

UNIVERZA V LJUBLJANI  
EKONOMSKA FAKULTETA

MAGISTRSKO DELO

**ANALIZA MOŽNOSTI VSTOPA CBD IZDELKOV NA TRG  
ZDRUŽENEGA KRALJESTVA**

Ljubljana, september 2023

NINA FLORJANČIČ

## IZJAVA O AVTORSTVU

Podpisana Nina Florjančič, študentka Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, avtorica predloženega dela z naslovom Analiza možnosti vstopa CBD izdelkov na trg Združenega kraljestva, pripravljene v sodelovanju s svetovalko red. prof. dr. Majo Zalaznik

### IZJAVLJAM

1. da sem predloženo delo pripravila samostojno;
2. da je tiskana oblika predloženega dela istovetna njegovi elektronski obliki;
3. da je besedilo predloženega dela jezikovno korektno in tehnično pripravljeno v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani, kar pomeni, da sem poskrbela, da so dela in mnenja drugih avtorjev oziroma avtoric, ki jih uporabljam oziroma navajam v besedilu, citirana oziroma povzeta v skladu z Navodili za izdelavo zaključnih nalog Ekonomske fakultete Univerze v Ljubljani;
4. da se zavedam, da je plagiatorstvo – predstavljanje tujih del (v pisni ali grafični obliki) kot mojih lastnih – kaznivo po Kazenskem zakoniku Republike Slovenije;
5. da se zavedam posledic, ki bi jih na osnovi predloženega dela dokazano plagiatorstvo lahko predstavljalo za moj status na Ekonomski fakulteti Univerze v Ljubljani v skladu z relevantnim pravilnikom;
6. da sem pridobila vsa potrebna dovoljenja za uporabo podatkov in avtorskih del v predloženem delu in jih v njem jasno označila;
7. da sem pri pripravi predloženega dela ravnala v skladu z etičnimi načeli in, kjer je to potrebno, za raziskavo pridobila soglasje etične komisije;
8. da soglašam, da se elektronska oblika predloženega dela uporabi za preverjanje podobnosti vsebine z drugimi deli s programsko opremo za preverjanje podobnosti vsebine, ki je povezana s študijskim informacijskim sistemom članice;
9. da na Univerzo v Ljubljani neodplačno, neizključno, prostorsko in časovno neomejeno prenašam pravico shranitve predloženega dela v elektronski obliki, pravico reproduciranja ter pravico dajanja predloženega dela na voljo javnosti na svetovnem spletu preko Repozitorija Univerze v Ljubljani;
10. da hkrati z objavo predloženega dela dovoljujem objavo svojih osebnih podatkov, ki so navedeni v njem in v tej izjavi;
11. da sem preverila verodostojnost informacij, ki izhajajo iz zapisov na podlagi uporabe orodij umetne inteligence.

V Ljubljani, dne 20.09.2023

Podpis študentke: \_\_\_\_\_

# KAZALO

<b>1</b>	<b>UVOD .....</b>	<b>1</b>
<b>2</b>	<b>PROCES INTERNACIONALIZACIJE .....</b>	<b>2</b>
<b>2.1</b>	<b>Oprelitev procesa internacionalizacije.....</b>	<b>2</b>
<b>2.2</b>	<b>Teorije internacionalizacije.....</b>	<b>3</b>
<b>2.3</b>	<b>Dejavniki internacionalizacije: motivi in sprožilci .....</b>	<b>4</b>
2.3.1	Motivi internacionalizacije .....	4
2.3.2	Sprožilci internacionalizacije .....	5
2.3.3	Presek motivov in sprožilcev.....	5
<b>2.4</b>	<b>Dejavniki vstopa na tuji trg .....</b>	<b>6</b>
<b>2.5</b>	<b>Načini vstopa na tuje trge .....</b>	<b>7</b>
2.5.1	Oblike vstopa na tuji trg .....	7
2.5.1.1	<i>Izvozne oblike vstopa na tuji trg.....</i>	<i>7</i>
2.5.1.2	<i>Pogodbene oblike vstopa na tuji trg.....</i>	<i>9</i>
2.5.1.3	<i>Investicijske oblike vstopa na tuji trg.....</i>	<i>11</i>
<b>2.6</b>	<b>Ovire internacionalizacije .....</b>	<b>12</b>
<b>3</b>	<b>PREDSTAVITEV CBD IZDELKOV.....</b>	<b>14</b>
<b>3.1</b>	<b>Oprelitev CBD izdelkov.....</b>	<b>14</b>
<b>3.2</b>	<b>Zdravstveni učinki CBD izdelkov .....</b>	<b>14</b>
<b>3.3</b>	<b>Regulacija CBD izdelkov.....</b>	<b>16</b>
<b>3.4</b>	<b>Varnost CBD izdelkov .....</b>	<b>18</b>
<b>4</b>	<b>ANALIZA ŠIRŠEGA IN PANOŽNEGA OKOLJA .....</b>	<b>19</b>
<b>4.1</b>	<b>Analiza širšega okolja .....</b>	<b>19</b>
4.1.1	Analiza političnega in pravnega okolja .....	20
4.1.2	Analiza ekonomskega okolja.....	25
4.1.3	Analiza sociokulturnega okolja .....	29
4.1.4	Analiza tehnološkega okolja.....	35
<b>4.2</b>	<b>Analiza panožnega okolja.....</b>	<b>38</b>
4.2.1	Analiza panoge .....	38
4.2.2	Regulacija CBD izdelkov v Združenem kraljestvu .....	41
4.2.3	Analiza konkurentov.....	41

4.2.4	Porterjev model petih silnic .....	41
4.2.4.1	<i>Pogajalska moč potrošnikov</i> .....	41
4.2.4.2	<i>Pogajalska moč dobaviteljev</i> .....	42
4.2.4.3	<i>Nevarnost nastopa substitutov</i> .....	43
4.2.4.4	<i>Nevarnost vstopa novih podjetij</i> .....	44
4.2.4.5	<i>Rivalstvo med obstoječimi konkurenti</i> .....	45
<b>5</b>	<b>KRITIČNA OCENA TRGA IN OPREDELITEV STRATEGIJE</b> .....	<b>46</b>
5.1	<b>Kritična ocena trga</b> .....	<b>46</b>
5.2	<b>Opredelitev strategije in priporočila</b> .....	<b>51</b>
<b>6</b>	<b>SKLEP</b> .....	<b>53</b>
	<b>LITERATURA IN VIRI</b> .....	<b>56</b>
	<b>PRILOGE</b> .....	<b>71</b>

## KAZALO TABEL

Tabela 1: Prikaz preseka motivov in sprožilcev internacionalizacije .....	6
Tabela 2: Agregatni kazalniki upravljanja za Združeno kraljestvo od 2019 do 2021 .....	22

## KAZALO SLIK

Slika 1: Indeks zaznave korupcije v Združenem kraljestvu od 2012 do 2022 .....	22
Slika 2: Indeks enostavnosti poslovanja v Združenem kraljestvu od 2012 do 2019 .....	24
Slika 3: Stopnja inflacije v Združenem kraljestvu od 2016 do aprila 2023 v odstotkih .....	26
Slika 4: CPI v Združenem kraljestvu od 2020 do marca 2023 v odstotnih točkah .....	26
Slika 5: Gibanje vrednosti funta glede na vrednost eura od 2000 do 2022 .....	27
Slika 6: Ocene mednarodnih migracij v Združenem kraljestvu od 1964 do 2022 .....	30
Slika 7: Ocena CCI v Združenem kraljestvu od julija 2022 do junija 2023 .....	31
Slika 8: Razpoložljivi osebni dohodek v Združenem kraljestvu v od 2014 do Q1 2023 .....	32
Slika 9: Potrošniška poraba v Združenem kraljestvu od 2014 do Q1 2023 .....	32

## KAZALO PRILOG

Priloga 1: Pristopi internacionalizacije .....	1
Priloga 2: Regulacija CBD izdelkov v Združenem kraljestvu .....	5
Priloga 3: Vodilna podjetja CBD izdelkov v Združenem kraljestvu .....	10

## SEZNAM KRATIC

**angl.** – angleško

**BDP** – bruto domači proizvod

**BDV** – bruto dodana vrednost

**CBD** – kanabidiol

**CBPM** – (angl. cannabis-based products for medicinal use in humans); izdelki na osnovi konoplje za medicinsko uporabo pri ljudeh

**CCI** – (angl. Consumer Confidence Index); kazalnik zaupanja potrošnikov

**COVID-19** – koronavirus

**CPI** – (angl. Corruption Perception Index); indeks zaznave korupcije

**CPI** – (angl. Consumer Price Index); indeks cen življenjskih potrebščin

**CPTPP** – (angl. Comprehensive and Progressive Agreement for Trans – Pacific Partnership);

Celovit in progresiven sporazum o čezpacifiškem sodelovanju

**EFSA** – (angl. European Food and Safety Authority); Evropska agencija za varnost hrane

**EK** – Evropska komisija

**EMA** – (angl. European Medicines Agency); Evropska agencija za zdravila

**EORI number** – (angl. Economic Operators Registration and Identification Number); številka registracije in identifikacije gospodarskih subjektov

**EU** – Evropska unija

**FDA** – (angl. Food and Drug Administration); Urad za hrano in zdravila

**FSA** – (angl. Food Standards Agency); Agencija za prehranske standarde

**FSS** – (angl. Food Standards Scotland); Standardi za živila na Škotskem

**G20** – (angl. Group of Twenty); medvladni forum za mednarodno gospodarsko sodelovanje, ki ga sestavlja devetnajst držav in Evropska unija

**G7** – (angl. Group of Seven); skupina sedmih ekonomsko najrazvitejših držav

**GCC** – (angl. Gulf Cooperation Council); Svet za sodelovanje v zalivu

**GMC** – (angl. General Medicinal Council); Splošni zdravstveni svet

**IMF** – (angl. International Monetary Fund); Mednarodni denarni sklad

**ipd.** – in podobno

**itd.** – in tako dalje

**MDA** – (angl. Misuse of Drugs Act 1971); zakon o zlorabi drog iz leta 1971

**MDR 2001** – (angl. Misuse of Drugs Regulation); predpisi o zlorabi drog iz leta 2001

**MHRA** – (angl. Medicines and Healthcare Regulatory Agency); Agencija za regulacijo zdravil in zdravstvenih izdelkov

**NATO** – (angl. North Atlantic Treaty Organisation); Organizacija Severnoatlantske pogodbe

**NCPI** – (angl. National Cyber Power Index); nacionalni indeks kibernetске moči

**NDS** – (angl. National Drugs Control System); nacionalni sistem za nadzor drog

**NHS** – (angl. National Health Service); Nacionalna zdravstvena služba

**OECD** - (angl. Organisation for Economic Cooperation and Development); Organizacija za gospodarsko sodelovanje in razvoj

**OSCE** – (angl. Organisation for Security and Cooperation); Organizacija za varnost in sodelovanje v Evropi

**RASFF** – (angl. Rapid Alert System for Food and Feed); sistem hitrega obveščanja za živila in krmo

**R & D** – (angl. Research and Development); raziskave in razvoj

**t. i.** – tako imenovan

**TCA** – (angl. Trade and Cooperation Agreement); Sporazum o trgovini in sodelovanju

**THC** – tetrahidrokanabinol

**tj.** – to je

**UKRI** – (angl. UK Research and Innovation); Agencija za raziskave in inovacije v Združenem kraljestvu

**WB** – (angl. World Bank); Svetovna banka

**WGI** – (angl. Worldwide Governance Indicators); Svetovni kazalniki upravljanja

**WHO** – (angl. World Health Organisation); Svetovna zdravstvena organizacija

**WTO** – (angl. World Trade Organization); Svetovna trgovinska organizacija

**ZDA** – Združene Države Amerike

**ZN** – Združeni narodi

# 1 UVOD

Za doseganje čim boljših rezultatov, na podlagi širjenja poslovnih obzorij zunaj domačih trgov, se velik del današnjih podjetij že od samega začetka svojega obstoja internacionalizira. Enako lahko nedvomno rečemo za podjetja, ki se ukvarjajo s proizvodnjo ali prodajo kanabidiol (v nadaljevanju CBD) izdelkov, o katerih se vse pogosteje govori zaradi njihovih zdravilnih in terapevtskih koristi. Združeno kraljestvo je še posebej privlačen potencialni trg za podjetja, ki proizvajajo CBD izdelke, kar dokazuje dejstvo, da je britanski trg trenutno drugi največji trg CBD na svetu. Zaostaja le za Združenimi državami Amerike (v nadaljevanju ZDA), kjer so CBD izdelki na voljo tako v obliki prehranskih dopolnil in kozmetike kot tudi v obliki zdravil na recept. Čeprav se izdelki CBD lahko zakonito prodajajo tako kot številna druga živila in medicinski izdelki, pa zanje veljajo različne regulativne omejitve in negotovosti, ki vplivajo na proizvajalce, potrošnike in rast trga. Zlasti v Združenem kraljestvu veljajo zanje še posebej stroge omejitve (Shepherd, 2022). Pri internacionalizaciji izdelkov CBD je zato treba veliko pozornosti nameniti zakonodajni praksi izbranega tržnega območja.

