næringsgrunnlag, ikke minst i form av eksport til utlandet (Store norske leksikon 2014e), er jakt av dagens dimensjoner en forholdsvis ny aktivitet som selv i dag på langt nær er av like stor betydning for norsk handel og privathusholdninger som fisken. I 2013 ble det for eksempel omsatt fisk og skalldyr for 40 milliarder kroner fra norske oppdrettsanlegg (Statistisk Sentralbyrå 2014d), mens den samlede omsetningen av jakt med tilleggstjenester i 2010 ble beregnet til 1098 millioner (Norges Skogeierforbund 2010). Jakt har riktignok bidratt med et betydelig tilskudd på næringsfronten, spesielt i tidligere tider (Hjeljord 2008), men i dagens jegermiljø er det en utbredt enighet om at jakt er noe man først og fremst gjør for opplevelsen sin del.

Selv om denne studien og studien til Gezelius (2004) har flere ulikheter er det grunnlag for å argumentere for en lignende todeling, eller mer nøyaktig; en gradering av holdningene til jaktturisme i Norge. Sitatet nedenfor illustrerer en holdning flere av informantene opplevde i arbeidet med å etablere en jaktturismevirksomhet:

”Jeg hadde jo en bil som jeg kjørte i 15 år, og så kjøpte jeg meg en Pajero. Og det var ingen som hadde kommentert at jeg hadde kjørt den bilen i 15 år, men når jeg kjøpte en Pajero så: ’åja, du tjener så godt på hjortejakta ja!’. Så det forteller jo ganske mye om hvor landet ligger!” (Entreprenør 2 2014)

Han beskriver en misunnelse fordi folk trodde han tjente masse penger på det han drev med, selv om det i følge han selv ikke stemmer. Selv da han hadde tilbud til ungdomskoleelever om å være med på gratis jakt, eller da han lånte bort en lavvo til en gruppe kvinner på jakt ble han ikke trodd og fikk høre at han tjente penger på dem også. Uansett hva han gjør for å unngå misnøye føles det fånyttet:

”Det er ingen som spør om hvor mye arbeid du legger ned, men hvis du tjener penger så skal du ikke gjøre det liksom. Så det er litt sånn byggedyr, du skal liksom ikke... Jeg har nå prøvd å holde en veldig lav profil på det, men det hjelper ikke” (Entreprenør 2 2014)

En annen entreprenør var ikke i tvil om at årsaken til at grunneierne ikke ville leie bort hjorteløyvene sine til ham, var motvilje mot at han skulle tjene penger på deres løyver:

E: (...) Vi har blitt klart fortalt at de vil ikke selge til oss fordi da tjener vi penger på deres løyver. Men de kan selge til en ”vanlig” mann og hva han gjør med kjøttet videre det bryr de seg ikke med. Så det er en sånn holdning som kanskje burde vært... men du vet jo sikkert selv hvordan det er og (...)

CJ: Ja, og det de sier, hva er det?

E: Nei, det er det som jeg sa til deg, at: ”Jeg selger ikke til deg, for jeg vil ikke at du skal tjene penger på mine løyver”. Den holdningen der, det er byggedyret, for å si det sånn da.

CJ: Ja, byggedyret, det er jo et velkjent fenomen.

E: Ja, sant. Altså, jeg svartmaler ikke for vi har nok løyver, det er ikke det som er problemet, men det hadde vært en arbeidsplass hvis det hadde vært mer samhold i nærområdet, sant. Nå leier jo vi guider fra andre plasser, utenbygds. (Entreprenør 1 2014)

Entreprenøren peker også her på en viktig konsekvens av å møte slik motvilje i lokalsamfunnet. Motstanden kommer fra folk i eget nærmiljø, og informanten velger da å lete etter samarbeidspartnere utenbygds. På den måten blir ikke virksomheten en arbeidsplass i bygda, som han kaller det. I stedet går pengene ut av bygda slik at det i realiteten er nabobygda som tjener på ”gründeregenskapene” til informanten. Dette er et paradoks, da det er nettopp motvilje mot at andre nyter godt av deres viltressurser, som er et av argumentene mange lokale ”motstandere” bruker. Ved å nekte å bidra skyver de imidlertid enda mer av fortjenesten fra jaktturismevirksomheten ut av bygda.

Jegerinstitusjonen

Alle sitatene viser hvordan jaktturismevirksomhetene opplever motvilje til det de driver med, begrunnet av ”motstanderne” med at det innebærer at de tjener penger på fellingsløyvene. Forklaringen er imidlertid ikke så enkel. Går vi tilbake til Gezelius (2004) ser vi at motviljen oppsto først i det lønnsomheten fra (det illegale) fisket oversteg det som var nødvendig og beveget seg over i ”overdreven inntekt”. Gezelius (2004) beskriver en motvilje som økte med økende grad av lønnsomhet, men som i utgangspunktet kunne forklare ut fra andre fenomener enn misunnelse over markedssuksess. I fiskersamfunnene han studerte hersket det nemlig et bestemt sett med skrevne og uskrevne regler – en institusjon, som avgjorde hvordan det var akseptert å oppføre seg i samhandling med hverandre og med måten man praktiserte fiskevirksomheten sin.

På samme måte finnes det institusjoner i jaktsamfunn (Hovland 2003, Rønningen et.al. 2001), det som i kapittel 3 ble introdusert som ”jegerinstitusjonen”. Innholdet i institusjonen vil antageligvis variere mellom bygder/lokalsamfunn, avhengig av flere forhold som hvor langt kommersialiseringen av jakten har kommet, altså hvor mange som allerede har startet opp med jaktturisme, hvor i landet bygden befinner seg og hvilke art det jaktes på. Flere av informantene i denne studien hadde fått kjenne denne jegerinstitusjonen på kroppen, og de ga mange eksempler på hva institusjonen i deres bygd sto for. Det er mange likheter mellom svarene, og siden informantene her for det meste omtales som en enhet snakkes det også her om en felles jegerinstitusjon.

Tabell 5 viser hva som legges i begrepet *jegerinstitusjon* i denne studien. Tabellen er konstruert på bakgrunn av opplysninger gitt av informantene, sammen med undertegnede egne erfaringer. Det vil imidlertid alltid være momenter som kan føyes til eller trekkes fra avhengig av hvilket lokalsamfunn/institusjon det er snakk om.

Tabell 5: Jegerinstitusjonen. Hver “regel” i institusjonen kan være uskreven (norm) eller skrevet ned i form av lover, forskrifter, retningslinjer eller lignende. I noen tilfeller kan regler som er merket som uskreven (U) i tabellen også være skrevet ned (S) i for eksempel private retningslinjer for jaktlag. Ikke alle reglene er gjeldende til en hver tid i alle institusjoner, og regler som gjelder i noen lokalsamfunn kan mangle i denne tabellen..

“Regel”	Mulig forklaring	Skreven/ uskreven
De som har jaktet i et område i ”alle år” har en rett til å jakte der – en hevd	Jakten blir sett på som et felleseie gode/ kollektivt gode.	U (S)
Prisen på jakt skal være lav for innenbygdsboende		U (S)
Innenbygdsboende har førsterett til jakt i bygda		U (S)
Det skal ikke tjenes penger på fellingsløyver	Gaveøkonomitradisjon som undergraver den økonomiske verdien av jakt. “Bygdedyret” og “janteloven” som sier at man ikke skal tro at man er bedre enn andre eller gjøre noe på en annen måte enn andre.	U
Jaktopplevelsen er viktigere enn det økonomiske utbyttet		U
Under jakten er alle i jaktlaget like mye verdt	Sammenheng med gaveøkonomitradisjonen. Alt som har å gjøre med pengeverdi blir undergravd for å bevare tradisjonen om at det viktige med jakten er opplevelsen, samholdet i jaktlaget etc.	U (S)
Det skal tas hensyn til viltforvaltning ved jaktutøvelse	Viltloven 1981 Naturmangfoldloven 2009	S
Medlemmene i et jaktlag rekrutteres blant familie og bekjente	Jaktrett blir sett på som et privilegium fordi det følger eiendomsrett og arv. I tillegg innebærer jakt bruk av våpen, derfor vil man gjerne kjenne den man jakter med.	U

Jegerinstitusjonen kan skape både muligheter og utfordringer for en som ønsker å livnære seg av jaktturisme. Fokuset på jaktopplevelsen, og likhet blant medlemmene i et jaktlag kan være med på å skape en sunn stemning. Andre sider ved institusjonen kan derimot være en regelrett hindring, for eksempel hvis medlemmer i jaktlag kun rekrutteres blant venner og familie, eller hvis prisen på jaktkort “skal” være lav for innenbygdsboende. Noen jaktturismevirksomheter

overser institusjonen, mens andre for eksempel er veldig opptatt av det de kaller bygdepolitiske hensyn, som informanten nedenfor:

G: Vi har hatt et veldig fokus på det du kan kalle bygdepolitiske hensyn.

CJ: Ja, hva legger du i det?

G: I det legger jeg at vi som lokal, stor grunneier har et ansvar for å tilrettelegge for dem som er innenbygdsboende. Og i det ligger det en relativt rimelig tilgang til jakt og fiske. Men det er jo ikke noe poeng at vi skal sakke akterut eller ligge nederst på den pristabellen, vi må prøve å innrette oss litt etter markedet for øvrig. (Grunneier E 2014)

For han oppleves altså de bygdepolitiske hensynene som så viktige at de til en viss grad blir prioritert til fordel for egen økonomisk gevinst. I Tabell 5 er det først og fremst punktene: ”De som har jaktet i et område i alle år har en rett til å jakte der – en hevd”, ”Prisen på jakten skal være lav for innenbygdsboende” og ”Innenbygdsboende har førsterett til jakten” som representerer de bygdepolitiske hensynene.

Ulike typer goder

Den typen bygdepolitiske hensyn som er beskrevet i forrige avsnitt er typiske eksempler på uskrevne regler som kan herske i en institusjon, her jegerinstitusjonen. Til tross for at det ikke står skrevet ned eller er avtalt på noen måte (noen steder foreligger det riktig nok slike avtaler), kan det virke som om store grunneiere under påvirkning av jegerinstitusjonen nærmest ser det som en ”plikt” å dele av godene de disponerer. Fra myndighetenes side fordeles fellingsløyvene ut fra areal, slik at løyvene blir private goder tilhørende den enkelte grunneier. Det som imidlertid skjer når grunneierne likevel tilbyr gratis jakt, eller setter symbolske priser på jakt for innenbygdsboende, er at fellingsløyvene beveger seg fra gruppen ”Private goder” øverst til venstre i Figur 4 (kapittel 3.4), og ned til venstre i kategorien ”Felleseiegoder”. Det kan synes som at denne ”praksisen” er så vanlig mange steder at fellingsløyvene blir ansett som et fellesgode fra starten, og grunneieren mer som en forvalter av disse. Når grunneieren vil kommersialisere er det et forsøk på å returnere løyvene i kategorien ”Privat gode”, ved å gjøre tiltak for å ekskludere og slik hente ut større økonomisk gevinst. Grunneieren bryter da med eventuelle uskrevne reglene som sier at jakten tilhører

bygda og at det derfor skal være gratis eller billig å jakte, og han møter en motvilje som stedvis kan være så sterk at den setter en stopper for kommersialiseringsplanene.

I noen tilfeller er det et faktum at jakten er et felleseie gode. Hvis jaktturismevirksomheten ikke har base i en stor grunneiendom, men ledes av en entreprenør, leier den gjerne terreng og løyver av andre. En av entreprenørene leide det han kalte kommuneretter, som var nettopp slike felleseie gode. Han hadde gjort seg følgende erfaring:

“Nei, jeg ble jo litt overrasket kanskje første året over at det var... For det første jeg gjorde etter at jeg fikk disse rettene var at jeg ringte til jaktlederne som hadde hatt disse terrengene tidligere for å få kanskje litt hjelp og litt tips om hvordan jakten der har vært, hvordan dyrene oppfører seg, hvor det er bra, hvor det er mindre bra osv. Men det kunne jeg ha spart meg! De ville ikke fortelle meg noen ting, og ga tydelig uttrykk for at de var negative til det opplegget jeg skulle gjøre. Så det måtte jeg bare glemme, å få noe hjelp.” (Entreprenør 3 2014)

Den ekstra motviljen han opplevde da han leide kommunerettene skyldtes antageligvis at dette var områder hvor jakten var regnet som et felleseie gode. Folk i bygda hadde et veldig sterkt eierskap til disse jaktrettene, så da han startet med guiding i terrengene for utenbygds jegere ble det antageligvis sett på som nærmest et tyveri av noe som tilhørte bygda, altså et brudd med jegerinstitusjonen.

Innenbygds versus utenbygds

Det skarpe skillet mellom innenbygds- og utenbygdsboende var noe flere av informantene hadde gjort seg erfaringer rundt. En av informantene var en del av et ”team” som forvalter en stor grunneiendom som er eid av to kjente familier som ikke bor på eiendommen til daglig. Som privatperson var han et medlem av lokalbefolkningen, men i kraft av sin stilling representerte han altså noen som ikke var lokale. Han mente det var viktig å kjenne sin plass i en slik situasjon:

“Nei altså, det er greit å samarbeide med lokale. Vi er et aksjeselskap eid av to familier, [kjent familienavn] og [kjent familienavn]. De befinner seg ikke her, de er en annen plass og vi forvalter eiendommen for dem. Det er en lang historie, ikke sant. Det er mye som har skjedd her gjennom 100-150 år, og vi skal drive eiendommen best mulig økonomisk, og

samtidig skal vi leve i lokalsamfunnet. Hvis du skjønner hva jeg tenker på.” (Grunneier D 2014)

På oppfordring om å fortelle videre ble det klart at jakt (og fiske) hadde en betydning i lokalsamfunnet som gikk langt forbi hva man forventer av andre friluftaktiviteter. Som stor grunneier mente han at det var viktig å ”manøvrere” seg fram i samfunnet for å unngå å komme på kant med lokalbefolkningen:

G: Vi må være spesielt obs på at vi må ha gode tilbud til folk som bor her.

CJ: Ja, så det er ikke bare utenbygds lag som jakter?

G: Jakten foregår av innenbygdsboende selvsagt. Så det er en utfordring det der. Du må balansere. Vi kunne ha drevet helt annerledes og kunne sikkert hatt mer utleie til utenbygdsboende og tjent en del penger på det, men det er på en måte... vi må manøvrere oss fram i samfunnet.

CJ: Ja, det er klart.

G: Vi er avhengig av lokalpolitikernes sin velvilje, og hvis vi setter oss på kant med lokalbefolkningen på jakt og fiske så kan det slå tilbake på andre områder.

CJ: Er det forskjellige priser for utenbygds og innenbygds, eller hvordan praktiserer dere dette?

G: Ikke på storviltjakt, men på småviltjakt så er det det. På småviltjakt, hvis du bor i [kommunenavn] så har vi et tilbud om gratis jakt på store arealer, og så har vi rimelige kort for de som ønsker å jakte med hund. Så det er mange tilbud til innenbygdsboende. (Grunneier D 2014)

Jakt og fiske ble altså til og med sett på som viktig for å bevare velvilje hos lokalpolitikere. Det burde ha blitt gått mer i dybden på forholdet til lokalpolitikere under intervjuet, men temaet ble dessverre forbigått. Det var uansett tydelig at det å være eid av mennesker som ikke selv befant seg i bygda ga eiendommen en ekstra utsatt posisjon i forhold til eventuelle konflikter. Dette må sees i sammenheng med jegerinstitusjonens fokus på innenbygdsboende, og eksempelet fra Gezelius (2004) som også omhandlet forholdet mellom (illegalt) fiske til bygda og de som bodde der, versus for salg utenbygds. I diskusjonen av ulike strategier for konflikthåndtering i kapittel 5.2.3 blir et informasjonsmøte mellom informanten (Grunneier

D) og lokale jaktlag trukket fram som eksempel. De sterke reaksjonene som kom til uttrykk på møtet støtter opp om informantens påstand om å befinne seg i en utsatt posisjon!

Det er altså et slags hovedprinsipp i jegermiljøet at det er en forskjell på de som bor i bygda og de som ikke gjør det, når det kommer til jakt. Antageligvis hadde det kommet fram en klarere forskjell mellom jaktturismevirksomheter med lokale eiere/lokal forankring og jaktturismevirksomheter eid av utenbygds/ikke lokal forankring, dersom denne studien konsekvent hadde tatt for seg begge disse gruppene.

Gaveøkonomi i jegerinstitusjonen

Hittil har forhold som har å gjøre med økonomi blitt avvist som forklaring på motviljen mot kommersialisering av jakt. Økonomi er imidlertid ikke fullstendig uten betydning, og temaet fortjener dessuten en omtale med tanke på hvor viktig argument det synes å være for lokale motstandere av jaktturisme.

I den grad økonomi har en plass i forklaringen er det gjennom det som tidligere er omtalt som gaveøkonomi, i sammenheng med institusjonsteorien. Selv om jeg vil argumentere for at det etter hvert er en utdatert holdning at det økonomiske ved jakten er uten betydning eller dekkes over, har nok gaveøkonomitradisjonen fortsatt en sentral plass i noen jegersamfunn/jegerinstitusjoner. I disse slike institusjonene er det som beskrevet tidligere ikke akseptert å fokusere (for mye) på det økonomiske utbyttet av jakt.

Med kommersialisering blir det økonomiske veldig tydeliggjort. Betalende kunder (jegere) kommer inn i et område og får praktisere hobbyen sin der mot en pengesum.

Jaktentreprenøren eller grunneieren i området sitter igjen med en økonomisk fortjeneste som kanskje også involverer hele kjøttutbyttet, mens den betalende jegeren i hovedsak sitter igjen med opplevelsesverdien og kanskje et trofé (riktignok også kjøtt, i flere tilfeller). På den måten viser entreprenøren/grunneieren at pengeverdien ved jakten er viktig for han eller henne, og i tillegg maksimeres denne til et (for noen latterlig) høyt beløp. Jakten blir gjort til levebrød for tilbyderer og til et tilgjengelig produkt for ”alle som kan betale nok”, mens den for andre er en hobby hvor den økonomiske verdien altså legges skjul på.

Når noen tjener penger vil det også alltid være andre som blir misunnelig, uavhengig av om det er snakk om jakt eller noe annet. Problemet forsterkes som nevnt hvis den som tjener på

eller nyter godt av lokale ressurser ikke tilhører lokalmiljøet, eller ikke ser ut til å anerkjenne de verdiene som råder i lokalmiljøet/i den sosiale institusjonen. Ved å drive jaktturisme stemples man gjerne som en som ikke respekterer samfunnet en er en del av. Det oppfattes som at man tar avstand fra de rådende normene og setter seg selv og egen økonomisk vinning før fellesskapet. En informant kompenserte for dette ved å være så lovlydig som mulig, slik at ingen skulle ha noe å klage på:

“Nei altså, de som begir seg inn på å drive jaktutleie, de må forvente bråk. For når du skal gjøre dette til et levebrød og så er det hobby for naboterrenget, og så skal du drive å leve av det, da blir det konfliktsituasjoner uansett. Så derfor er det så viktig å oppføre seg skikkelig og følge lover og regler, og så får folk mene hva de vil. (Entreprenør 4 2014)

Forskjellene på grunneiere og jaktentreprenører når det gjelder hvordan konflikter med andre aktører kan forklares

Diskusjonen av hvordan konfliktene med andre aktører kan forklares har hittil ikke tatt for seg forskjeller mellom grunneierne og jaktentreprenørene på en systematisk måte. De to gruppene er omtalt i en samlet diskusjon, men det er enkelte sentrale ulikheter ved hvordan konfliktene kan forklares som jeg har valgt å gjøre rede for her i et eget delkapittel. I diskusjonen av konflikthåndtering i kapittel 5.2.3 videreføres skillet mellom de to gruppene.