Bistvo magistrskega dela je tako odgovoriti na vprašanje o najprimernejši strategiji vstopa podjetij CBD izdelkov na trg Združenega kraljestva, kar je tudi ključno raziskovalno vprašanje. Skladno z raziskovalnim vprašanjem je poglobljeni namen tega magistrskega dela opredeliti najustreznejšo strategijo internacionalizacije CBD izdelkov na britanski trg s poudarkom na oblikovanju takšne strategije, ki bi lahko služila kot model za uveljavljena podjetja v industriji CBD, pa tudi za relativno novejša podjetja. V povezavi z namenom so cilji tega magistrskega dela naslednji:

- kritičen pregled teorij, motivov in dejavnikov internacionalizacije;
- jasna opredelitev CBD izdelkov, ki so predmet zakonodajnega okvirja znotraj obravnavanega trga;
- analiza širšega okolja obravnavanega trga;
- analiza panožnega okolja obravnavanega trga;
- analiza možnosti vstopa CBD izdelkov na obravnavan trg in kritična primerjava le-teh;
- na podlagi analiz oblikovana priporočila za oblikovanje strategije vstopa podjetij, ki se ukvarjajo s CBD izdelki na obravnavan trg, upoštevajoč poglobljeno razumevanje le-tega.

Metodologija magistrskega dela je analiza sekundarnih kvalitativnih in kvantitativnih podatkov, samo delo pa je teoretična raziskava. Slednje pomeni, da se ugotovitve obstoječih raziskav uporabijo za razvoj novih idej, pri čemer se upoštevajo obstoječe ugotovitve različnih avtorjev. Uporabljen je kombinirani pristop k raziskovanju, saj so, kot že omenjeno, uporabljeni tako kvalitativni kot kvantitativni podatki. Razlage in predvsem končna priporočila so oblikovana na podlagi prednosti obeh vrst podatkov, in sicer poglobljenosti,

kontekstualizacije in realističnosti kvalitativne raziskave ter učinkovitosti in posplošljivosti kvantitativne raziskave. Razloga za uporabo kombinirane raziskovalne metode sta predvsem validacija (izboljšanje veljavnosti razlag in priporočil) in komplementarnost (izboljšanje razlage razlag in priporočil). V magistrskem delu sta uporabljeni deskriptivna metoda in metoda kompilacije, zlasti v smislu pregleda tuje in domače literature. Del, ki se osredotoča na priporočila, pa temelji na metodah analize in sinteze. Uporabljene so tudi metode sistematičnega urejanja kvalitativnih in kvantitativnih podatkov – analiza PEST in Porterjev model petih sil. To magistrsko delo se osredotoča na znanstvene in uradne vire, tj. znanstvene članke in podatkovne baze, zlasti z vidika uradne statistike ali kvantitativnih podatkov. Te metode sem izbrala, ker so po mojem mnenju najučinkovitejše za analizo britanskega trga CBD in njegovih potencialov oziroma natančneje za opredelitev smiselne in učinkovite strategije vstopa podjetij CBD na trg Združenega kraljestva.

Magistrsko delo je sestavljeno iz šestih vsebinskih sklopov. V uvodu so jasno opredeljeni glavno raziskovalno vprašanje, nameni in cilji ter je predstavljen metodološki pristop. Temu sledijo štiri glavni tematski sklopi, ki tvorijo jedro tega magistrskega dela. Prvi sklop se osredotoča na teoretični okvir teme, tj. pregled teorij internacionalizacije, motivov in dejavnikov internacionalizacije, pregled načinov vstopa na tuje trge ter ovir in tveganj pri vstopu na tuje trge. Drugi sklop uvaja in opredeljuje koncept izdelkov CBD, ki kljub svoji priljubljenosti pri potrošnikih še vedno povzroča zmedo. Temu sledita analiza širšega tržnega okolja Združenega kraljestva (analiza PEST) in analiza panožnega okolja (analiza industrije, regulacije in Porterjev model petih sil) v tretjem sklopu. V četrtem sklopu so kritično ovrednotene ugotovitve iz prejšnjih delov, na podlagi tega pa je podana analiza možnosti za vstop podjetij CBD na trg Združenega kraljestva – opredeljena je najprimernejša strategija in predlagana so priporočila. Na koncu sledi še strnjeno sklepno poglavje ter navedba virov in literature.

## **2 PROCES INTERNACIONALIZACIJE**

### **2.1 Opredelitev procesa internacionalizacije**

Internationalizacija je proces z dolgo zgodovino. Najbolj se je razmahnil po drugi svetovni vojni, četudi sega več stoletji nazaj do časov Feničanov (Törnroos, 2002). Sistematično preučevanje internacionalizacije pa je relativno nov pojav z začetkom v 60-ih letih prejšnjega stoletja (Arafat in drugi, 2022). Sprva so se raziskave internacionalizacije osredotočale na velika multinacionalna podjetja in njihove mednarodne dejavnosti (Ruzzier in drugi, 2006, str. 481). S spreminjanjem poslovnih pogojev, kot so homogenizacija trga, liberalizacija trgovine, napredek v učinkovitosti komunikacij in transporta ter večji razpoložljivosti usposobljene mednarodne delovne sile, pa se je raziskovanje postopoma preusmerilo tudi na mala in srednje velika podjetja (Ruzzier in Konečnik Ruzzier, 2007, str. 42). Preučevanje internacionalizacije je torej v svojem bistvu pogojeno s pojavom in



vplivom globalizacije na pogoje poslovanja. Globalizacija je termin, ki se nanaša na vse večje povezovanje prebivalstva, kultur in gospodarstev z izmenjavo znanja, idej, delovne sile in izdelkov, ki jo je omogočil napredek komunikacijskih in transportnih tehnologij v drugi polovici 20. stoletja (Bradford in drugi, 2017, str. 435).

Vse od samega začetka teoretičnega in empiričnega raziskovanja so bile predlagane različne konceptualizacije internacionalizacije. Številni akademiki so prispevali svoje poglede na internacionalizacijske procese (Arafat in drugi, 2022), zaradi česar je natančna opredelitev internacionalizacije postala še posebej izmuzljiva (Coviello in McAuley, 1999, str. 224). Welch in Luostarinen (1988, str. 36) na primer opredelita internacionalizacijo kot proces vse večjega vključevanja v mednarodno poslovanje in poudarjata povezavo med notranjo in zunanjo rastjo podjetij. Po Beamish (1990, str. 77) je internacionalizacija proces, v katerem se podjetja vključujejo v transakcije s tujimi podjetji in s tem povečujejo svoje znanje o neposrednih in posrednih učinkih mednarodnih dejavnosti. Melin (1992, str. 101) opiše internacionalizacijo kot osrednjo razsežnost stalnega strateškega procesa podjetij, ki vpliva na njihov obseg, upravljanje, vrednote, norme, ideje in rezultate ter ima za posledico povečano mednarodno vključenost in znanje podjetij o tujih trgih. McDougall in Oviatt (2000, str. 903) uvedeta izraz »mednarodno podjetništvo« (angl. international entrepreneurship), da bi opisala internacionalizacijo kot »kombinacijo inovativnih, proaktivnih in tveganih dejavnosti, ki presegajo nacionalne meje in ustvarjajo vrednost znotraj organizacij«.

Skratka, definicij internacionalizacije je veliko, vendar pa vse na tak ali drugačen način nakazujejo, da gre pri tej za povečanje mednarodnega udejstvovanja podjetij na tujih trgih (Calof in Beamish, 1995, str. 116).

## **2.2 Teorije internacionalizacije**

Obstajata dva glavna teoretična pristopa k internacionalizaciji: ekonomski in procesni (znan tudi kot vedenjski) pristop (Andersson, 2000, str. 63). Najvplivnejši primeri ekonomskega pristopa so Dunningova eklektična paradigma, teorija življenjskega cikla izdelka in teorija transakcijskih stroškov (Andersson, 2000; Törnroos, 2002). Vedenjski pristop pa vključuje predvsem uppsalski model in inovacijsko usmerjene modele internacionalizacije (Andersen, 1993). Poleg teh tradicionalnih pristopov so se v zadnjih letih razvile tudi alternativne teorije internacionalizacije, predvsem teorija omrežij in teorije o fenomenu t. i. globalno rojenih podjetij (Mort in Weerawardena, 2006). Te nove teorije so se pojavile zaradi nezadostnosti ekonomskih in vedenjskih pristopov za obravnavo sprememb v multimodalnem internacionalizacijskem procesu. Ena največjih sprememb je, da danes internacionalizacija podjetij ni več omejena na multinacionalke in proizvodni sektor, temveč vključuje tudi srednje, male in mikro korporacije ter na znanju temelječo storitveno industrijo (Glückler, 2006, str. 369). Zgoraj navedeni pristopi so na kratko predstavljeni v prilogi 1.

## 2.3 Dejavniki internacionalizacije: motivi in sprožilci

Številni učenjaki so že preučevali dejavnike, ki vplivajo na odločitev podjetja za začetek mednarodnih dejavnosti (Pett in drugi, 2004). Njihove ugotovitve razkrivajo, da je dobiček sicer glavni dejavnik za mednarodno širitev v večini podjetij, vendar pa ni edini. Širitev na tuje trge običajno izhaja iz kombinacije različnih dejavnikov (Hollensen, 2014, str. 53). Eden od načinov kategorizacije teh dejavnikov je, da razlikujemo med motivi za internacionalizacijo in sprožilci internacionalizacije. V literaturi se ta izraza pogosto uporabljata izmenično in imata medsebojno povezane pomene (Makovec Brenčič in drugi, 2009, str. 26). Ne glede na to se vsi strokovnjaki soglasno strinjajo, da so ti dejavniki dinamični in ključni elementi pri spodbujanju širitve podjetja v mednarodne vode (Pett in drugi, 2004).

V naslednjih razdelkih bo za opis pogostih dejavnikov internacionalizacije uporabljena Hollensenova (2014) delitev na reaktivne in proaktivne motive ter notranje in zunanje sprožilce.

### 2.3.1 Motivi internacionalizacije

Motivi internacionalizacije so najpogosteje opisani kot potisni in vlečni motivi ali proaktivni in reaktivni motivi (Kubíčková in drugi, 2014, str. 321). Običajno sta v literaturi ti dve dihotomiji nerazločljivi. Proaktivni motivi označujejo interes podjetja za izkoriščanje notranjih prednosti na tujih trgih, medtem ko reaktivni motivi ponazarjajo odziv podjetij na organizacijske ali okoljske pritiske (Pett in drugi, 2004).

Proaktivna podjetja bodo internacionalizacijo verjetneje dojemala kot pozitivno priložnost, predvsem zaradi svojih notranjih prednosti, ki jim omogočajo učinkovito izkoriščanje novih mednarodnih trgov. Te notranje prednosti podjetja lahko izhajajo iz ekskluzivnega tržnega znanja, specializiranih veščin in strokovnega znanja, napredne tehnologije ali posebnega in diferenciranega izdelka (Pett in drugi, 2004; Hollensen, 2014, str. 54).

Po drugi strani pa reaktivna podjetja razumejo internacionalizacijo kot nujen odziv bodisi na okoliščine na obstoječih trgih, bodisi na notranje izzive, pri čemer internacionalizacija predstavlja sredstvo za reševanje oziroma premagovanje teh težav (Pett in drugi, 2004). Hollensen (2014, str. 54) opredeljuje več primarnih reaktivnih motivov, vključno s konkurenčnimi pritiski, omejenim in zasičenim domačim trgom, prekomerno proizvodnjo, nezaželenimi tujimi naročili, možnostmi za podaljšanje prodaje sezonskih izdelkov, bližino mednarodnih kupcev in psihološko razdaljo. Skratka, proaktivni motivi internacionalizacije so ofenzivne narave, reaktivni pa defenzivne (Pett in drugi, 2004).

### 2.3.2 Sprožilci internacionalizacije

Da bi prišlo do internacionalizacije, mora proces začeti in izpeljati nek subjekt, ki je ali povezan s podjetjem ali ločen od njega. Te dejavnike, imenovane sprožilci internacionalizacije, delimo na notranje in zunanje (Hollensen, 2014, str. 61).

Perceptivno poslovodstvo ima ključno vlogo kot notranji sprožilec internacionalizacije. Proaktivni menedžerji zgodaj pridobijo zavedanje o nastajajočih priložnostih na tujih trgih. Aktivno iščejo znanje o teh trgih in ohranjajo odprt pristop glede časa in lokacij širitve svojih podjetij v tujino. Poleg tega lahko prizadevanja za internacionalizacijo sprožijo posebni notranji dogodki, kot sta prekomerna proizvodnja ali zmanjšanje obsega domačega trga. Prav tako kot notranji sprožilec lahko služi tudi prejem novih informacij v zvezi z aktualnimi aplikacijami produktov. Nazadnje lahko na uspešnost zunanjih dejavnosti pri internacionalizaciji vplivajo učinkovite notranje dejavnosti, tj. učinkovita notranja internacionalizacija. Z interakcijami s tujimi dobavitelji, kupci (uvozniki) namreč pridobijo dostop do dobaviteljeve mreže, kar lahko vodi do naknadnega izvoza v druge članice tega omrežja (Hollensen, 2014, str. 62–63).

Nasprotno pa bistveni zunanji dejavniki, ki sprožijo internacionalizacijo, vključujejo naslednje vidike: (1) povečanje povpraševanja na trgu, (2) možnost sodelovanja z zunanjimi mrežnimi partnerji za izmenjavo koristnega znanja, (3) vstop konkurenčnih podjetij na tuje trge, (4) spoznanja, pridobljena od zunanjih strokovnjakov, kot so vladni organi, gospodarske zbornice in banke, ter (5) razpoložljivost finančnih virov (Hollensen, 2014, str. 63–65). Poleg tega so drugi zunanji dejavniki, ki spodbujajo internacionalizacijo, tudi napredki na področju prometne infrastrukture, komunikacijske tehnologije ter globalizacija finančnih trgov in množičnih medijev (Belniak, 2015, str. 131).

### 2.3.3 Presek motivov in sprožilcev

Povedano na kratko je gonilna sila mednarodnega udejstvovanja podjetij intersekcija med (že opisanimi) motivi in sprožilci internacionalizacije, kot jo kaže tabela 1 (Makovec Brenčič in drugi, 2009, str. 26).

*Tabela 1: Prikaz preseka motivov in sprožilcev internacionalizacije*

	Notranji sprožilci	Zunanji sprožilci
Proaktivni motivi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- managerski motivi</li> <li>- prednosti pri trženju</li> <li>- tehnološko znanje</li> <li>- itn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- priložnosti na tujem trgu</li> <li>- zamenjava agentov</li> <li>- itn.</li> </ul>
Reaktivni motivi	<ul style="list-style-type: none"> <li>- razpršitev tveganja</li> <li>- podaljševanje prodaje sezonskim izdelkom</li> <li>- presežne kapacitete</li> <li>- itn.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- nenadejana tuja naročila</li> <li>- majhen domači trg</li> <li>- stagnanten ali upadajoči domači trg</li> <li>- itn.</li> </ul>

*Vir: Makovec Brenčič in drugi (2009).*

## **2.4 Dejavniki vstopa na tuji trg**

Vstop na tuji trg je rezultat kompleksnega procesa odločanja, na katerega vplivajo različni, pogosto nekomplementarni dejavniki, vključno z dejavniki, ki izhajajo iz notranjega in zunanjega okolja podjetja ter specifičnih karakteristik posamezne oblike vstopa in transakcij (Hollensen, 2014, str. 334).

Med najpomembnejše notranje dejavnike vstopa na tuji trg štejemo velikost podjetja, njegove mednarodne izkušnje in značilnosti njegovih izdelkov ali storitev. Po drugi strani pa so ključni dejavniki, ki izhajajo iz zunanjega okolja podjetij, naslednji: sociokulturne razlike med domačim in tujim trgom, variabilnost povpraševanja, obseg in stopnja rasti trga, posredne in neposredne trgovinske ovire, intenzivnost konkurence in majhno število posrednikov na vstopnem trgu (Hollensen, 2014, str. 334–337).

Poleg tega je odločitev podjetja o neki obliki vstopa na tuji trg odvisna tudi od posebnosti respektivnih oblik vstopa. Natančneje, izbiro oblike vstopa na tuji trg določajo tudi ne/naklonjenost nosilcev odločanja do nadzora, tveganj in fleksibilnosti poslovnih aktivnosti na tujem trgu. Menedžment, ki se želi izogniti visokim stopnjam tveganja pri ekspanziji na tuji trg, se poslužuje preprostejših oblik vstopa, ki sicer nudijo nizko stopnjo nadzora nad poslovnimi aktivnostmi v tujini, ampak visoko stopnjo fleksibilnosti. Nasprotno pa se podjetja, ki želijo ohraniti visoko stopnjo nadzora nad svojimi poslovnimi aktivnostmi na tujem trgu, poslužujejo vstopnih oblik, ki zahtevajo višje stopnje tveganja in nižje stopnje fleksibilnosti (Hollensen, 2014, str. 338–339).

Nazadnje pa je oblika vstopa odvisna tudi od transakcijskih dejavnikov. V primerih, ko je za podjetje specifično znanje težko prenesti (ta je t. i. tacitne narave), je verjetneje, da se bodo podjetja posluževala investicijskih oblik internacionalizacije, da bi tako znižala transakcijske stroške (Driscoll in Paliwoda, 1997, str. 71; Hollensen, 2014, str. 339).

## 2.5 Načini vstopa na tuje trge

Odločitve o vstopu na trg so zelo pomembne za podjetja, ki se želijo razširiti na mednarodne trge. Z izbiro tuje države, v katero bo podjetje vstopilo, se zaveže, da bo delovalo na določenem trgu, in sporoča svoje strateške namere strankam, dobaviteljem, konkurentom, delničarjem in deležnikom (Glowik, 2009, str. 74). Način vstopa na trg je mogoče opredeliti kot »strukturni dogovor, ki podjetju omogoča, da v državi gostiteljici izvaja svojo tržno strategijo izdelka, bodisi izključno z izvajanjem tržnih dejavnosti (tj. z izvoznimi načini) bodisi z izvajanjem proizvodnih in tržnih dejavnosti na tej lokaciji« (Ulrich Dyhr in drugi, 2014, str. 435).

Popolne vstopne strategije ni, saj lahko različna podjetja za iste trge uporabljajo različne vstopne metode ali pa eno podjetje uporablja različne metode na več trgih (Ruzzier in Konečnik Ruzzier, 2007, str. 44). Pogosto se zgodi, da podjetja sčasoma institucionalizirajo svojo vstopno metodo (Hollensen, 2014, str. 292). Zaradi nenaklonjenosti podjetij spreminjanju načinov vstopa, ko se enkrat uveljavijo, in s tem povezanih izzivov je izbira načina vstopa pomemben del pri določanju uspeha oz. neuspeha podjetja ter vpliva na vse prihodnje odločitve in dejavnosti na novem trgu (Hollensen, 2014, str. 292; Durmaz in Taşdemir, 2014, str. 48). Poznamo različne oblike vstopa na tuje trge (Driscoll in Paliwoda, 1997, str. 59; Durmaz in Taşdemir, 2014, str. 48; Hollensen, 2014, str. 347).

### 2.5.1 Oblike vstopa na tuji trg

Oblike vstopa na tuje trge se običajno delijo na izvozne, pogodbene in investicijske oziroma hierarhične (Rooth, 1994, str. 6). Vsaka oblika ima svoje prednosti in pomanjkljivosti. Povedano zelo strjeno, izvozne oblike vstopa zahtevajo nizke stopnja nadzora ter tveganja in visoko stopnjo fleksibilnosti, medtem ko investicijske oblike zahtevajo visoko stopnjo nadzora ter tveganja, ampak nizko stopnjo fleksibilnosti. Pogodbene oblike pa omogočajo nekaj vmes, saj si podjetja pri njih delijo lastništvo in zato tudi stopnje tveganja ter nadzora (Makovec Brenčič in Hrastelj, 2003).

#### 2.5.1.1 Izvozne oblike vstopa na tuji trg

Izvoz je strategija vstopa na trg, ki predstavlja relativno majhno tveganje za vzpostavitev poslovnih odnosov s strankami na tujem trgu (Glowik, 2009). Pri izvoznih oblikah vstopa podjetje proizvaja svoje blago na domačem trgu ali v tretji državi in ga nato prenese na ciljni trg. Pri neposrednem izvozu podjetje prevzame naloge, kot so urejanje dokumentacije, fizična dobava in vodenje cenovne politike. Nasprotno pa posredni načini izvoza pogosto vključujejo uporabo posrednikov, ki opravljajo te dejavnosti, pogosto brez neposrednega sodelovanja podjetja pri prodaji njegovih izdelkov v tujini (Hollensen, 2014, str. 347).

Neposredni izvoz je povezan z višjimi začetnimi stroški in tveganji, hkrati pa ponuja možnost večjega dobička. Neposredno izvažanje pomeni predanost in aktivno udeležbo podjetja v mednarodni trgovini. Pri tem pristopu mora izvoznik upravljati številne stike v tujini, po možnosti enega ali več za vsako ciljno državo. Čeprav neposredni izvoz zahteva višjo raven strokovnega znanja, podjetju v primerjavi s posrednim izvozom omogoča večji nadzor nad distribucijskimi kanali (Durmaz in Taşdemir, 2014, str. 49).

Neposredna izvozna podjetja lahko sodelujejo z distributerji ali zastopniki. Distributerji so neodvisni subjekti, ki skladiščijo zaloge proizvajalčevih izdelkov. Pri izbiri strank in določanju cen so precej samostojni. Njihov dobiček izhaja iz razlike med prodajno ceno in nakupno ceno od proizvajalca. Po drugi strani pa so zastopniki odvisna podjetja, ki v imenu izvoznika prodajajo proizvajalčeve izdelke strankam. Običajno ne ravnajo z dejanskim izdelkom oziroma ga ne skladiščijo. Zastopniki s strani proizvajalca dobijo vnaprej dogovorjeno in plačano provizijo, ki običajno znaša od 5 do 10 odstotkov (Hollensen, 2014, str. 354).

Posredni izvoz, pri katerem izdelke v tujino prevažajo neodvisni zunanji subjekti s sedežem v državi proizvajalca, pa je oblika vstopa na tuji trg, ki predstavlja najnižjo raven tveganja, hkrati pa zagotavlja najmanjši nadzor nad trgovino. Podjetje tako v tej obliki vstopa ni dejavno vključeno v mednarodno trženje, prodajni proces pa poteka podobno kot domača prodaja. Glavna prednost uporabe domačega posrednika za menedžerje, predvsem za tiste z omejenimi izkušnjami z izvozom ali brez njih, je v njihovem poznavanju razmer na tujem trgu (Durmaz in Taşdemir, 2014, str. 49).

Na domačem trgu obstajajo različne vrste posrednikov, ki lahko proizvajalcem pomagajo doseči mednarodne trge ali kupce (Durmaz in Taşdemir, 2014, str. 49). Med njimi je glavnih pet naslednjih: izvozni trgovec/posrednik (angl. export buying agent), komisar (angl. broker), izvozno združenje ali izvozna hiša (angl. export management company ali export house), trgovske družbe (angl. trading company) in oprtni izvoz (angl. piggybacking) (Hollensen, 2014, str. 350–352).