Omtalen av de to gruppene i Kapittel 5.1 i starten av diskusjonen tok for seg en del grunnleggende forskjeller mellom grunneierne og jaktentreprenørene. Sentralt står det faktum at grunneierne tradisjonelt har hatt og fortsatt har en annen status og rolle i lokalsamfunnet enn entreprenørene. Mens grunneierne har en høyere status, i kraft av sine store landområder som lokalbefolkningen har fått benytte til jakt (og ofte andre aktiviteter) gjennom skriftlige eller muntlige avtaler, har entreprenøren en status som er mer på linje med resten av lokalbefolkningen.

Entreprenørene opplevde tilsynelatende adskillig mer rykter og baksnakking enn hva grunneierne gjorde. En naturlig slutning å trekke er den at jegerinstitusjonen får større ”konsekvens” for dem enn for grunneierne, siden de har en annen sosial status enn grunneierne. Siden entreprenørene er mer på samme nivå som de andre i lokalsamfunnet blir de, når de starter med jaktturisme, ansett for å bryte med sosiale normer i enda sterkere grad enn grunneierne.

Når det gjelder andre utfordringer er entreprenørene mer sårbar enn grunneierne for konflikter med samarbeidspartnere, fordi de er avhengig av andre for å ha tilgang på terreng. De er også veldig opptatt av sikkerhet i oppleggene sine, og kan se sikkerhet som en større utfordring fordi de for eksempel må melde inn alle skudd til grunneierne, og generelt stå til ansvar overfor grunneierne.

Grunneierne har altså mer innflytelse og makt i lokalsamfunnet. En typisk utfordring de støter på knyttet til andre aktører er det de kaller ”ramaskrik” når de gjennomfører endringer i praksisen for jakt og viltforvaltning på eiendommen sin. Et slikt typisk vendepunkt er hvis de bestemmer seg for å satse på jaktturisme, og derfor blant annet skruer opp prisene.

Antageligvis er det også rykter og baksnakking av grunneierne som av entreprenørene, men det kan virke som om de ikke får høre det i like stor grad som entreprenørene på grunn av sin posisjon i samfunnet. Man kan for å sette det på spissen, si at folk kan ha et slags ”elsk/hat-forhold” til store grunneiere. På den ene siden er de avhengig av grunneieren for å få jakte, og har en respekt og takknemlighet, men på den andre siden er de misunnelig og mener kanskje at også grunneieren (som entreprenøren) bryter med sosiale normer ved å starte med jaktturisme.

Forholdet til kundene

Hittil har fokus vært på sosiale *konflikter* gjennom diskusjon av delproblemstilling 2. Før blikket vendes mot konfliktløsning i delproblemstilling 3 vier jeg noen avsnitt til noe som viste seg å egentlig ikke innebære nevneverdige konflikter, nemlig forholdet mellom jaktturismevirksomhetene og deres kunder. Selv om det ikke ble oppgitt som en spesiell utfordring av informantene, verken når det gjaldt de selv eller hva de oppfattet fra andre i lokalsamfunnet, er det tatt med her fordi problemer knyttet til ”fremmede” (jakturister) i terrengene er et argument som undertegnede har erfart at ofte blir brukt av de som er skeptiske til jaktturisme.

Noen av informantene hadde riktig nok opplevd ubehagelige situasjoner med kunder knyttet til sikkerhet og jaktmoral, mens andre hadde opplevd noe misnøye overfor kundene fra andre i bygda uttrykt ved falske rykter og kroppsspråk. Inntrykket var likevel at denne misnøyen ikke først og fremst dreide seg om jaktturistene, men om jaktturismevirksomheten i seg selv. Et

slikt inntrykk er i tråd med en studie av MacKay og Campbell (2004), som blant annet viste at lokalbefolkningen anså jaktturismevirksomhetene som mer innflytelsesrike enn turistene selv.

I den grad det er misnøye mot kundene kan en mulig forklaring være det at jaktturisten på et vis betaler for å slippe å bry seg om normene som hersker i lokalsamfunnet. For eksempel betaler turisten for å drive troféjakt, selv om det hersker en norm i bygda om at de største bukkene skal spares av forvaltningshensyn. I en kronikk i Aftenposten 19. september 1999 med tittel ”Den urnorske elgjakkulturen” skrev sosiolog Olaf Aagedal: *”haustingsmotivet sin sentrale plass i norsk jaktkultur inneber også at ei reindyrka troféjakt som ikkje også utnyttar byttet som mat, er uakseptabelt i den moderne elgjakttradisjonen”*. Troféer har riktig nok også en betydning selv i Norge, noe utallige gevirer opphengt på stabbur og andre bygninger langs norske veier vitner om, men det er tradisjon for at kjøttet (utad) verdsettes like høyt. Jegere som betaler for å skyte et dyr og kun bryr seg om geviret, kan dermed høste en viss misnøye i norske lokalsamfunn. En misnøye som altså ikke bare er rettet mot jaktturismevirksomheten slik MacKay og Campbell (2004) beskrev, men mot jaktturisten selv.

De av informantene som hadde hatt kunder fra utlandet hadde også gjort seg positive erfaringer som sitatet viser:

”De utlendingene som har kommet inn har vi hatt veldig, veldig god erfaring med. De har en jaktkultur som er eksemplarisk i forhold til den norske.” (Entreprenør 5 2014)

En kommentar av Kåre Valebrokk i Aftenposten 13. oktober 2002 kan imidlertid tyde på at ikke alle har samme positive syn på utlendinger i norske skoger: *”Å leie bort elgterreng til utlendinger er ikke bare et brudd på bygdens folkeskikk. Det er formastelig i seg selv. Utlendinger har rett og slett ingenting å gjøre på en skikkelig norsk jakt.”* Om dette var Valebrokk sin personlige mening, eller bare en del av en satire av norsk elgjakkultur, som resten av teksten framstår som, er ikke godt å si. Uansett stemmer ikke synet han beskrev overens med holdningene denne undersøkelsen har avdekket. Informantene tar godt i mot gjestejegere fra utlandet og er imponert over for eksempel tyskeres disiplin og pertentlighet.

5.2.3 Delproblemstilling 3: Hvordan håndteres konfliktene?

Et ledd i studien var å undersøke hvordan grunneierne og entreprenørene *håndterer* eventuelle konflikter som måtte oppstå knyttet til aktører i omgivelsene. Det var flere likhetstrekk, men siden de to gruppene grunneiere og jaktentreprenører har forskjellige posisjoner i samfunnet, og derfor opplever noe ulike konflikter var det også variasjon i måten de håndterte konfliktene.

Jaktentreprenører

Fire av entreprenørene hadde opplevd en eller annen form for reaksjon fra lokalbefolkningen som de tolket som misunnelse eller en oppfatning om at det de holdt på med var tull. Dette ble stort sett håndtert ved å bare ignorere misnøyen, som sitatet nedenfor illustrerer.

E: Så janteloven har vært der hele tiden, men det må jeg bare drite i, ellers kan en bare glemme det. Men du får prøve å holde stien rein og gjøre så godt du kan. Det jeg har opplevd er rein misunnelse rundt meg, men det må en bare leve med.

CJ: Hvilke type reaksjoner er det du får da? Hvordan merker du det?

E: Nei, det er jo sånn generell misunnelsesholdninger og baksnakking og alt dette her da, og poenget er at når folk kommer til oss så prater vi aldri om... Det som skjer på gården vår, det skjer på gården vår og det det blir snakket om det henger igjen i veggene.

CJ: Har du noen konkrete eksempler?

E: Nei, det er jo uendelig med sånt. Ja, jeg kommer ikke på det en gang, for jeg fortrenger det hele tiden. Jeg bryr meg ikke om det for jeg har liksom bestemt meg for at det der må jeg bare akseptere. (Entreprenør 4 2014)

Entreprenøren fortvilte også over at folk dikter opp falske historier om virksomheten hans:

E: En skal ikke skryte nei, og det var jo og en erfaring som jeg fikk i min pure ungdom. Og det er enda verre når jeg ikke sier noe.

CJ: Ja, nå holder du kjeft som bare det, og da begynner folk å dikte opp historiene selv!

E: Ja, akkurat helt korrekt. Der sa du det, det er det som skjer. Når ikke jeg sier noe, og ingen sier noe så begynner historiene å gå.

CJ: Ja, kanskje du skulle kjørt ny strategi til neste år og bare være åpen om alt og legge ut lange blogginnlegg på internett!

E: Ingen hadde trodd meg uansett! (Entreprenør 4 2014)

Informanten driver jaktturisme for “kjente fjes” som ikke ønsker at det blir kjent at de jakter hos ham. Han kjører derfor et strengt regime hvor ingen av guidene får lov å snakke om det som skjer under hjortejakten til andre. Hvis noen gjør det likevel kaster han dem ut av oppleggene. Likevel opplever han ”en rein misunnelse” rundt seg, i form av baksnakking og historier som blir diktet opp i bygda. Han takler dette ved å fortsette hemmelighetsskremmeriet, og ”fortrenger” det han hører av ryktene som går. Som jeg antyder til slutt i intervjuet er det kanskje nettopp fordi han er så hemmelighetsfull at han opplever den sterke rykteflommen. Hvis han hadde vært mer åpen hadde det kanskje vært annerledes, men det blir spekulasjoner og selv mener han at det hadde vært fånyttet. Han har bestemt seg for at han bare må akseptere at det er sann. Videre poengterer han at det er viktig ”å holde stien rein”, slik at ingen har noe å ta han på.

Også entreprenøren i neste sitat prøvde å ikke bry seg om motstanden. Han var også grunneier i et vald, og hadde opplevd en del kritikk fra de andre grunneierne, som gikk på måten han gjorde ting på. Han mente det var viktig å skjære gjennom og ”være sjef” hvis folk ville fortelle ham hvordan han skulle gjøre ting.