Poleg neposrednega in posrednega izvoza Hollensen (2014, str. 347; 361) prepoznava tudi kooperativni izvoz, ki vključuje sporazume o sodelovanju med podjetji, znanimi kot izvozno-trženjske združbe (angl. export marketing groups), da skupaj izvajajo izvozne funkcije. Stopnja sodelovanja med temi proizvajalci je lahko različna, od ohlapne do tesne. Pri ohlapnem sodelovanju posamezna podjetja znotraj združbe prodajajo svoje blagovne znamke z uporabo istega zastopnika. Po drugi strani pa tesno sodelovanje pogosto privede do ustanovitve novega izvoznega združenja. To združenje služi kot skupni izvozni subjekt za vsa podjetja, ki so člani združenja, in tako enotno nastopa na svetovnih trgih ter ima koristi od znatnih ekonomij obsega.

Prednosti posameznih načinov izvoza so bile že omenjene, glavna pomanjkljivost, s katero se podjetje srečuje pri izvozu, pa je prisotnost netarifnih in tarifnih omejitev. Splošni sporazum o carinah in trgovini leta 1948 in ustanovitev Svetovne trgovinske organizacije (angl. World Trade Organization – WTO), ki ga je nadomestila leta 1995, sta privedla do bolj liberaliziranih trgovinskih vzorcev in nižjih povprečnih carinskih tarif v primerjavi s prejšnjimi desetletji. Kljub temu v današnjem poslovnem okolju netarifne ovire, za katere je težje zagotoviti konkretne dokaze (kot je na primer birokratska dokumentacija), še naprej predstavljajo tveganje za izvozna podjetja, zlasti na nestabilnih izvoznih trgih, kjer jih lahko vlade držav gostiteljic uporabijo za zaščito domače industrije (Glowik, 2009).

#### *2.5.1.2 Pogodbene oblike vstopa na tuji trg*

Pogodbeni sporazumi se pogosto pojavijo, kadar imajo podjetja konkurenčno prednost, vendar nimajo potrebnih virov, da bi jo v celoti izkoristila. V takih primerih lahko to prednost prenesejo na drugega akterja. Ti dogovori pogosto vključujejo dolgoročne zveze med partnerskimi podjetji in so osredotočeni predvsem na prenos vmesnih dobrin, kot so znanje in spretnosti, med podjetji v različnih državah (Hollensen, 2014, str. 369). Za razliko od izvoznih metod so torej pogodbeni dogovori usmerjeni predvsem v prenos nematerialnih dobrin (tj. znanj in spretnosti) ter tako le posredno ustvarjajo priložnosti za izvoz izdelkov. Od investicijskih oblik vstopa pa se razlikujejo po tem, da nimajo kapitalskih povezav. Primeri pogodbenih načinov vstopa so licenciranje, franšizing in pogodbeni proizvodnja (Ruzzier in Konečnik Ruzzier, 2007, str. 44).

Licenciranje se nanaša na pogodbeni sporazum, v katerem lastnik intelektualne ali industrijske lastnine (sredstev znanja) proda pravice do uporabe teh sredstev drugemu posamezniku ali organizaciji za določen namen. (Glowik, 2009). Licenciranje zagotavlja večji nadzor v primerjavi z izvozom, saj omogoča tujemu subjektu, da proizvaja in prodaja izdelek podjetja v zameno za licenčnino (Durmaz in Taşdemir, 2014, str. 49).

Poleg tega je licenciranje lahko ugoden način vstopa na tuji trg, kadar podjetje ne želi vložiti znatnih finančnih sredstev v družbeno-kulturno neznano ali politično nestabilno jurisdikcijo. Nadalje, licenčni sporazumi uvoznikom tudi omogočajo pridobitev tujega tehnološkega znanja, spretnosti ter intelektualnega strokovnega znanja. Po drugi strani pa se lahko izdajatelji licenc soočajo s pomanjkljivostmi, kot so omejen nadzor nad proizvodnjo, trženjem, prodajo in zagotavljanjem kakovosti izdelkov ter storitev, ki jih proizvaja imetnik licence (Glowik, 2009).

Franšizing je še ena oblika pogodbenega vstopa na tuje trge. Gre za sporazum med dvema ločenima podjetjema, v katerem franšizojemalec plača franšizodajalcu za privilegij prodaje franšizorjevih izdelkov in/ali uporabe njegove blagovne znamke na določeni lokaciji in za določeno obdobje. V modelu franšizinga franšizodajalec običajno odobri uporabo svoje

blagovne znamke in franšizojemalcu zagotovi pomoč pri trženju, tehnično svetovanje in usposabljanje (Durmaz in Taşdemir, 2014, str. 50).

Franšizing omogoča hitro širitev trga, saj franšizojemalci poznajo preference lokalnih strank. Franšizojemalci so sposobni prepoznati in predvideti nastajajoče trende, kar jim omogoča, da izkoristijo priložnosti za uvedbo novih ali modificiranih izdelkov in storitev. Franšizing je še posebej ugoden, kadar je hiter prodor na trg ključnega pomena za uspeh nekega poslovnega koncepta, saj podjetjem omogoča, da svoj model reproducirajo z manjšimi finančnimi omejitvami. Kljub temu se franšizodajalci soočajo s pomanjkljivostmi zaradi omejenega hierarhičnega nadzora nad franšizojemalci, ki delujejo kot neodvisni izvajalci in ne kot zaposleni. Ugled franšizodajalca ali njegovega poslovnega koncepta je lahko ogrožen, če franšizojemalci ne spoštujejo standardov podjetja. Konflikti v odnosu med franšizodajalcem in franšizojemalcem nastajajo predvsem zaradi razlik v ciljih, kot so načini doseganja dobička, kar je mogoče pripisati neustrezni komunikaciji ali nerazumevanju franšizojemalca glede koncepta franšizodajalca (Glowik, 2009).

Nazadnje pa pogodbeno proizvodnja omogoča podjetju, da se vključi v tujo proizvodnjo, ne da bi se za to trajno zavezalo. Pri tej obliki vstopa izdelek podjetja na tujem trgu proizvaja lokalni proizvajalec na podlagi pogodbenega dogovora. Vloga proizvajalca je omejena na proizvodnjo. Uporaba pogodbene proizvodnje postaja vse pomembnejša v različnih panogah, vključno z elektroniko, farmacijo, avtomobilsko industrijo ter proizvodnjo hrane in pijače (Hollensen, 2014, str. 369).

Glavna gonilna sila za pogodbeno proizvodnjo je običajno prizadevanje za zmanjšanje stroškov. Z zagotavljanjem proizvodnje v državi z nizko plačano delovno silo je mogoče doseči znatno znižanje stroškov, zlasti pri delovno intenzivnih proizvodnih procesih (Durmaz in Taşdemir, 2014, str. 50). Poleg tega ima pogodbeno proizvodnjo še več drugih prednosti. Omogoča boljšo odzivnost na zahteve lokalnih strank in pomaga izogniti se uvoznim davkom ali omejitvam kvot, ki jih določa država gostiteljica. Nadalje pogodbeno proizvodnjo omogoča precejšnjo prilagodljivost. Če podjetje ni zadovoljno s kakovostjo izdelka ali zanesljivostjo dobave, lahko glede na pogodbene pogoje preide k drugemu proizvajalcu. Prav tako lahko vodstvo, če se odloči, da bo zapustilo trg, to stori brez morebitnih izgub, povezanih z odprodajo proizvodnih zmogljivosti (Hollensen, 2014, str. 369).

Toda prenos proizvodnje izdelka na pogodbenega subjekta je za podjetje lahko potencialno nevarno. Prek tega namreč pogodbenik pridobi dostop do za podjetja specifičnega znanja, ki ga je diferenciralo od njegove konkurence. S tem ko ga pogodbenik prevzame, pa lahko tudi sam s časovnim zamikom postane pomemben konkurent na trgu in s tem konkurenčno ogroža podjetje, ki si je prvotno lastilo to znanje (Glowik, 2009).



### 2.5.1.3 *Investicijske oblike vstopa na tuji trg*

Zadnjo kategorijo tržnih vstopnih oblik sestavljajo investicijski načini. Investicijske oblike vstopa na tuji trg običajno pomenijo, da ima podjetje določeno raven lastništva in nadzora nad proizvodnimi objekti na gostiteljskem trgu. Ti obrati lahko segajo od montažnih do proizvodnih obratov in zahtevajo znatne kapitalske naložbe (Driscoll in Paliwoda, 1997, str. 62). Investicijske oblike vstopa na mednarodne trge so relativno redke, še posebej kot način vstopa za mala in srednje velika podjetja, saj zahtevajo veliko mednarodnega strokovnega znanja in izkušenj ter veliko finančno obveznost v omejenem časovnem okviru, kar zanje predstavlja velik izziv zaradi omejenih virov (Ruzzier in Konečnik Ruzzier, 2007, str. 44–45).

V smislu lastništva in nadzora lahko investicijske oblike vstopa razdelimo na popolno ali delno lastništvo. Pri tej vstopni obliki dve ali več podjetij sodeluje pri naložbah, da bi pridobila posebno strokovno znanje, zmanjšala tveganje in si razdelila naložbeno breme. Rezultat tega je ustanovitev novega poslovnega subjekta, ki pogosto vključuje lokalnega partnerja na tujem trgu. To je mogoče doseči z neposrednimi naložbami za izgradnjo novih zmogljivosti ali s prevzemom obstoječega podjetja (Ruzzier in Konečnik Ruzzier, 2007, str. 44–45). Natančneje, pogosti tipi investicijski oblik vstopa na tuji trg so: prevzemi (angl. acquisitions), investicije od začetka (angl. greenfield investments) in skupna vlaganja (angl. joint ventures) (Driscoll in Paliwoda, 1997, str. 62).

Prevzemi vključujejo nakup zadostne količine delnic v že obstoječem podjetju, s čimer se pridobi nadzor nad njim. Podjetjem pa omogočajo hitro vzpostavitev prisotnosti na mednarodnem trgu in dostop do že vzpostavljene globalne mreže (Driscoll in Paliwoda, 1997, str. 62). Vendar pa je na številnih nastajajočih trgih pogosto premalo ustreznih priložnosti za prevzem (Durmaz in Taşdemir, 2014, str. 52), zaradi česar se podjetja odločajo za investicije od začetka. Takšne naložbe vključujejo gradnjo obratov čisto na novo. Te naložbe so lahko v popolni lasti ali pa vključujejo skupno vlaganje med več entitetami. Investicije od začetka za podjetja običajno predstavljajo drag in dolgotrajen podvig (Driscoll in Paliwoda, 1997, str. 62).

Nazadnje pa prej omenjena skupna vlaganja vključujejo združevanje sredstev v skupno lastništvo ter združevanje ločenih subjektov dveh ali več podjetij, kar jim omogoča skupni nadzor nad uporabo in rezultati teh sredstev (Driscoll in Paliwoda, 1997, str. 62). Skupna vlaganja so še posebej privlačna za vstop na negotove trge s potencialom rasti zaradi prednosti delitve tveganja in nižjih stroškov naložb. So pa tudi običajno najmanj trajna od vseh oblik vstopa na trg in trajajo, dokler se partnerji ne odločijo, da bodo šli vsak svojo pot (Durmaz in Taşdemir, 2014, str. 51). V povprečju imajo skupna vlaganja življenjsko dobo približno sedem let, skoraj 80 odstotkov skupnih vlaganj pa se na koncu konča s prodajo delnic enega od partnerjev (Hollensen, 2014, str. 385).

## 2.6 Ovire internacionalizacije

V strokovni literaturi so ovire prepoznane kot omejitve, ki ovirajo sposobnost podjetja, da začne, razširi ali ohrani poslovanje na tujih trgih. Te ovire pogosto vodijo v neuspeh pri mednarodnih podvigih, kar ima za posledico finančne izgube in spodbuja negativno dožemanje vključevanja v mednarodne dejavnosti. Povedano drugače, te ovire povzročajo večje izzive za uspešnost poslovanja v tujini v primerjavi z dejavnostmi na domačem trgu. Posledično odprava ali zmanjšanje teh ovir spodbuja večjo naklonjenost in večjo uspešnost pri internacionalizaciji, kar je zelo zaželen cilj za večino podjetij (Al-Hyari in drugi, 2012, str. 192).