“Altså, skal du drive et firma så kan du ikke forholde deg til 20 mann som skal fortelle deg hvordan du skal drive det. Så du må være sjef, og du må bestemme. Det går ikke an i et vald med ti grunneiere og alle grunneierne skal ha siste ordet, sant? Du må lytte, men du må og slå igjennom, sant. Det er viktig.” (Entreprenør 1 2014)

Når det gjaldt de han samarbeidet med om terreng var tonen derimot god, og det kom fram i intervjuene at her er det andre regler som gjelder for konflikthåndtering enn overfor lokalbefolkningen ellers. Med grunneiere det samarbeides med om leie eller bytte av terreng er det oftest en god tone, men en kritisk fase er idet en avtale skal inngås eller endres på. En av entreprenørene framhevet flere ganger under intervjuet hvor viktig det er at denne fasen fungerer:

E: Så det er hele tiden kjempeviktig at vi inkluderer alle sånn at alle føler det at de er en del av det. De har lov å være med å bestemme, meningene deres blir hørt i plenum og at man er enig om hvordan ting skal gjøres (...).

CJ: Så det har du fått gode tilbakemeldinger på at det gjør du rett. Du gjør det på en god måte dette her. Alle føler seg inkludert rett og slett?

E: Jada, det er det, alle er egentlig veldig fornøyd. (...) Det gjør at det holder både på kort sikt og lang sikt. Og det er veldig, veldig viktig fordi det er ikke noe mer kontroversielle ting enn utleie av felles jakt og felles fiskerettigheter. Der kan være til dels meget sterke meninger. (...)

E: På den måten vi har gjort det så har det vært forholdsvis lange perioder med diskusjoner og vurderinger på hvordan ting skal gjøres. Jeg har inntrykk av at det er det også på andre jaktterreng rundt om kring i dag der de selger jakt, for det var ikke akseptert og det var rett og slett ikke et tema for mange å leie ut jakta til hverandre. (Entreprenør 5 2014)

Informanten viser til lange perioder med diskusjon mellom seks grunneiere som utgjør storvaldet der han driver sin virksomhet. De hadde fokus på å få en bred debatt slik at samarbeidet om terrengene ble slik at alle var fornøyde. Denne informanten var en av to entreprenører som ikke hadde opplevd sosiale konflikter i like stor grad som de andre fire. Begge de to entreprenørene var veldig opptatt av åpenhet, sikkerhet og lokal forankring av jaktoppleggene sine. De andre fire entreprenørene hadde samtlige opplevd en sterk misnøye fra lokalsamfunnet, og de ga også i større grad inntrykk av å være mer selvstendige og kjøre sitt eget løp.

Måten entreprenørene håndterer konflikter på kan virke som en viktig faktor for hvor sterk misnøye de møter i lokalsamfunnet. Å ignorere motstanden gjør den ikke svakere, men samtidig er det ikke all motstand det er annet å gjøre med enn å ignorere. Det kan virke som om mye av motstanden henger sammen med valg man tar i oppstartsfasen av virksomheten. De som velger å jobbe mer selvstendig med få samarbeidspartnere, fordi de ikke ønsker eller gidder å bruke tid på å få et samarbeid med flere av naboene og andre i valdet ser ut til å oppleve mer motstand enn de som fra starten har mange aktører involvert i sin virksomhet. Den andre av de to entreprenørene som ikke hadde opplevd noe særlig misnøye samarbeider med mange grunneiere som til og med har stiftet et eget selskap i anledning samarbeidet. Et samarbeid som fungerer veldig godt:

”Ja, på elgjakten så leier vi av ca 12-13 grunneiere og så er det noen som er store og noen som er små. Så de har jo stiftet et selskap som de leier ut til oss da, som vi har sånne 3-5 års kontrakter med. Vi har et veldig godt samarbeid med grunneierne da.” (Entreprenør 6 2014)

Når det gjelder konflikthåndteringen til entreprenørene er inntrykket altså at de som opplever misnøye håndterer denne ved å ignorere den, men at det kanskje ikke er så mye annet å gjøre. Konflikter av denne typen må tilsynelatende forhindres fra starten, heller enn å håndteres på et senere tidspunkt. Har man først ”kommet skjevt ut” kan man ende opp med å tenke som denne entreprenøren:

“Ja, jeg regner jo med at ting går seg til etter hvert, men fortsetter det så gidder jeg jo ikke å gå og høre på det, og så bli mistenkeliggjort og at det på en måte skal være misunnelse bak alt. Da er jeg like godt tjent med at jeg jakter på mine egne dyr og leier ti dyr og jakter på de selv og så får jeg gi katten i den utleiedelen.” (Entreprenør 2 2014)

Grunneiere

Også de som var grunneiere valgte å ikke bry seg med baksnacking og rykter som eventuelt gikk, men sammenlignet med entreprenørene opplevde de som nevnt adskillig mindre av dette. De opplevde heller en annen type konflikter når det gjaldt naboer og lokale jegere, og hadde derfor også en annen måte å håndtere konfliktene på. Flere av grunneierne som ble intervjuet hadde, som beskrevet tidligere, forårsaket et veiskille i måten jakten ble styrt på eiendommen, og informanten nedenfor forteller hvordan de håndterte den misnøyen de var forberedt på at endringen de gjorde ville forårsake. Informanten er den samme som tidligere er sitert på at eiendommen han representerer er i en utsatt posisjon i lokalsamfunnet.

G: De avtalene som var ble oppsagt, men alle sammen fikk beskjed om at de fikk nye avtaler men i ny form da, og deling av terrengene og sånt. Og da hadde vi et stort informasjonsmøte i den forbindelse. Og jeg har aldri før følt meg som en hoggestabbe! Men det var nå sånn, vi hadde bestemt oss for det, og informerte om det, og vi gikk jo bare igjennom med det opplegget som vi hadde tenkt. Og det som var tilfelle var at de fleste jaktlagene som var der fra før, de ble jo med videre ikke sant. Så det var bare noen få som da på en måte sa at de ikke ville mer.

CJ: Så det var først og fremst et informasjonsmøte?

G: Ja, vi informerte om det overfor jaktlagene da. Og så fikk de komme med sin... motstand, men vi gikk jo bare videre med prosessen. Vi hadde bestemt oss for hvordan vi skulle gjøre det. Så det var ikke noen diskusjonstema med dem, vi informerte dem jo skriftlig og på møtet fikk de komme med sine synspunkter på det.

CJ: Ja jeg skjønner det var... det høstes ut som om det var stor oppstandelse!

G: Ja det var godt engasjement da. Det var godt over hundre som møtte opp og vi forklarte hva vi ville og hvorfor vi ville gjøre det. Og noen tok jo ordet selvsagt og rakk ned på opplegget vårt og da jublet alle de andre. (Grunneier D 2014)

De avholdt et informasjonsmøte for alle jaktlagene som jaktet på eiendommen, selv om avgjørelsen allerede var tatt og det ikke var rom for å endre på opplegget under møtet. I tillegg til at møtet var ment for å informere om opplegget fungerte det antageligvis også som en måte å få folk til å føle at de ble vist respekt. Når en stor endring skal gjennomføres kan det være bedre å arrangere et møte enn å bare informere skriftlig. Flere uttrykte dette behovet for å snakke om ting med den eller de det gjelder ansikt til ansikt:

“Det har ikke vært noen konflikter som vi har hatt behov for å ta opp, men sånn jevnt over hvis det er en konflikt så er nummer en å ta det opp å få snakket med dem, sette seg ned å diskutere det. Stort sett er de konfliktene som kommer misforståelser.” (Grunneier B 2014)

Informanten tenker på eventuelle konflikter med naboer. Det er viktig å ikke ignorere konfliktene, men sette seg ned og snakke om det. Noen ganger kan imidlertid det skriftlige være viktig:

“Tar det der og da, med en gang. Snakker eller skriver. Det fine med å skrive er at du kan liksom regissere da at; ”jo, du fikk brev sånn og slik med forklaring eller premisser sånn og sånn”. Det er veldig ryddig, da har du noe å gå tilbake på og si at det her er det vi er enig om, for så fort det er muntlig så er det litt mer flytende.” (Grunneier A 2014)

Når det gjelder snakk og rykter i bygda er han ”døv på det øret”, men overfor jaktlag som leier terreng er saken en annen. Da er det viktig å ha gode, skriftlige avtaler slik at det ikke er rom for misforståelser og diskusjon i ettertid om hva avtalen faktisk gikk ut på.

Det at grunneierne i kraft av sin store eiendom har mer innflytelse og ”makt” i lokalsamfunnet enn entreprenørene gjør som nevnt at avgjørelser de tar i forbindelse med jaktutleie/jaktturisme på eiendommen berører mange mennesker. Ansvaret de opplever gjør at

de tilsynelatende forholder seg til eventuelle konflikter og misnøye på det som kan kalles en mer formell måte enn entreprenørene. Enten avholdes det informasjonsmøter, eller det skrives brev eller diskuteres ansikt til ansikt med dem det gjelder. Det er viktig å være klar over at det her er snakk om en helt annen type konflikter enn de entreprenørene opplever. Konfliktene til grunneierne handler om reelle, gjerne skriftlige, avtaler, mens konfliktene til entreprenørene ofte handler om misnøye fra folk som de ikke har avtaler med, og derfor heller ikke føler forpliktelser overfor.

Måten grunneierne håndterer konflikter de møter synes for undertegnede å være en god måte, til tross for at de kan føle seg som en hoggestabbe mens det står på. Skal man drive jaktturisme må man tørre å styre selv over de godene man er i besittelse av.

6. Økonomiske utfordringer

På spørsmål om hvordan det økonomiske fungerte var svaret fra informantene ofte at det rett og slett var utfordrende å få lønnsomhet i driften. De fleste hadde en annen jobb i tillegg til jaktturismevirksomheten, og sa at de ikke kunne klart seg uten den. Jaktturisme oppleves som svært tidkrevende i forhold til det økonomiske utbyttet, og det er en fellesnevner at man selv må ha en lidenskap for jakt for å orke å arbeide med jaktturisme på yrkesbasis. Videre utspørring om årsakene til at lønnsomhet var utfordrende ga noe varierende svar, men enkelte forhold gikk igjen hos flere informanter.

6.1 Prisforskjeller

En fellesnevner var forholdet mellom priser hos Staten og private eller ikke-statlige virksomheter. Grunneieren nedenfor uttrykte frustrasjon over at Statskog har så lave priser på sine jaktkort at det blir vanskelig for andre å forsvare sine høyere priser. Som han påpeker ligger det mer tilrettelegging bak den høyere prisen han selv har, men det er ikke lett å få kundene til å forstå og verdsette dette.

G: Ja, og så har vi jo Statskog, og Statskog er jo en historie for seg.

CJ: Ja, det kan man vel også si. Er det noe spesielt du tenker på da?

G: Ja, Statskog ødelegger markedet med prisingen sin fordi folk tror at jakten skal være billig. De prøver å utgi seg for å ha et superprodukt til bulkvarepris og det er vanskelig å nå igjennom til jegermiljøet at Statskog er... Ikke nødvendigvis bare på den rene jakta, men de har i tillegg overnatting og sånne ting, det er veldig ødeleggende for oss som prøver å gjøre litt ekstra. Det er litt demotiverende.

CJ: Så du mener at jakten er mer verd?

G: Ja, jeg mener det. Og de gjør det jo fordi det er effektivt. De selger jaktkort på rypejakt fra dag 1 ikke sant, og jeg selger en femdagers pakke der det er noen få som kommer inn, og hvis det er fri tilgang på kort på den andre siden av elva så blir det litt sånn... det blir ikke noen god stemning av det. (Grunneier A 2014)

Han var tydelig frustrert over at folk kjøper jaktkort hos Statskog i stedet for å jakte hos ham. Kundene oppfatter enten de to tilbudene som likeverdige, eller de anerkjenner det tilrettelagte

tilbudet som mer verdifullt, men har andre preferanser eller en annen betalingsvillighet enn den kundegruppen grunneieren ønsker å henvende seg til, og velger dermed det rimelige produktet til Statskog. Dersom tilfellet er at produktene framstår som likeverdige med unntak av pris, har grunneieren en jobb å gjøre når det gjelder valg av målmarked, posisjonering av sitt produkt (Kamfjord 2011) og kanskje også generell markedsføring.

Også andre informanter uttrykte et lignende synspunkt, men ikke alle opplevde lave priser hos konkurrenter som et problem. Noen mente tvert i mot at jakt skal være billig og tilgjengelig for alle, som de to informantene nedenfor. Dette viser bare at hvilke utfordringer man opplever er en svært subjektiv sak, og ikke minst avhengig av hvilken målsetting man har for virksomheten. Mens private aktører ofte vil sikre seg et økonomisk utbytte av jakten gjennom kommersialisering, har Staten gjerne et nærmest motsatt mål der penger *brukes* på tilrettelegging for allmennheten. De “stordriftsfordelene” Staten har gir en mye større økonomisk fleksibilitet enn hva mange private aktører har. Også noen store grunneiere kan tillate priser på nivå med Statskog, og selv entreprenører som leier terreng av andre kan ha et ønske om å nå ut til mindre pengesterke kunder i tillegg til ønsket om avkastning:

“En førstegangsjeger i dag har jo ikke inntekt nesten. Det må være tilbud for alle. (...) Hvis ikke du tenker på ungdommen så kan du bare glemme det, for det er jo de du skal satse på videre (...)” (Entreprenør 1 2014)

“(...) men samtidig er det jo ikke sånn at det man skal ha tilgang til skal være så billig. Man må jo ha en viss utvikling i forhold til markedet, men når det gjelder jaktkort i hvertfall så skjeler vi vel til det som selges på statsallmenningene rundt omkring oss.” (Grunneier E 2014)

6.2 Merverdiavgift

I forhold til Statskog ble det også gitt uttrykk for en opplevelse av urettferdige regler for merverdiavgift (mva.). Samme grunneier som la prisene på linje med statsallmenningene oppsummerte dette slik:

“Det har vært sånn at når staten selger jakt og fiske, enten Statskog eller et fjellstyre, så er det produktet fritatt for merverdiavgift. Bakgrunnen for at det er gjort, er at staten har sagt at staten selv har et spesielt ansvar for å legge til rette for allmennheten. Men det er klart at sånn som utviklingen har vært de siste årene, så er det stadig flere private som har utviklet et

produkt på sine eiendommer som de selger, ofte til lik pris som staten, men da er den grunneieren som er privat, pålagt å betale 25 % merverdiavgift på tilsvarende produkt. Så det er en sånn konkurransevidning som ikke er god.” (Grunneier E 2014)

Han mener at reglene burde vært like for Staten og private aktører, slik at ikke bare private må betale merverdiavgift av jaktkortene de selger. Loven han henviser til er Merverdiavgiftsloven (2009) § 3-11, andre ledd, bokstav h, som slår fast av omsetning av rett til jakt og fiske omfattes av loven og dermed er merverdiavgiftspliktig. I følge Merverdiavgiftsforskriften (2009) § 3-11-1 er imidlertid jakt- og fiskekort i Stats- og bygdeallmenninger unntatt fra avgiftsplikten. Staten anses å ha et særskilt ansvar for å legge til rette for jakt og fiske for allmennheten, men fordelene med fritak fra mva. gir et konkurransefortrinn i forhold til private aktører som sistnevnte ser på som urettferdig og ødeleggende. Igjen er vi tilbake til diskusjonen om hvordan og av hvem jaktretten skal benyttes. For å sette det på spissen: eksklusive, tilrettelagte jaktopplegg for få, men høyt betalende kunder (tilbudt av private aktører), eller flest mulig jaktkort til lavest mulig pris (tilbudt av Staten). Fram til nylig har dette vært et spørsmål som i hovedsak har gjeldt småviltjakt, men etter at Staten begynte å selge jaktkort også på elgjakt i 2013 kan man tenke seg at også storviltjakt vil bli mer berørt av problemstillingen. Også storviltjakten har generelt vært billigere hos Staten enn tilsvarende produkt hos private aktører, men så lenge man har måttet være en del av et jaktlag for å jakte storvilt har markedet på et vis vært mer lukket enn for småviltjakt.

6.3 Smøreskandale

En annen problemstilling knyttet til skatt var også gjenstand for frustrasjon hos flere av virksomhetene. I 2003 ble det innført en lovendring som gjorde såkalt smøring ulovlig i Norge (Lov om endringer i straffeloven mv. (straffebud mot korrupsjon) 2003, Straffeloven 2003 § 276a-c). Endringen strammet inn reglene for skatt og fradragsføring i forbindelse med bedriftsturer/-arrangementer. Bedrifter som tar med ansatte, kunder og andre samarbeidspartnere på turer og arrangementer kan fradragsføre utgiftene dersom formålet med turen eller arrangementet er faglig. Er det derimot det ikke-faglige som dominerer så er kostnadene ikke fradragsberettiget (Skatteloven 1999 § 6-21), samt at turen eller arrangementet er skattepliktig inntekt for deltagerne (Skatteloven 1999 § 10-42). Skillelinjene mellom hva som er skattepliktig og ikke kan framstå som noe kompliserte og uklare (Sticos

2012), og som grunneieren nedenfor beskriver har loven ført til at en stor del av det bedriftsmarkedet man som jaktturismevirksomhet opererte i tidligere, nå har falt bort:

”Jo for tidligere var det sånn at hvis det var en bedrift som ville ta med kundene sine ut på jakt så fikk de skrive det som markedsføring, eller bli kjent tur hadde jeg nær sagt, og så fikk de utgiftsføre det i regnskap og ferdig med det. Men nå så har våre skattemyndigheter innført regler, (...) bedrifter får ikke utgiftsføre det, fordi det blir ikke godkjent som markedsføring. Og ikke nok med det, i tillegg så krever de at de som er med på turen skal inntekstføres av verdien. Og det er det veldig mange som driver å lærer seg utmarksnæring som ikke er klar over, så de skal jo ha guiding og masse rart, og så viser det seg at det er ikke noe marked for det, i alle fall ikke i Norge, fordi at en nordmann skal jo ha flere hundre kroner timen for å dra ut og gjøre en jobb og du finner ikke noen privatpersoner som vil betale det. Bedriftsmarkedet vil gjerne betale det hvis det er bra, men når de ikke får utgiftsføre i regnskapet og de risikerer at kunden må betale skatt av det (...) så slutter de med det. Markedet har kommet bort.” (Grunneier C 2014)

Bedriftskunder ønsker ikke lenger å ta med ansatte og egne kunder på jakt fordi det blir for dyrt. Dette er en vrien problemstilling og jaktturismevirksomhetene kan antageligvis ikke regne med å få medhold til en ny lovendring med det første. Lovendringen ble innført etter en rekke avsløringer og tilhørende medieomtale av virksomheter som hadde arrangert såkalte ”smøreturer” (VG 2012, Nettavisen 2005, Tønsberg Blad 2010 m.fl.). Bakgrunnen var altså misbruk av skatteregler, men blant jaktturismevirksomhetene blir den nye loven omtalt som et veldig underkommunisert problem som fjerner en svært viktig markedsandel og en stor inntektskilde for jaktturismevirksomheter.

6.4 Byggetillatelser

En av grunneierne trakk som eneste informant fram vanskeligheter med å få godkjent byggesøknad på nye hytter i jaktterrengene som en utfordring av stor økonomisk betydning. Selv om de andre informantene ikke reflekterte over samme problem, er overnattingsmuligheter i terrengene noe som er ønskelig i hele landet. Hans problem er derfor mest sannsynlig noe som kan berøre flere jaktturismevirksomheter.

G: (...), men vi når så mange flere hvis vi har gode hytter eller godt husvære sentralt i terrenget. Og der har vi noen utfordringer, for det er ikke så enkelt for en eiendom å få lov til

å bygge. Det burde vært sånn... vi mener at hvis vi har næring i et område så burde vi fått bygge der fordi det er næring. Det er helt vesentlig for næringsdriften vår at vi har sånne hytter. (...) Og det er helt vesentlig. På et terreng som du kan få 50 000 for med hytte, så får du kanskje 15 000 på samme terrenget hvis du ikke har det.