Predlagane so bile različne metode za razvrščanje internacionalizacijskih ovir. V nekaterih virih se na primer razlikuje med začetnimi in tekočimi ovirami. Natančneje, začetne ovire se nanašajo na pomanjkanje izkušenj ali znanja, medtem ko so tekoče ovire povezane z večjo vključenostjo na tujih trgih (Al-Hyari in drugi, 2012, str. 192). Drugo klasifikacijo izvoznih ovir se pripisuje Leonidou (2004), ki jih je razvrstil v notranje in zunanje ovire. Notranje ovire se nanašajo na interna tveganja podjetja pri uspešni realizaciji internacionalizacije, ki jih lahko podjetje nadzoruje v prid čim bolj uspešnega vstopa na tuji trg. Po drugi strani pa so zunanje ovire povezane z domačim in tujim okoljem, v katerem podjetje deluje, vendar jih podjetje ne more nadzorovati. Na področju internacionalizacije malih in srednje velikih podjetij se poudarja ovire v začetni fazi internacionalizacije (Hutchinson in drugi, 2009, str. 545).

Hollensen (2014, str. 66) pravi, da začetek internacionalizacije ovirajo predvsem notranje ovire, ki izhajajo iz različnih omejitev, povezanih z viri, upravljanjem, trženjem in znanjem. Omejitve, povezane z viri, zajemajo omejitve pri kratkoročnem financiranju, neustrezne delovne sposobnosti in nezadostne proizvodne zmogljivosti. Mala in srednje velika podjetja so še posebej dovzetna za omejitve, povezane z viri, zaradi svojih prikrajšanosti, povezanih z majhnostjo. Omejitve, povezane z upravljanjem, vključujejo pomanjkanje vizije, strah pred izgubo nadzora in pomanjkanje globalne miselnosti. Omejitve, povezane s trženjem, vključujejo ovire za vstop na trg, kot so neustrezen proračun za trženje, nezadostne tržne informacije in pomanjkanje mednarodnega ugleda. Omejitve, povezane z znanjem, pa se nanašajo na nezadostno razumevanje izvoznih postopkov in tujih poslovnih praks, pomanjkanje informacij za opredelitev in analizo tujih trgov ter splošno pomanjkanje znanja, potrebnega za opredelitev poslovnih priložnosti (Wąsowska, 2016, str. 33).

Poleg tega se po Hollensenu (2014, str. 66) naslednje faze internacionalizacije srečujejo predvsem z zunanjimi ovirami. Te zunanje ovire obsegajo finančna, poslovna in deželna tveganja (Tayeb, 2000).

Finančna tveganja predstavljajo tveganja, ki so povezana z nepričakovanimi spremembami vrednosti sredstev ter obveznosti do virov sredstev v mednarodno delujočem podjetju.

Izhajajo iz nihanj vrednosti različnih finančnih instrumentov in jih lahko razdelimo na plačilna ter tržna tveganja. Plačilna tveganja nastanejo, kadar plačilni zavezanec morda ne bo sposoben ali ne bo želel poravnati svojih pogodbenih obveznosti. V praksi se uporabljajo različne tehnike za obvladovanje plačilnih tveganj, kot na primer preverjanje bonitete poslovnega partnerja, ponujanje diskontov ali določitev kreditnih limitov za stranke glede na njihovo finančno stanje in pogajalsko moč. Tržna tveganja pa se nanašajo na morebitne izgube, ki jih podjetje lahko utрпи zaradi sprememb na trgu, kot so spremembe v deviznih tečajih, obrestnih merah in cenah (Tayeb, 2000).

Nadalje do poslovnih tveganj pride znotraj procesov, ki potekajo v podjetju pri izvajanju njegove osnovne dejavnosti. Ta tveganja vključujejo inovacijska tveganja na področju tehnologije, oblikovanja izdelka in načrtovanja proizvodnega procesa, tveganja na področju trženja, upravljanja s človeškimi viri in druga podobna tveganja. Zajemajo vsa tveganja, ki jih mednarodna podjetja prevzemajo z namenom povečanja premoženja lastnikov ali delničarjev. Pomembni primeri poslovnih tveganj vključujejo tveganje pravilne priprave dokumentacije, tveganje pri določanju pravilne cene ter prevozna in manipulativna tveganja. Prva tveganja podjetja obvladujejo z izobraževanjem zaposlenih in vzpostavijo mehanizmov za sistematično preverjanje pravilne izpolnitve dokumentacije. Druga tveganja pa podjetja najuspešneje obvladujejo s poznavanjem strukture lastnih stroškov, medtem ko se zadnja tveganja obvladujejo z uporabo prevoznih klavzul in zavarovanj (Tayeb, 2000).

Deželna tveganja vključujejo širok spekter makroekonomskih, političnih in družbenih vidikov, ki vplivajo na poslovanje mednarodno delujočih podjetij. Politična tveganja obsegajo situacije, kot so vojne, politični konflikti, terorizem, ugrabitve, omejevanje lastniških pravic, korupcija, spremembe vladnih politik, monetarni ukrepi in tveganja, povezana s prenosom sredstev. Stabilnost makroekonomskega okolja pa je odvisna predvsem od monetarne, fiskalne, devizne in zunanjetrgovinske politike ter rasti bruto domačega proizvoda (v nadaljevanju BDP). Podjetja uporabljajo različne metode, tehnike in instrumente za obvladovanje deželnih tveganj, kot so zavarovanja, integracija, pridobivanje politične podpore doma in v tujini, selitev dobička s pomočjo transfernih cen ter vezani posli, kot so blagovna menjava in kompenzacije (Tayeb, 2000).

Še več, ni nujno, da imajo podjetja, ki delujejo na isti stopnji internacionalizacije, podoben odnos do ovir, saj na to vplivajo edinstvene značilnosti posameznih podjetij in njihovih poslovodij. Manjša podjetja običajno pripisujejo večji pomen oviram v primerjavi z večjimi podjetji. Hkrati neizkušeno vodstvo zaznava ovire pri internacionalizaciji kot večji izziv za premagovanje kot njihovi izkušeni kolegi, predvsem zato, ker ne poznajo dejanskih procesov in mehanizmov vstopanja na tuje trge (Fillis, 2002, str. 913–914).

Nazadnje pa je ključnega pomena tudi, da tem oviram pri internacionalizaciji ne pripisujemo prevelikega pomena. Podjetja imajo namreč pri vstopu na tuje trge na voljo različne strategije obvladovanja tveganj, kot so izogibanje zelo tveganim trgom, diverzifikacija prisotnosti na

tujih trgov in zagotavljanje, da njihovo poslovanje ni preveč odvisno od ene same države (Hollensen, 2014, str. 69).

### **3 PREDSTAVITEV CBD IZDELKOV**

#### **3.1 Opredelitev CBD izdelkov**

*Cannabis sativa* L., splošno znana kot konoplja, se že dolgo uporablja za različne namene: tako za uživanje in terapevtske namene kot za industrijsko proizvodnjo vlaken in rekreacijo. Ta rastlina vsebuje več kot 700 kemikalij, vključno s tetrahidrokanabinolom (v nadaljevanju THC) in CBD, ki sta primarni spojini, znani kot kanabinoidi. THC je glavna psihoaktivna sestavina konoplje, ki je odgovorna za spremenjeno čutno zaznavanje (angl. high), zato je konoplja zakonsko mednarodno prepovedana in uvrščena med kontrolirane substance. Rekreativna uporaba konoplje pa je zaradi psihoaktivnih učinkov THC tudi stigmatizirana. Kljub temu konoplja ostaja ena najpogosteje uporabljenih nezakonitih drog na svetu. Še več, v nekaterih državah, kot so Avstralija, Brazilija, Kanada, Jamajka in Nizozemska, je rekreativna uporaba konoplje celo dekriminalizirana (Bhamra in drugi, 2021).

Nasprotno pa CBD nima izrazitih psihoaktivnih in opojnih učinkov; neželeni učinki, povezani s CBD, pa so redki (McGregor in drugi, 2020). To je predvsem zato, ker CBD izdelki vsebujejo minimalno količino THC in zanje ni potreben recept, kot na primer za običajno medicinsko marihuano. Potrošniški izdelki, ki vsebujejo CBD, so na voljo v različnih oblikah, npr. tinkture/kapljice za olje, gelske kapsule, jedilne tablete, vapi in izdelki za topično uporabo (Li in drugi, 2021). Odsotnost opojnih učinkov CBD kaže na manjšo možnost zlorabe, zato zanje veljajo manj strogi predpisi, tj. izdelki CBD z nizko vsebnostjo THC so izključeni iz kategorizacije prepovedanih substanc (Urits in drugi, 2020; Li in drugi, 2021). Posledično so postali široko dostopni in jih je danes mogoče najti na spletu, v specializiranih trgovinah, lekarnah ter celo v prosti prodaji in živilskih trgovinah (Li in drugi, 2021).

#### **3.2 Zdravstveni učinki CBD izdelkov**

Mediji obsežno poročajo o potencialnih zdravstvenih koristih CBD, pri čemer izdelke s CBD prikazujejo kot revolucionarno ali čudežno zdravilo za različne bolezni (White, 2019). Široka uporaba teh izdelkov pomeni, da se zdravniki lahko srečajo z učinki CBD, tudi če jih sami niso predpisali. Odmeven primer je samozdravljenje raka z izdelki CBD (in THC) (Hazeckamp, 2018, str. 66). Poleg tega pa so bili pred kratkim v novicah CBD izdelki izpostavljeni celo kot zdravilo za koronavirus (v nadaljevanju COVID-19) (Leas in drugi, 2021).

V nadaljevanju so na kratko opisane nekatere najbolj razširjene možne terapevtske uporabe izdelkov CBD, vključno z njihovo uporabo za zdravljenje bolečine in vnetij, tesnobe, depresije, epilepsije ter nespečnosti (White, 2019).

Obsežna zgodovinska podatkovna baza v veliki meri podpira domnevo, da ima CBD protivnetne lastnosti. Te lastnosti naj bi lajšale različna vnetja, vključno z artritisom, sladkorno boleznijo, kolitisom, ishemičnimi poškodbami in različnimi avtoimunskimi boleznimi, kot je multipla skleroza. Vendar je treba opozoriti, da se trenutne raziskave, ki preučujejo učinke CBD na bolečino in vnetje, opirajo predvsem na živalske modele. Učinki CBD za lajšanje bolečinskih in vnetnih stanj na ljudeh niso klinično potrjeni (Li in drugi, 2021).

Poleg tega je CBD dokazano učinkovit pri zmanjševanju anksioznosti, ki jo povzročajo različni stresorji, kot je na primer javno nastopanje. Poleg tega je od leta 2010 14 študij poročalo o lastnostih CBD, ki so podobne antidepresivom. Nekatere raziskave tudi kažejo, da lahko kanabinoidi, vključno s CBD, vplivajo na uravnavanje spanja prek interakcije z endokanabinoidnim sistemom. Sicer pa je tu treba poudariti, da se je večina teh študij osredotočila na izboljšanje spanja kot sekundarni učinek pri zdravljenju primarnih motenj, kot so kronična bolečina, nevropatska bolečina in multipla skleroza. In še enkrat, večina vseh teh študij je bila izvedena na živalih in ne na ljudeh (Li in drugi, 2021).

Trenutno je na voljo dovolj kliničnih dokazov, ki potrjujejo učinkovitost CBD le pri zdravljenju epilepsije (Li in drugi, 2021). Nedavne naključnostne klinične študije so namreč pokazale varnost in učinkovitost CBD pri zmanjševanju krčev pri različnih epileptičnih sindromih (Strickland in drugi, 2021).

Obstajajo tudi druge predklinične študije, ki kažejo, da je lahko CBD učinkovita metoda zdravljenja številnih duševnih bolezni in zlorabe opioidov. Vendar pa je, kot je bilo že večkrat poudarjeno, večina trenutnih raziskav o terapevtski uporabi CBD še vedno v zgodnjih fazah in ni dosegla ravni klinične veljavnosti. Kljub temu bi se lahko stanje spremenilo, saj se pojavlja čedalje več naključnostnih kontrolnih raziskav, ki preučujejo medicinski in terapevtski potencial CBD pri različnih bolezenskih stanjih (Wheeler in drugi, 2020, str. 1138).

Skratka, četudi so zdravstveni učinki CBD močno opevani v popularnih medijih in ponekod drugod, je pomembno opozoriti, da potrošniški izdelki CBD ne veljajo za medicinske ali terapevtske izdelke, zato ni dovoljeno, da bi ti izdelki navajali trditve, da lahko zdravijo, preprečujejo ali blažijo bolezni (Li in drugi, 2021).

### 3.3 Regulacija CBD izdelkov

Konvencije Združenih narodov (v nadaljevanju ZN) o nadzoru drog so podlaga za nacionalne zakonodaje o kontroli mamil, vključno s konopljo. Te konvencije določajo, da je treba nedovoljeno prodajo »cvetov konoplje« ter »ekstraktov in tinktur konoplje« kazensko sankcionirati. Vendar konvencije ne zajemajo gojenja rastlin konoplje za industrijske namene, kot sta proizvodnja vlaken in semen. Prav tako izrecno ne omenjajo CBD, zaradi česar obstajajo različne razlage glede tega, ali bi bilo treba CBD, pridobljen iz rastline konoplje, razvrstiti kot »ekstrakt konoplje« ali kot snov z majhnim potencialom zlorabe, ki je ni treba regulirati. Obstajajo tudi sintetične oblike CBD, ki niso pridobljene iz rastlinskih izvlečkov konoplje in prav tako niso zajete v sklopu omenjenih konvencij (European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, 2020b).

Približno od leta 2017 so v Evropski uniji (v nadaljevanju EU) na voljo različni izdelki CBD, vključno z olji, kozmetičnimi izdelki, vapi in prehranskimi dopolnili, tako v specializiranih in živilskih trgovinah kot tudi na spletu. Ti izdelki se tržijo različno: včasih trdijo, da vsebujejo ali izvlečke konoplje ali CBD ali/in nizko vsebnost THC (Hughes in drugi, 2021, str. 3). Čeprav nekateri proizvajalci zatrjujejo, da se lahko končni izdelki z manj kot 0,2 odstotka THC prosto prodajajo, ta meja ni bila določena v ta namen, niti ni bila namenjena določanju varnega odmerka za uživanje ljudi. Evropska gospodarska skupnost je v 80-ih letih prejšnjega stoletja namreč določila mejno vrednost THC, ki danes znaša 0,2 odstotka za pridelke konoplje, da bi opredelila sorte konoplje, upravičene do subvencij, če se gojijo v industrijske namene (European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, 2020b).

Trenutni razmah CBD produktov povzroča velik pritisk na obstoječe regulativne okvire glede teh izdelkov v EU. Ker morajo nacionalni regulativni organi izvajati predpise EU v svojih specifičnih okvirih, lahko to privede do upravičenih razlik v tem, kako različne države pristopajo k urejanju CBD produktov (Hughes in drugi, 2021, str. 3).

V nekaterih evropskih državah so izdelki, pridobljeni iz rastlin konoplje z nizko vsebnostjo THC ali z vsebnostjo CBD, opredeljeni kot ekstrakti konoplje, zato je njihova prodaja brez dovoljenja zakonsko kazniva. V drugih državah pa se s temi izdelki lahko trguje brez dovoljenja, saj veljajo za izdelke z minimalnimi psihoaktivnimi učinki, ki predstavljajo majhno tveganje zlorabe in minimalno grožnjo javnemu zdravju. Nekatere države pa so z zakonodajo ali smernicami določile, da za izdelke, ki vsebujejo manj kot 0,3 ali 0,2 odstotka THC, ne veljajo predpisi o nadzoru nad drogami. Nacionalni zakoni o regulaciji konoplje upoštevajo tudi dodatne dejavnike poleg omejitev glede dovoljene količine THC. Ti dejavniki vključujejo izvor rastline, namen, za katerega je bila rastlina gojena, ali je bila gojena z dovoljenjem, uporabljeno metodo ekstrakcije in način, kako je izdelek predstavljen za prodajo. Razlike v teh omejitvah od države do države pomenijo, da lahko izdelki, uvoženi iz države z višjo dovoljeno vsebnostjo THC, kot je Švica (kjer je nacionalna omejitev 1

odstotek THC), potencialno kršijo omejitve THC, ki jih je določila druga država (European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, 2020b).

Priporočilo Strokovnega odbora Svetovne zdravstvene organizacije (angl. World Health Organisation, v nadaljevanju WHO) za odvisnost od drog, da se iz Konvencije ZN iz leta 1961 odstrani besedna zveza »ekstrakti in tinkture konoplje« in namesto tega določi, da pripravki, ki vsebujejo predvsem CBD in ne več kot 0,2 odstotka THC, ne smejo biti pod mednarodnim nadzorom, naj bi vneslo nekaj jasnosti glede te problematike (World Health Organisation, 2019). Vendar je bil ta predlog na zasedanju Komisije ZN za droge decembra 2020 zavrnjen (United Nations, 2020). Kljub temu pa je novembra 2020 Evropsko sodišče izdalo sodbo, v kateri je navedlo, da se CBD, pridobljen iz rastline konoplje, v skladu s konvencijo ZN o drogah iz leta 1961, ne bi smel šteti za mednarodno regulirano drogo. Namesto tega se lahko uvrsti med živila, če izpolnjuje druge zahteve iz uredbe EU o varnosti živil (European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, 2020a).

Natančneje, v EU je za ekstrakcijo CBD iz konoplje pred trženjem potrebno pridobiti dovoljenje v skladu z uredbo o novih živilih (angl. novel food). V EU je za ocenjevanje prošenj za izdajo dovoljenja, ki nek produkt klasificirajo kot novo živilo in ocenjujejo tveganja rednega uživanja tega živila, odgovorna Evropska agencija za varnost hrane (angl. European Food and Safety Authority, v nadaljevanju EFSA), Evropska komisija (v nadaljevanju EK) pa se na podlagi teh ocen odloči, ali bo izdala dovoljenje za izdelek (EFSA Panel on Nutrition, Novel Foods and Food Allergens in drugi, 2022).

Neko živilo se šteje za novo, če pred 15. majem 1997 ni bilo zabeleženo njegovo uživanje. Do sredine marca 2022 je industrija potrošniških izdelkov CBD vložila več kot 150 vlog za klasifikacijo pod oznako »novo živilo« za izdelke CBD, 19 od njih pa trenutno pregleduje EFSA odbor za prehrano, nova živila in živilske alergene (angl. Panel on Nutrition, Novel Foods and Food Allergens – NDA Panel). Večina teh vlog se nanaša na CBD, pridobljen iz rastlin konoplje, vendar se obravnava tudi nekaj vlog za kemično sintetiziran CBD (EFSA Panel on Nutrition, Novel Foods and Food Allergens in drugi, 2022).

Razvidno je torej, da kljub razširjenemu oglaševanju in prodaji CBD in prehranskih dopolnil, ki vsebujejo CBD, v EU ti izdelki trenutno kršijo živilsko zakonodajo. Dejansko gre za globalni pojav, da proizvajalci še naprej tržijo živila CBD v jurisdikcijah, v katerih so zaradi blagega izvrševanja regulativnih smernic nezakonita (Lachenmeier in drugi, 2023, str. 66–67).

Poleg tega se v EU snov, za katero se trdi, da lahko preprečuje ali zdravi bolezen, uvršča v kategorijo »zdravila«. Za to razvrstitev je treba pridobiti dovoljenje za prodajo izdelka in zagotoviti jasne informacije o doziranju in morebitnih nezaželenih učinkih (Hughes in drugi, 2021, str. 3). CBD ima odobreno medicinsko aplikacijo kot peroralna raztopina CBD rastlinskega izvora, imenovana Epidyolex, ki jo je Evropska agencija za zdravila (angl.

European Medicines Agency – EMA) odobrila za zdravljenje epileptičnih napadov, povezanih s sindroma Lennox-Gastaut in Dravet (European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction, 2020a). Vsi ostali komercialni CBD izdelki, ki trdijo, da lajšajo različne zdravstvene težave, kot so tesnoba, nespečnost in bolečina, pa te klasifikacije oz. odobritve nimajo. Posledično se izdelki CBD pogosto tržijo z uporabo širšega pojma »dobro počutje« ali kot dopolnilni zdravstveni izdelki in ne kot zdravila (Hughes in drugi, 2021, str. 3).

Zunaj EU, zlasti v ZDA, ki so trenutno največji svetovni trg CBD izdelkov, na razpoložljivost CBD in drugih izdelkov iz konoplje vpliva zakonodaja na zvezni in državni ravni. V zadnjih letih je zakonodaja na obeh področjih doživela velike spremembe (McGregor in drugi, 2020).

Tako kot v EU je Epidiolex (v Evropi Epidyolex) edini CBD izdelek, ki se trenutno trži kot zdravilo na recept v ZDA, odobren leta 2018 s strani Urada za hrano in zdravila (angl. Food and Drug Administration, v nadaljevanju FDA). Poleg tega je izdelke CBD brez recepta mogoče najti v lekarnah v številnih zveznih državah ZDA, razširjeni pa so tudi spletni nakupi z dostavo na dom. Vendar pa še vedno obstaja določena stopnja zmede glede pravnega statusa CBD kot izdelka brez recepta. Razlog za to je predvsem v tem, da FDA ohranja regulativno pristojnost nad izdelki CBD iz konoplje, ki so na voljo brez recepta. Trenutno FDA ne odobrava nobenega komercialnega CBD izdelka (U. S. Food and Drug Administration, 2023), čeprav je zakon o izboljšanju kmetijstva leta 2018 konoplji (tj. rastlini, delom rastline ali derivatom konoplje z manj kot 0,3 odstotka THC v suhi masi) odstranil status nadzorovane snovi, s čimer so široko komercialno gojenje, proizvodnja in prodaja izdelkov iz konoplje postali zakoniti v ZDA (McGregor in drugi, 2020).

### **3.4 Varnost CBD izdelkov**

Varnost CBD izdelkov je zelo sporna tema (Koturbash in MacKay, 2020, str. 489). Poročilo WHO sicer ugotavlja, da trenutno ni dokazov o rekreativni uporabi CBD ali o kakršnihkoli tveganjih za javno zdravje, povezanih z uporabo čistega CBD (World Health Organisation, 2018). V kasnejšem poročilu pa Strokovni odbor WHO za odvisnost od drog še dodaja, da CBD ne povzroča odvisnosti (World Health Organisation, 2019). Vendar pomisleki glede varnosti CBD izdelkov primarno ne nastajajo zaradi same, čiste spojine CBD, temveč iz negotove sestave in kakovosti razpoložljivih izdelkov. Posebej zaskrbljujoča je prisotnost nečistoč in morebitno netočno ali zavajajoče označevanje koncentracije kanabinoida THC v CBD izdelkih (Hazekamp, 2018, str. 68).

Številni CBD izdelki lahko vsebujejo dodatne sestavine, pridobljene iz konoplje, kot so drugi kanabinoidi, ter številne škodljive snovi, toksičnost katerih še vedno ostajala neustrezno evalvirana (Li in drugi, 2021). Nekatere od teh snovi so dodane namenoma za povečanje donosa, teže ali učinkovitosti CBD izdelkov iz konoplje, vključno s pesticidi, kovinskimi delci in sintetičnimi kanabinoidi. Rastlina in iz nje pridobljeni CBD izdelki pa lahko tudi



nenamerno pridejo v stik s škodljivimi substancami, kot so težke kovine, plesni, bakterije in aflatoksini (Hazeckamp, 2018, str. 68). Posledično podatki iz kliničnih raziskav kažejo, da CBD v velikih odmerkih predstavlja veliko tveganje za hepatotoksičnost (Koturbash in MacKay, 2020, str. 489). Kot primera služita primer zastrupitve s sintetičnim kanabinoidom, odkritim v olju CBD v Utahu, in identifikacija policikličnih aromatskih ogljikovodikov, ki presegajo priporočene vrednosti, v 20 od 29 CBD izdelkov, ki jih je analiziral Mednarodni inštitut za konopljo in kanabinoide na Češkem (Li in drugi, 2021).

Poleg tega so komercialni CBD izdelki pokazali precejšnjo variabilnost glede dejanske vsebnosti CBD v primerjavi s količinami, navedenimi na embalaži izdelkov (Koturbash in MacKay, 2020, str. 489). V ZDA je študija, v kateri je bilo pregledanih 84 izdelkov CBD, pokazala, da je imelo le 31 odstotkov testiranih izdelkov točne oznake glede vsebnosti CBD (znotraj 10 odstotkov oglaševane količine). Poleg tega je 18 primerkov vsebovalo THC, pri čemer je bila povprečna vsebnost 0,45 odstotka, kar presega predpisano raven, ki v ZDA znaša 0,3 odstotka. Podobno je študija, izvedena na Nizozemskem, pokazala, da je imelo od 46 izdelkov le pet izdelkov vsebnost CBD v okviru 10-odstotnega odstopanja od navedene količine, odstotek odstopanja pa se je gibal med 0 in 92 odstotkov. V Italiji je primerljiva študija pokazala, da je bilo med 14 testiranimi olji CBD le pet izdelkov z vsebnostjo CBD znotraj 10 odstotkov označene količine (Liebling in drugi, 2022).