(...)

CJ: Ja, så det mangler litt aksept for det at det er en næring.

G: Ja! Plan- og bygningsloven definerer jo jakt- og fiskehytter inn under næringsbebyggelse. Har du et landbruksbygg som du skal føre opp så er det definert, det kan du gjøre, og myndighetene sier at utmarksnæring er en viktig del av landbruket, og da burde det fulgt med at da kan du tilrettelegge for å drive utmarksnæring. Og kanskje det viktigste er at man får sette opp nødvendige hus da, men i praksis så er ikke det noe enkelt! (...) Så det blir litt paradoks når myndighetene sier det at utmarksnæring skal utvikles, og det er viktig for tilleggsnæringene i landbruket, da burde det også være lov, der du dokumenterer at det er viktig, å få lov å bygge driftsbygninger. (Grunneier D 2014)

Informanten henviser til Plan- og bygningsloven av 2008. Etter § 20-1 a kreves det søknad og tillatelse for ”oppføring, tilbygging, påbygging, underbygging eller plassering av bygning, konstruksjon eller anlegg”. Informanten har gjennom egne forsøk erfart at det er vanskelig å få innvilget søknad på skogshusvære til bruk i jaktturismevirksomhet. Hvorvidt dette gjelder alle kommuner, eller skyldes saksbehandling i enkelte kommuner er uvisst, men dersom loven er slik at den vanskeliggjør næringsvirksomhet i utmark, og dette er noe Norge ønsker å fortsette å satse på, bør regjeringen kanskje vurdere en lovendring?

6.5 Andre økonomiske utfordringer

Av økonomiske utfordringer ble også andre enkeltsaker trukket fram, som ikke umiddelbart kan antas å gjelde mer allment. En entreprenør opplevde det som utfordrende at grunneierne han leide terreng hos tok høy betaling. Dette måtte han i tillegg betale før jaktsesongen, slik at han risikerte å ikke klare å tjene inn igjen beløpet. En annen viste til et kraftig fall i prisene han fikk på viltkjøttet som han satt igjen med etter endt jakt, mens en tredje poengterte viktigheten av å være tålmodig i starten og ikke forvente inntekt før etter noen år med arbeid for å etablere seg i markedet og skaffe en lojal kundekrets. Sistnevnte utfordring er nok noe de

fleste opplever ved etablering av ny virksomhet, men dette kan ikke sies å være en utfordring utover forventning, og i alle fall ikke særegent for jaktturisme.

7. Oppsummering og konklusjon

Problemstillingene for denne studien var:

1. *Hvilke muligheter og utfordringer opplever grunneiere og jaktentreprenører i forbindelse med oppstart og drift av jaktturismevirksomhet?*
2. *Hvordan opplever grunneiere og jaktentreprenører konflikter med aktører i sine omgivelser?*
 - *Hvem er aktørene og hva går konfliktene med disse ut på?*
 - *Hvordan kan konfliktene forklares?*
 - *Hvordan håndteres konfliktene?*

Hypotesene var:

Hypotese 1: Det eksisterer konflikter mellom grunneiere og jaktentreprenører som driver en jaktturismevirksomhet, og aktører i deres omgivelser

Hypotese 2: Økonomi er et område som grunneierne og jaktentreprenørene knytter viktige muligheter og utfordringer til

Hypotese 3: Det er en forskjell på grunneiere og jaktentreprenører når det gjelder konflikter med andre aktører

Grunneierne og jaktentreprenørene i denne studien hadde opplevd en rekke muligheter og utfordringer i forbindelse med oppstart og drift av jaktturismevirksomhet. Disse er oppsummert i Tabellene 2 og 3 som en konklusjon til Problemstilling 1. Ulike økonomiske utfordringer var det som ble ansett som viktigst for mange, men også konflikter med aktører i virksomhetenes omgivelser hadde en sterk påvirkning.

7.1 Økonomiske utfordringer

Hypotese 2 om at grunneierne og jaktentreprenørene ville knytte viktige muligheter og utfordringer til økonomi ble bekreftet. Nesten samtlige muligheter og utfordringer i tabellene 3 og 4 kan knyttes til økonomi på en eller annen måte, og engasjementet rundt økonomiske utfordringer var generelt stort hos informantene.

Det overordnede inntrykket når det gjelder økonomiske utfordringer er at det naturlig nok ikke går problemfritt for alle, men at påfallende mange opplever jaktturisme som særdeles tidkrevende og lite lønnsomt. Forklaringen kan ligge i det at lønnsnivået i Norge er så høyt at det ikke er mulig for virksomhetene å verken ansette arbeidskraft eller ta en betaling for sine produkter og tjenester som forsvarer arbeidsinnsatsen som ligger bak. Dessuten holdes prisene nede av at Statskog selger billige jaktkort, og at mange innenbygdsboende fortsatt jakter billig eller gratis (spesielt gjelder dette småviltjakt, som var en vel så viktig inntekt for flere av informantene som storviltjakten). Riktig nok er betalingsvilligheten for jaktprodukter høy hos deler av befolkningen, men denne gruppen er fortsatt så liten i forhold til den mengden av jaktturismeprodukter som har vokst fram de siste tiårene, at man er avhengig av å drive i stor skala eller ha et særdeles godt produkt for å få det til å gå rundt økonomisk. Hva som kan regnes som “stor skala” har ikke denne studien forsøkt å gi noe svar på, men det kan virke som om en del av informantene drev for smått.

I framtiden får vi kanskje se en endring i praksisen med prisdiskriminering mellom innenbygds- og utenbygdsboende. For mange kan det bety nye muligheter i jaktturismemarkedet, men en tilhørende samfunnsdebatt om retten til og tilgjengeligheten av jakt vil nok være uunngåelig. Med kommersialisering av goder som anses som felleseie vil det alltid være et spørsmål om hvem som innehar retten til å benytte seg av godet.

Når det gjelder lovverket om merverdiavgift og smøring skal det nok en del til for å få inn endringer. Det er ikke tvil om at det er et reelt problem at Staten har et konkurransefortrinn og at deler av bedriftsmarkedet er borte for virksomhetene, men det ser foreløpig ut til å være et problem man må leve med. Derimot kan det være enklere å gjøre noe med ulikheter i byggesaksbehandling i kommunene, som ikke har utspring i lovverk. Hvis trenden med jaktturisme fortsetter og det blir stadig flere aktører i markedet, vil kommunene kanskje få en mer liberal praksis for godkjenning av oppføring av nødvendig skogshusvær i jaktterrengene. Dette blir imidlertid synsing som ikke kan bekreftes før man sitter på resultater fra en eventuell studie av byggesaksbehandling i kommuner nå og om eksempelvis ti år. Om ti år kan for den saks skyld mye ha skjedd når det gjelder merverdiavgift og smøring også.

7.2 Konflikter med andre aktører

Som de mange uttalelsene fra informantene viser er det en til tider betydelig motstand fra andre aktører som må håndteres for at virksomheten skal fungere. Hypotese 1 kan altså bekreftes for informantene i denne studien. Utfordringene kan av grunneierne og entreprenørene oppleves som fastlåste, urettferdige og uforståelige. Imidlertid er det som oftest snakk om en motvilje som er sterkest i starten, når institusjoner og tradisjoner (gamle som nye) rokkes ved. Etter hvert går det seg gjerne til, og når en person har startet opp med jaktturisme opplever denne gjerne at flere i bygda følger etter.

Jeg har her argumentert for at mine funn, støttet av tidligere forskning og litteratur, viser at store deler av forklaringen til konfliktene kan være å finne i det som kalles sosiale institusjoner, nærmere bestemt i ”jegerinstitusjonen”. Motstanden kommer hovedsakelig fra nabogrunneiere og lokale jegere. Innholdet i konfliktene, forklaring på konfliktene og måten de håndteres på er noe ulik for grunneierne sammenlignet med jaktentreprenørene. Hypotese 3 om at det er en forskjell på grunneiere og jaktentreprenører når det gjelder konflikter med andre aktører, har derfor også blitt bekreftet for informantene i denne studien.

Grunneierne opplever i hovedsak konflikter knyttet til vendepunkter i praktiseringen av jakt på eiendommen, som de selv skaper ved å starte med jaktturisme. Folk som har jaktet på eiendommen tidligere viser misnøye over at grunneierne skurrer opp prisen eller endrer praksisen for hvordan jakten skal gjennomføres. Konfliktene blir enten håndtert ved å ignorere dem, eller ved å avholde informasjonsmøter, sende brev eller sette seg ned og diskutere med den eller de det gjelder.

Entreprenørene opplever mye baksnakking og rykter fra nabogrunneiere og lokale jegere. Dette håndterer de ved å ignorere motstanden så godt de kan, fordi de føler at det er noe de bare må leve med. Det kan synes som at det fra starten er svært viktig å være åpen og ærlig om alt man gjør, og gjerne involvere flest mulig aktører fra lokalsamfunnet i sin virksomhet. Imidlertid er det forståelig at dette ikke alltid er noe entreprenørene ønsker, og vedvarende baksnakking og annet psykisk press kan være svært vanskelig å håndtere på andre måter enn ved å “vende det andre kinnet til” og ta tiden til hjelp.

Både konfliktene som grunneierne og jaktentreprenørene støter på kan antageligvis forklares med at de bryter med jegerinstitusjonen som hersker i lokalsamfunnet. De viser at de bryr seg om den økonomiske siden ved jakten, men først og fremst viser de at de tør å gjøre noe som

bryter med den eksisterende praksisen i samfunnet. Folk oppfatter kanskje at grunneieren/entreprenøren setter seg selv og egen økonomisk vinning foran fellesskapet og en slik kommersialiseringstankegang aksepteres ikke i de jegerinstitusjonene hvor de økonomiske sidene ved jakten blir tilslørt. Det kan også være andre normer i jegerinstitusjonen, som at innenbygdsboende har førsterett til å jakte, og at jakt skal være billig. Brudd med slike normer er antageligvis årsaken til motviljen fra de andre aktørene. Hvis den som bryter med normene i tillegg tjener penger på å gjøre det, og slik også bryter med gaveøkonomitradisjonen, kan konfliktnivået tilsynelatende øke. For å få bekreftet at det er slike sammenhenger knyttet til institusjoner som er årsaken til konfliktene, er det imidlertid nødvendig å studere fenomenet også fra de andre aktørene sin side.

Konflikter eller ikke; det er tydelig at norsk jakthistorie er godt på vei inn i et nytt kapittel der gamle tradisjoner, normer og regler får prøvd seg mot dagens krav om ressursutnyttning og tilgjengelighet for allmennheten. Som entreprenøren fra innledningen oppsummerer det hele:

”Nei, det som er interessant i dette her er at jeg tror at den tradisjonelle måten å drive jakt på, og kanskje spesielt elgjakt som er såpass tradisjonspreget som den er, den er i forandring. Og jeg tror det kommer flere jaktentreprenører som meg i tiden som kommer.” (Entreprenør 3 2014)

7.3 Refleksjon og råd om framtidig forskning

Hvis myndighetene viderefører satsingen på utmarksnæringer som jaktturisme, og forvalter landets viltressurser på en bærekraftig måte, tror jeg entreprenøren som er sitert ovenfor kan få rett i sin antagelse om at det blir flere jaktentreprenører i tiden som kommer. En slik utvikling avhenger også av hvorvidt trendene i samfunnet med mer fritid og investering i fritidsaktiviteter fortsetter. Mer forskning på konsekvensene av å kommersialisere jakt kan i så fall gi verdifulle innspill til både jaktentreprenører og grunneiere, samt kommuneansatte og andre som har å gjøre med viltforvaltning, utmarksbasert innovasjon og relaterte temaer.

I denne studien var det grunneiere og jaktentreprenører som var gjenstand for granskning, og det er et åpenbart behov for supplerende forskning som tar for seg andre aktørers synspunkt på kommersialisering av jakt. Jeg har gjort et forsøk på å forklare hva som ligger bak konfliktene, men samtale med andre aktører i jaktturismevirksomhetenes omgivelser kan gi interessante funn som bidrar til å øke forståelsen av problemet. Slike prosjekter kan

framskaffe kunnskap som kan gjøre det enklere for grunneiere og jaktentreprenører å starte opp med jaktturisme, og slik følge anbefalingene fra myndighetene om å tenke nytt i landbruket. Det kan også være interessant å se nærmere på forskjellene på grunneiere og jaktentreprenører når det gjelder forholdet de har til andre aktører gjennom sin jaktturismevirksomhet.

8. Litteratur

Aarhus, A. 2012. Jegrar og jakter i Heibergheiane.

Aas, Ø. og Hertzberg, K. 2001. Stortingsmelding 40 (1986-87) om friluftsliv – hvorfor kom den og hva førte den egentlig til? Utmark, tidsskrift for utmarksforskning. Tilgjengelig 25.6.2014 fra <http://www.utmark.org/utgivelser/pub/2001-2/art/Aas-og-Hertzberg-utmark-2-2001.htm>

Aas, Ø. og Vorkinn, M. 1995. Befolkningens adgang til jakt og fritidsfiske. Østlandsforskning. Rapport nr. 1995/22.

Alatalo, M. 2003. Jaktturism i Sverige. Turistdelegationen.

Arbeidernes jeger- og fiskerforbund. 2014. Foreningens historikk. Tilgjengelig 14.5.2014 fra <http://www.ajffoslo.no/side2.html>

Aubert, V. 1964. Sosiologi. Universitetsforlaget, Oslo.

Berge, E. 2011. Egedomsregime. Kart og Plan 71 (3):172-179.

Berger, P.L. og Luckmann, T. 1967. The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge. I: Vatn, A. 2005. Institutions and the Environment. Edward Elgar Publishing, Cheltenham.

Bjørnebekk, R. T. 1992. Barn og fjernsynsreklame. Et prosjekt for kommersialisering av fjernsynet og dets betydning for førskolebarn. I: Per S. Jørgensen (red.): Barn og tv- reklame. Nord 1992:4, København

Brottveit, Å. og Agedal, O. 1999. Jakta på elgjakkulturen. Abstrakt forlag.

Duda, M.D. og Young, K. 1996. Public opinion on hunting, fishing and endangered species. I: MacKay, K. og Campbell, J.M. 2004. An examination of residents' support for hunting as a tourism product. Tourism management 25.

Eggertson, T. 1993. The economics of institutions: Avoiding the open-field syndrome and the perils and path dependence. I: Hovland, M. B. 2003. Jakt som næringsveg – institusjonelle utfordringer ved kommersialisering. Stiftelsen norsk senter for bygdeforskning.

Falck, M.M. og Mysterud, I. 1987. Viltbruk – distriktsnæring og miljøvern. Aftenposten.

Forskrift om forvaltning av hjortevilt. 2012. Klima- og miljødepartementet.

Fredman, P., Wall Reinius, S. og Lundberg, C. 2009. Turism i natur. Definitioner, omfattningsstatistikk. *Rapport ETOUR*, R-23:2009. Tilgjengelig 1.7.2014 fra <http://miun.diva-portal.org/smash/get/diva2:282000/FULLTEXT01>

Gezelius, S.S. 2004. Food, money, and morals: Compliance among natural resource harvesters. Human Ecology, Vol. 32, No. 5

Grubben, I. 2013. Naturbaserte reiselivsentreprenører i Norge. Bedriftenes målsettinger, kjennetegn og opplevde suksessfaktorer og flaskehalser. Norges miljø- og biovitenskapelige universitet.

- Hellevik, O. 2002. Forskningsmetode i sosiologi og statsvitenskap. 7. utgave. Universitetsforlaget.
- Hertzberg, K., Aas, Ø. og Vistad, O.I. 2001. Evaluering av St.meld. 40 (1986-87) Om friluftsliv. NINA Oppdragsmelding 688.
- Hirsch, J.L. 1899. *Sitat I: Brottveit, Å. og Agedal, O. 1999. Jakta på elgjakkulturen.* Abstrakt forlag.
- Hjeljord, O. 2008. Viltet, biologi og forvaltning. Tun forlag
- Hjermundrud, I. 2014. Muntlig meddelelse.
- Hovland, M. B. 2003. Jakt som næringsveg – institusjonelle utfordringer ved kommersialisering. Stiftelsen norsk senter for bygdeforskning.
- Innovasjon Norge. 2014. Etablererkurs Oppland. Tilgjengelig 1.7.2014 fra <http://www.innovasjonnorge.no/Etablererkurs-Oppland/#.U7vMerHb5XI>
- Jacobsen, H.E.H. 2007. I Heibergs fotspor. Stavanger Aftenblad 7.8.2007. Tilgjengelig 1.7.2014 fra <http://www.aftenbladet.no/nyheter/lokalt/article491919.ece#.U7alDbHb5XI>
- Jagtloven. 1899.
- Jagtloven. 1951.
- Johannesen, A. et.al. 2011. Forskningsmetode for økonomisk administrative fag. Fagbokforlaget.
- Kamfjord, G. 2011. Det helhetlige reiselivsproduktet. Fagspesialisten.
- Korsvolla, K., Steinsholt, H. og Sevatdal, H. 2004. Eiendomsforhold i utmark og næringsutvikling. Serie B, rapport B1/2004. Institutt for landskapsplanlegging, NLH.
- Landbruks- og matdepartementet. 2007. Ta landet i bruk! Landbruks og matdepartementets strategi for næringsutvikling 2007-2009.
- Landbruks- og matdepartementet. 2012. Jaktturisme – langt større muligheter. Regjeringens dokumentarkiv. Tilgjengelig 12.5.2014 fra <http://www.regjeringen.no/nb/dokumentarkiv/stoltenberg-ii/lmd/Nyheter-og-pressemeldinger/nyheter/2012/jaktturisme---langt-storre-muligheter.html?id=673152>
- Leiper, N. 1990. Tourist Attraction Systems. *Annals of Tourism Research*, 17: 367-84. I: Kamfjord, G. 2012. Det helhetlige reiselivsproduktet. Fagspesialisten.
- Lier-Hansen, S. 2014. Muntlig meddelelse.
- Lov om endringer i straffeloven mv. (straffebud mot korrupsjon). 2003. Justis- og beredskapsdepartementet.
- Lundberg, C. og Fredman, P. 2011. Success factors and constraints among nature-based tourism entrepreneurs. *Current issues in tourism*, DOI: 10.1080/13683500.2011.630458.