Evropski organi za nadzor živil prav tako poročajo o številnih kršitvah evropske živilske zakonodaje s strani živilskih podjetij, ki prodajajo izdelke CBD. Sistem hitrega obveščanja za živila in krmo (angl. Rapid Alert System for Food and Feed – RASFF) je prejel več kot 160 obvestil o izdelkih CBD, ki so bili ali brez avtorizacije, ki bi jih klasificirala kot nova živila, ali so vsebovali nedovoljene količine THC (Lachenmeier in Walch, 2021).

Na splošno torej zgoraj predstavljene informacije kažejo na potrebo po dodatnih smernicah glede uporabe in izvajanja nadzora kakovosti v industriji potrošniških izdelkov CBD (Li in drugi, 2021).

## **4 ANALIZA ŠIRŠEGA IN PANOŽNEGA OKOLJA**

### **4.1 Analiza širšega okolja**

Naslednje poglavje obravnava analizo širšega okolja Združenega kraljestva na podlagi PEST analize. PEST analiza je orodje za sistematično analizo zunanjih (političnih in pravnih, ekonomskih, sociokulturnih ter tehnoloških) dejavnikov, ki se uporablja kot merilo za ocenjevanje potencialnih trgov. Omenjena analiza se naslanja na makroekonomske faktorje, tj. na zunanje faktorje določenega poslovnega okolja, ki so izven neposrednega vpliva organizacij, pomembni pa so za sprejemanje strateških poslovnih odločitev, načrtovanje trženjskih dejavnosti, razvoj izdelka ipd. (The Economic Times, 2023).

#### 4.1.1 Analiza političnega in pravnega okolja

Združeno kraljestvo je otoška država ob severozahodni obali evropske celine. Zajema celoten otok Velike Britanije, ki obsega Anglijo, Wales in Škotsko, ter severni del otoka Irske. Za celotno Združeno kraljestvo se včasih uporablja tudi ime Velika Britanija. Glavno mesto je London, ki je eno izmed vodilnih svetovnih trgovinskih, finančnih in kulturnih središč. Druga pomembna mesta so Birmingham, Liverpool in Manchester v Angliji, Belfast in Londonderry na Severnem Irskem, Edinburgh in Glasgow na Škotskem ter Swansea in Cardiff v Walesu (Atkins in drugi, 2023).

Združeno kraljestvo je v skladu z Mednarodnim standardom za kode držav in kode njihovih pododdelkov označeno z GB (International Organisation for Standardization, brez datuma). Obsega 94.058 kvadratnih milj oziroma 243.610 kvadratnih kilometrov. Uradni jezik je angleščina; priznava pa tudi več regionalnih jezikov: škotsščino, škotsko gelščino, valižanščino, irščino in kornščino (CountryReports, brez datuma a).

Združeno kraljestvo je parlamentarna ustavna monarhija. Na čelu države je kralj Charles III, ki je na prestol sedel 8. septembra 2022. Kralj Charles je prevzel prestol od svoje matere, kraljice Elizabete II, potem ko je položaj valižanskega princa opravljal več kot 64 let, kar predstavlja najdaljši mandat v zgodovini Združenega kraljestva. Poleg tega, da je britanski monarh na čelu države v Združenem kraljestvu, ima položaj ustavnega monarha tudi v 14 državah Commonwealtha (CountryReports, brez datuma b). Pravno gledano pa je vloga britanskega monarha in kraljeve družine predvsem tradicionalna ter ceremonialna (Wood, 2022).

Britanska ustava ni formalno kodificirana v enem samem dokumentu, temveč je le delno dokumentirana in je zato fleksibilna. Njeni primarni viri so parlamentarni zakoni in zakoni Evropske unije, Evropska konvencija o človekovih pravicah in odločitve sodišč. Situacije, za katere ni izrecnih pravnih določb, kot je na primer odstop vlade s položaja, urejajo precedensi, ki jih je mogoče razvijati in spreminjati (Atkins in drugi, 2023).

Združeno kraljestvo je razdeljeno na tri glavne jurisdikcije oz. samostojne pravne sisteme, in sicer na Anglijo in Wales, Škotsko ter Severno Irsko. Vsaka jurisdikcija ima svoje zakone, pravosodni sistem, pravne uslužbence in sodnike. Vendar pa je potrebno poudariti, da zakoni, ki veljajo v eni jurisdikciji, zlasti če izhajajo iz zakonodaje (zakoni parlamenta in zakonski instrumenti), lahko enako ali zelo podobno veljajo tudi v drugih jurisdikcijah. Čeprav lahko sodišča v posameznih pravnih sistemih sprejemajo različne odločitve, je končno pravno sredstvo za vse njih Vrhovno sodišče Združenega kraljestva. Poleg tega je proces decentralizacije povzročil razlike med zakoni Walesa in Anglije ter celo razlike med različnimi regijami v Angliji. Posledično lahko akti parlamenta začnejo veljati različno ali ob različnem času v različnih delih jurisdikcije Anglije in Walesa (Incorporated Council of Law for England and Wales, brez datuma).

Zakonodajno vejo oblasti sestavlja dvodomni parlament, kar pomeni, da deluje prek dveh domov: zgornjega (angl. House of Lords) in spodnjega (angl. House of Commons) doma. Oba domova si delita podobne naloge, kot so sprejemanje zakonov, nadzorovanje dejavnosti vlade in razpravljanje o aktualnih zadevah. Spodnji dom ima dodatno nalogo, da odobri zakone o višanju davkov za potrebe dodeljevanja sredstev vladi. Običajno je za odločitve, sprejete v enem domu, potrebna odobritev drugega doma, kar zagotavlja, da dvodomni sistem služi kot mehanizem zavor in ravnovesij za oba doma (UK Parliament, brez datuma).

Spodnji dom parlamenta je voljen s strani državljanov, vlado pa sestavi politična stranka z največjim številom poslancev v spodnjem domu parlamenta. Pred letom 1999 so lordsko zbornico sestavljali predvsem dedni vrstniki ali plemiči. Od tedaj pa jo sestavljajo predvsem imenovani vrstniki, ki jih za vseživljenjsko službo izberejo zaporedni predsedniki vlad (UK Parliament, brez datuma).

Vlado vodi predsednik vlade s podporo kabineta in ministrov. Predsednik vlade je odgovoren za politične odločitve ter nadzor javne uprave in vladnih agencij. Imenuje člane kabineta in opravlja funkcijo glavnega predstavnika vlade v spodnjem domu parlamenta. Od 25. septembra 2022 je predsednik vlade Rishi Sunak. Ministre izbere predsednik vlade izmed članov spodnjega in zgornjega doma. Odgovorni so za ukrepe in neuspehe svojih ministrstev (<https://www.gov.uk/government/how-government-works#who-runs-government>).

Na stabilnost vlade vplivajo različni dejavniki, vključno s pravnim sistemom, nizko oziroma nadzorovano stopnjo korupcije in učinkovitostjo vladnih politik. Če vlada v teh vidikih deluje pozitivno, ni le stabilna, ampak tudi uspešna. Svetovni kazalniki upravljanja (angl. Worldwide Governance Indicators – WGI) so dolgoletni raziskovalni projekt Svetovne banke (angl. World Bank, v nadaljevanju WB), katerega cilj je raziskati kazalnike upravljanja za 215 gospodarstev od leta 1996 naprej. Poroča o šestih agregatnih kazalcih upravljanja, ki so: (1) glas in odgovornost, (2) politična stabilnost in odsotnost nasilja/terorizma, (3) učinkovitost vlade, (4) kakovost predpisov, (5) pravna država in (6) nadzor nad korupcijo. Temeljijo na 32 posameznih virih podatkov, ki so jih pripravili različni raziskovalni inštituti, nevladne organizacije, mednarodne organizacije in podjetja iz zasebnega sektorja (Kaufmann in drugi, 2010). Po najnovejših podatkih za Združeno kraljestvo v enotah normalne porazdelitve, tj. v razponu približno od -2,5 do 2,5, ocene agregatnih kazalnikov upravljanja za leto 2021 kažejo na stabilnost vlade, saj je vseh šest sklopov ocenjenih nadpovprečno. Kakor je razvidno iz tabele 2, so ocene za Združeno kraljestvo za obdobje od 2019–2021 relativno stabilne (The World Bank, brez datuma e).

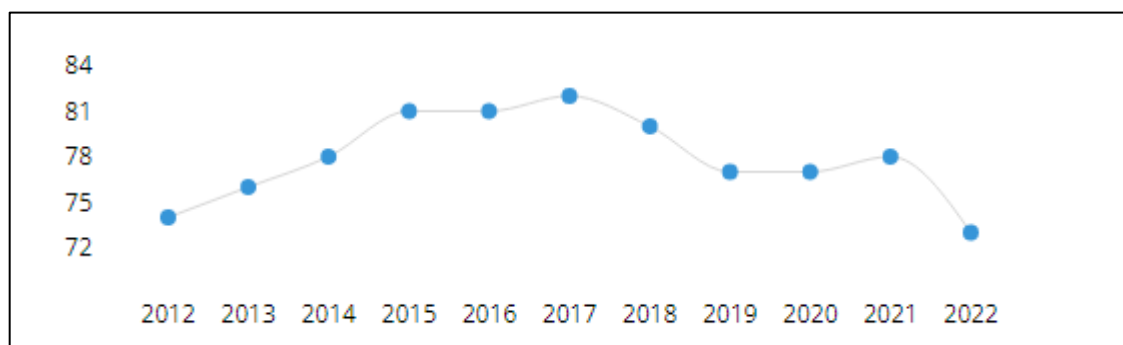
Tabela 2: Agregatni kazalniki upravljanja za Združeno kraljestvo od 2019 do 2021

	2019	2020	2021
Glas in odgovornost	1.3	1.2	1.3
Politična stabilnost in odsotnost nasilja/terorizma	0.5	0.5	0.5
Učinkovitost vlade	1.5	1.4	1.3
Kakovost predpisov	1.6	1.5	1.5
Pravna država	1.6	1.5	1.4
Nadzor nad korupcijo	1.8	1.7	1.7

Vir: The World Bank (brez datuma e).

Indeks zaznave korupcije (angl. Corruption Perception Index, v nadaljevanju CPI) organizacije Transparency International je splošno priznana svetovna lestvica, ki ocenjuje zaznano stopnjo korupcije v javnem sektorju posamezne države, kot jo zaznavajo strokovnjaki in poslovneži. Indeks temelji na različnih virih podatkov. Mesto (rang) države je njen položaj glede na druge države v indeksu, medtem ko njeno število doseženih točk kaže zaznavano stopnjo korupcije v javnem sektorju na lestvici od 0 do 100, pri čemer 0 pomeni zelo koruptivna, 100 pa zelo čista (Transparency International, 2021). CPI uvrstitev Združenega kraljestva za leto 2022 se je, v primerjavi s prejšnjim letom, znižala za sedem mest. Preučevanih je bilo 180 držav. Združeno kraljestvo se je uvrstilo na 18. mesto, doseglo pa je 73 od stotih možnih točk, kakor je razvidno iz slike 1, kar je za obravnavano državo najnižja vrednost, odkar je bil indeks leta 2012 temeljito prenovljen (Transparency International, 2022).

Slika 1: Indeks zaznave korupcije v Združenem kraljestvu od 2012 do 2022



Vir: Transparency International (2022).