- MacKay, K. og Campbell, J.M. 2004. An examination of residents' support for hunting as a tourism product. *Tourism management* 25.
- Malt, U. 2009. Strukturert Intervju. I: Store medisinske leksikon. Hentet 2.6.2014 fra http://sml.snl.no/strukturert_intervju.
- Martiniussen, W. 1991. Sosiologisk analyse. Universitetsforlaget. Oslo. I: Rønningen et.al. 2001. Utmarka og lokal næringsutvikling. Sosiale og kulturelle forhold ved kommersialisering. Rapport 6/01. Bygdeforskning.
- Matilainen, A. og Keskinarkaus, S. 2010. The Social Sustainability of Hunting Tourism in Northern Europe. Ruralia Institute. Reports 59.
- Mehmetoglu, M. 2007. Naturbasert turisme. Bergen: Fagbokforlaget Vigmostad og Bjørke AS
- Merverdiavgiftsforskriften. 2009. Finansdepartementet.
- Merverdiavgiftsloven. 2009. Finansdepartementet.
- Naturmangfoldloven. 2009. Klima- og miljødepartementet.
- Nettavisen. 2005. Smøring i vinmonopolet. Tilgjengelig 13.5.2014 fra <http://www.nettavisen.no/333117.html>
- Norges jeger- og fiskerforbund. 2011. NJFFs historie. Tilgjengelig 25.4.2014 fra http://www.njff.no/portal/page/portal/njff/artikkel?element_id=111681948&displaypage=TR UE
- Norges jeger- og fiskerforbund. 2013. Jegerprøven med Norges jeger- og fiskerforbund.
- Norges Skogeierforbund. 2010. Rapport til Landbruks- og Matdepartementet. Estimert for omsetning av jakt og innlandsfiske i Norge.
- North, C.D. 1990. Institutions, institutional change and economic performance. I: Vatn, A. 2005. Institutions and the Environment. Edward Elgar Publishing, Cheltenham.
- NOU 2013:10. Naturens goder – om verdier av økosystemtjenester. Norges offentlige utredninger.
- Nærings- og handelsdepartementet. 2012. Regjeringens reiselivsstrategi. Destinasjon Norge – nasjonal strategi for reiselivsnæringen.
- Nøttestad, Ø. 2007. I: Høyland, T., Sørvik, W.R. og Ødegaard, I. (red.) 2007. Fylkesmannens miljøvern avdeling 25 år: Suksesshistorier Norge rundt. Dialecta kommunikasjon.
- Olstad, O. 1934. Elgen i Norge. En Statistisk Undersøkelse. Det Norske Videnskabsakademi i Oslo I: Brottveit, Å. og Aagedal, O. 1999. Jakta på elgjakkulturen. Abstrakt forlag.
- Ostrom, E. 2003. How Types of Goods and Property Rights Jointly Affect Collective Action. *Journal of Theoretical Politics*, Vol. 15, No. 3, 239-270
- Petersen, R.S. ukjent årstall. På jakt med Storm P.

Plan- og bygningsloven. 2008. Kommunal- og moderniseringsdepartementet.

Ryen, A. 2002. Det kvalitative intervjuet – Fra vitenskapsteori til feltarbeid. Fagbokforlaget.
Sack, R.D. 1997. Homo Geographicus. A framework for action, awareness and moral concern. Baltimore, The Johns Hopkins university press.

Rønningen, K., Elden, K.M. og Stræte, E.P. 2001. Utmarka og lokal næringsutvikling. Sosiale og kulturelle forhold ved kommersialisering. Rapport 6/01. Bygdeforskning.

Sack, R.D. 1997. Homo Geographicus. A framework for action, awareness and moral concern. Baltimore, The Johns Hopkins university press. I: Hovland, M. B. 2003. Jakt som næringsveg – institusjonelle utfordringer ved kommersialisering. Stiftelsen norsk senter for bygdeforskning.

Sevatdal, H. 1998. Egedomsomforming og institusjonell teori. Kart og plan nr. 3/1998. 91. årgang. Vol. 58. I: Hovland, M. B. 2003. Jakt som næringsveg – institusjonelle utfordringer ved kommersialisering. Stiftelsen norsk senter for bygdeforskning.

Skatteloven. 1999. Finansdepartementet.

Skogbrukets kursinstitutt. 2014. Utmarksnæring og reiseliv. Tilgjengelig 2.7.2014 fra <http://www.skogkurs.no/kursbeskrivelser.asp?Tema=6>

Statistisk sentralbyrå. 2008. Utviklingen i norsk jordbruk 1950-2005. I: Statistisk Sentralbyrå. 2008. Norsk økonomi: Artikler med utgangspunkt i nasjonalregnskapet.

Statistisk Sentralbyrå. 2014a. Registrerte jegere 2013/2014. Tilgjengelig 28.4.2014 fra <http://www.ssb.no/jord-skog-jakt-og-fiskeri/statistikker/jegerreg>

Statistisk Sentralbyrå. 2014b. Aktive jegere, 2012/2013. Tilgjengelig 28.4.2014 fra <http://www.ssb.no/jeja/>

Statistisk Sentralbyrå. 2014c. Aktive jegere – lag egne tabeller og figurer. Tilgjengelig 28.4.2014 fra <https://www.ssb.no/statistikkbanken/selecttable/hovedtabellHjem.asp?KortNavnWeb=jeja&CMSSubjectArea=jord-skog-jakt-og-fiskeri&checked=true>

Statistisk Sentralbyrå. 2014d. Akvakultur, 2013, foreløpige tall. Tilgjengelig 8.7.2014 fra <http://www.ssb.no/jord-skog-jakt-og-fiskeri/statistikker/fiskeoppdrett/aar-forelopige>

Statskog. 2014. Elgjakt uten jaktlag -enkeltmannsjakt. Tilgjengelig 2.7.2014 fra <http://www.statskog.no/jakt/Sider/Elgjakt-uten-jaktlag-enkeltmannsjakt.aspx>

Sticos. 2012. Skatt på sponsturer. Tilgjengelig 28.6.2014 fra <https://www.sticos.no/portal/Regnskapsmetodikk-Startside/Regnskapsmetodikk-Nyheter/TabId/105/ArtMID/3655/ArticleID/12/Skatt-p229-sponsturer.aspx>

Store Norske Leksikon. 2014a. Jordbruk i Norge. Tilgjengelig 2.7.2014 fra http://snl.no/Jordbruk_i_Norge

Store Norske Leksikon. 2014b. Den industrielle revolusjon. Tilgjengelig 14.5.2014 fra http://snl.no/den_industrielle_revolusjon

Store Norske Leksikon. 2014c. Norges befolkning. Tilgjengelig 14.5.2014 fra http://snl.no/Norges_befolkning

Store Norske Leksikon. 2014d. Entreprenør. Tilgjengelig 14.5.2014 fra <http://snl.no/entrepren%C3%B8r>

Store Norske leksikon 2014e. Norsk fiskerihistorie. Tilgjengelig 8.7.2014 fra http://snl.no/Norsk_fiskerihistorie

Straffeloven. 2003. Justis- og beredskapsdepartementet.

Sæther, B.-E., Solbraa, K., Sødal, D.P., Hjeljord, O., 1992. Sluttrapport Elg-Skog-Samfunn (in Norwegian with English abstract). NINA Fagrapport 28. Norwegian Institute for Nature Research, Trondheim.

The free dictionary. 2014. Gift economy. Tilgjengelig 13.5.2014 på <http://encyclopedia.thefreedictionary.com/gift+economy>

Tønsberg Blad. 2010. Entreprenør betalte smøretur. Tilgjengelig 13.5.2014 fra <http://www.tb.no/nyheter/entreprenor-betalte-smoretur-1.1385333>

Valebrokk, K. 2002. Goretexbrigaden går til angrep. Aftenposten 13. oktober 2002.

Vatn, A. 2005. Institutions and the Environment. Edward Elgar Publishing, Cheltenham.

Vennesland, B. 2004. Social capital and rural economic development, with relevance for the utilization of forest resources. NLH, Doctor scientiarum theses 2004:2.

VG. 2012. Sjefen dro på smøretur. Tilgjengelig 13.5.2014 fra <http://www.vg.no/nyheter/innenriks/sjefen-dro-paa-smoeretur/a/10050594/>

Viltloven. 1981. Klima- og miljødepartementet.

Yin, R.K. 2014. Case Study Research Design and Methods. 5th edition. SAGE Publications.

Introduksjon	Tema 1: Om bedriften	Tema 2: Muligheter og utfordringer ved oppstart og drift	Avslutning
<i>Hensikt: Eliminere eventuell utrygghet hos informanten, og presentere rammene for intervjuet. Ca. 3 min.</i>	<i>Hensikt: "Varme opp" informanten med enkle spørsmål og kartlegge virksomheten. Ca. 20 min.</i>	<i>Hensikt: Kartlegge muligheter og utfordringer, spesielt med tanke på eventuelle konflikter med andre aktører og hvordan disse ble håndtert. Ca. 30 min.</i>	<i>Hensikt: Få opplysninger om informanten, trigge sluttkommentar(er) som avslører ny info, og avslutte intervjuet med enkle spørsmål. Ca. 5 min</i>
Presentere meg selv og tema for masteroppgaven/ Intervjuet.	Kan du fortelle litt om din bedrift? (oppstartsår, din rolle, grad av tilrettelegging, arter, lønnsomhet, eiendomsstørrelse, samarbeidsnettverk)	Har det vært noe som kan kalles et "velskille" for eiendommen/virksomheten? (for eksempel oppstart av jaktturisme)	Oppsummer de viktigste delene av Intervjuet kort
Hvorfor jeg ønsker å snakke med Informanten. Si at jeg ønsker Informantens personlige meninger.	Hva var din motivasjon for å starte opp?	Hvordan opplever du at holdningene til jaktturisme i bygda/dine omgivelser?/ Er jaktturisme sosialt akseptert?	Spørre om det er noe Informanten vil legge til/noe jeg ikke har spurt om som burde vært diskutert?
Informere om anonymitet, muligheten for å avbryte Intervjuet, opptak og sletting av data.	Hvordan vil du definere målsettingen for din virksomhet?/Hva skal til for at du vil si at du har lykket med din virksomhet?	Har du fått noen spesielle reaksjoner fra noen på virksomheten din? (Hvem og hva?)	Andre yrker og roller i tillegg til Jaktturisme?
Spørre om det er noe Informanten lurer på.	Hvordan er organiseringen av driftforvaltningen/grunnleggerorganiseringen i området? Hva er du medlem i?	Kan du fortelle litt om gjestene du har hatt? (oppriinnelsessted, episoder under jakten)	Informere om det videre arbeidet med oppgaven
		Hvordan håndterer du eventuelle konflikter?	Kan jeg kontakte deg senere for evt oppfølgingsspørsmål?
		Hvordan har alt fungert økonomisk?	Oppfordre Informanten til å selv kontakte meg hvis det dukker opp noe
		Er det noe du ser i ettertid at du burde gjort annerledes?	
		Har du opplevd (andre) spesielle muligheter/utfordringer?	



Norges miljø- og
biovitenskapelige
universitet

Postboks 5003
NO-1432 Ås
67 23 00 00
www.nmbu.no