Kot že omenjeno, Združeno kraljestvo prek Commonwealtha ohranja povezave z nekaterimi ozemlji, ki so bila nekdanj del njegovega imperija. Commonwealth, znan tudi kot Commonwealth of Nations, se je med letoma 1931 in 1949 imenoval Britanska skupnost narodov. Gre za prostovoljno združenje neodvisnih držav, vključno z Združenim kraljestvom in več nekdanjimi podrejenimi britanskimi ozemlji, ki so se odločila ohranjati prijateljske

odnose in praktično sodelovati. Te države članice priznavajo britanskega monarha kot simboličnega vodjo združenja (The Editors of Encyclopedia Britannica, 2023). Prav tako ima Združeno kraljestvo zgodovinske in kulturne vezi z Združenimi državami Amerike in je član različnih mednarodnih organizacij, kot so Organizacija Severnoatlantske pogodbe (angl. North Atlantic Treaty Organisation – NATO) in Organizacija za varnost in sodelovanje v Evropi (angl. Organisation for Security and Cooperation – OSCE). Poleg tega je Združeno kraljestvo del skupin G20, G7, Organizacije za gospodarsko sodelovanje in razvoj (angl. Organisation for Economic Cooperation and Development – OECD), Mednarodnega denarnega sklada (angl. International Monetary Fund, v nadaljevanju IMF), WB in WHO (U.S. Embassy & Consulates in the United Kingdom, brez datuma).

Združeno kraljestvo je postalo članica Evropske unije leta 1973. Junija 2016 je bil izveden referendum o tem, ali naj Združeno kraljestvo ostane v EU, in 52 odstotkov britanskih volivcev se je na koncu odločilo za izstop. Po dolgotrajnih pogajanjih, večkratnem podaljšanju roka, dolgotrajnih notranjih nesoglasjih in dveh menjavah predsednika vlade je bil dosežen sporazum o »Brexitu« (britanskem izstopu iz EU), ki je zadovoljil Evropsko unijo in večino parlamenta. Posledično je Združeno kraljestvo postalo prva država, ki je 31. januarja 2020 uradno izstopila iz EU (Atkins in drugi, 2023).

Natančneje, Združeno kraljestvo je 31. januarja 2020 izstopilo iz političnih institucij EU. Izstop Združenega kraljestva iz enotnega trga EU pa je bil izveden šele 31. decembra 2020, ko je začel veljati Sporazum o trgovini in sodelovanju z EU (angl. Trade and Cooperation Agreement – TCA) (Oliver, 2023).

Združeno kraljestvo je za zagotovitev pravne kontinuitete in gotovosti po izstopu iz EU uvedlo Zakon o ohranitvi (razveljavitvi in reformi) EU prava (angl. Retained (Revocation and Reform) EU Law Bill), katerega cilj je bil ohraniti vse nujne pravice in regulacije za lažje delovanje posameznikov, vladnih subjektov, podjetji in drugih organizacij v obdobju po Brexitu, ko je obstajala velika negotovost glede regulativ (Cowie in Salchi, 2022). Vendar je britanska vlada v sklopu omenjenega zakona tudi napovedala, da bodo vsi ohranjeni zakoni EU postopoma prenehali veljati do 31. decembra 2023, kar bo Združenemu kraljestvu omogočilo vzpostavitev predpisov, prilagojenih posebej za njegovo prebivalstvo. S to spremembo naj bi odpravili za približno eno milijardo funtov obremenjujočih predpisov, s čimer naj bi v podjetjih vzbudili zaupanje za naložbe in ustvarjanje delovnih mest, hkrati pa Združeno kraljestvo postavili med najboljše regulirana gospodarstva na svetu. Predlog zakona sicer dopušča ohranitev določene zakonodaje EU, vendar jo bo treba pred omenjenim datumom pregledati in bodisi ohraniti, spremeniti, razveljaviti ali nadomestiti (Department for Business, Energy & Industrial Strategy in Rees-Mogg, 2022).

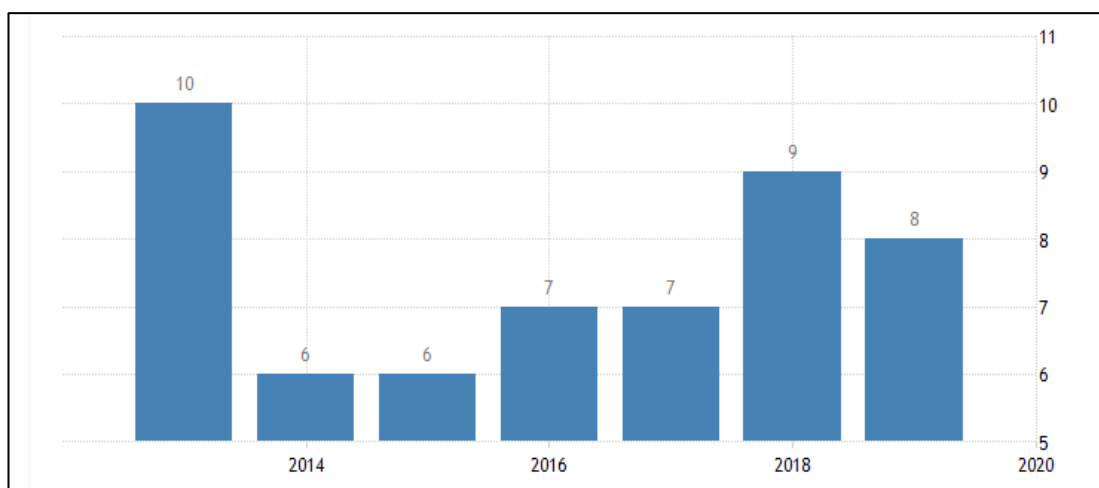
Natančen učinek te spremembe zaenkrat ostaja nejasen (Whinder in Musselwhite Steel, 2023). Kljub temu pa naj bi predlog zakona spoštoval vse mednarodne obveznosti, ki se

zahtevajo od Združenega kraljestva (Department for Business, Energy & Industrial Strategy in Rees-Mogg, 2022).

Nadalje ima Združeno kraljestvo kot suverena trgovinska država sklenjenih več kot 70 trgovinskih sporazumov in se trenutno pogaja o novih sporazumih s številnimi državami. Ključne prednostne naloge za leto 2023 vključujejo nadaljevanje pogajanj z Indijo, Kanado, Mehiko, Izraelom in Svetom za sodelovanje v Zalivu (angl. Gult Cooperation Council – GCC). Poleg tega je Združeno kraljestvo 31. marca 2023 uspešno zaključilo pogajanja o pridružitvi k Celovitemu in progresivnemu sporazumu o čezpaciifiškem partnerstvu (angl. Comprehensive and Progressive Agreement for Trans-Pacific Partnership – CPTPP) (Department for Bussiness and Trade in Department for International Trade, 2023).

Glede na podatke WB o enostavnosti poslovanja (angl. Ease of Doing Business) iz leta 2019 pa je Združeno kraljestvo na 8. mestu med 190 gospodarstvi. Indeks razvršča države na lestvici od 1 do 190, pri čemer 1 pomeni najvišji rang. Visoka uvrstitev pomeni ugodno regulativno okolje za poslovanje. Razvrstitev je določena z razvrščanjem skupnih ocen za 10 tem, ki zajemajo ustanovitev podjetja, ravnanje z gradbenimi dovoljenji, pridobivanje električne energije, registracijo nepremičnin, pridobivanje kreditov, zaščito vlagateljev, plačevanje davkov, izvrševanje pogodb in reševanje plačilne nesposobnosti, od katerih je vsaka sestavljena iz več kazalnikov, pri čemer ima vsaka tema enako težo (The World Bank, brez datuma a). Kot je razvidno iz slike 2, se je položaj Združenega kraljestva dvignil za eno mesto (iz 9. na 8.) glede na prejšnje leto (2018) (Trading Economics, 2023a).

*Slika 2: Indeks enostavnosti poslovanja v Združenem kraljestvu od 2012 do 2019*



*Vir: Trading Economics (2023a).*

Trenutni položaj Združenega kraljestva na lestvici pomeni, da je druga najugodnejša lokacija za poslovanje med državami G7, takoj za ZDA, in tudi v zahodni Evropi, kjer zaostaja le za Dansko (Department for International Trade in Truss, 2019).

#### 4.1.2 Analiza ekonomskega okolja

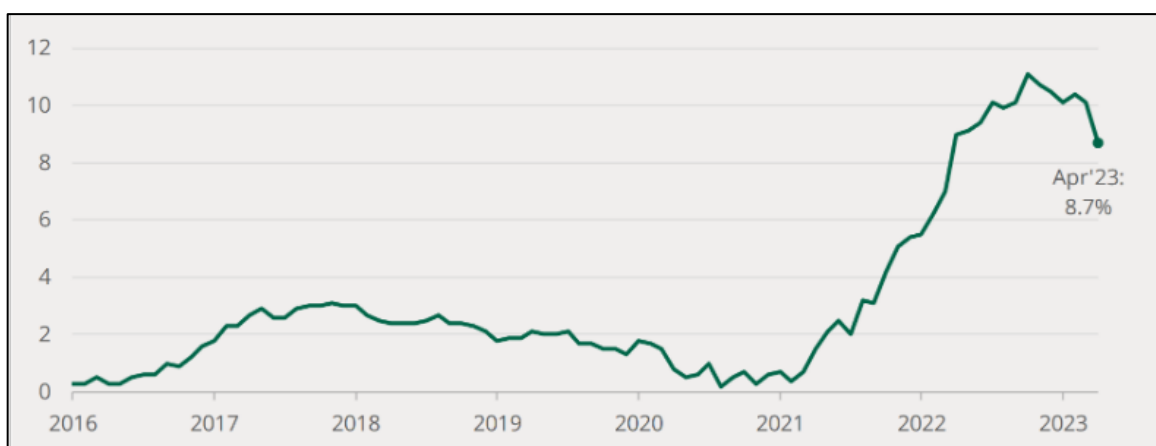
Združeno kraljestvo je na svetovnem merilu ena izmed ekonomsko najrazvitejših držav. BDP Združenega kraljestva je bil leta 2022 po uradnih podatkih WB vreden 3070.67 milijarde ameriških dolarjev, kar predstavlja 1,36 odstotka svetovnega gospodarstva (The World Bank, brez datuma b).

Storitveni sektor ima v gospodarstvu Združenega kraljestva prevladujočo vlogo in zajema različne panoge, kot so gostinstvo, strokovne storitve, poslovna uprava in finance. Po zadnjih podatkih iz leta 2021 so storitvene panoge v gospodarstvo Združenega kraljestva prispevale 1,7 bilijona funtov bruto dodane vrednosti (v nadaljevanju BDV), kar predstavlja 80 odstotkov celotne BDV Združenega kraljestva. Na velikost panog iz posameznih regij je po zadnjih podatkih iz leta 2020 negativno vplivala pandemija COVID-19, še posebej na sektorje, kot so nastanitev in prehrana, umetnost, zabava in rekreacija ter frizerske in kozmetične storitve (Hutton, 2022).

Od leta 1970/71 dalje je povprečni letni proračunski primanjkljaj Združenega kraljestva znašal 3,7 odstotka BDP. Obseg primanjkljaja se je v tem času precej spreminjal. Leta 2020/21 je proračunski primanjkljaj dosegel rekordno visoko raven in znašal 15 odstotkov BDP Združenega kraljestva. To je bilo predvsem posledica dveh glavnih dejavnikov. Prvič, vlada je v odziv na pandemijo zagotovila znatno podporo javnim službam, gospodinjstvom in podjetjem, kar je povzročilo stroške v višini približno 229 milijard funtov. Drugič, sam virus in posledični ukrepi zapiranja so povzročili hudo gospodarsko recesijo. Zaradi zmanjšanja gospodarske dejavnosti so se zmanjšali davčni prihodki in povečali državni izdatki za postavke, kot so nadomestila za brezposelnost. V proračunskem letu 2022/23 je vlada Združenega kraljestva iz davkov in drugih virov ustvarila 1.017 milijard funtov prihodkov, njeni odhodki pa so znašali 1.155 milijard funtov. Primanjkljaj je dosegel 137 milijard funtov, kar ustreza 5,4 odstotka BDP države (Keep, 2023).

Kot je razvidno iz slike 3, je oktobra 2022 letna stopnja inflacije narasla na 11,1 odstotka in bila najvišja v zadnjih 41-ih letih, vendar se je nato v naslednjih mesecih znižala. Visoka inflacija neposredno vpliva na cenovno dostopnost blaga in storitev za gospodinjstva. Merjeno z indeksom cen življenjskih potrebščin (angl. Consumer Price Index – CPI) so bile cene življenjskih potrebščin aprila 2023 v primerjavi s prejšnjim letom višje za 8,7 odstotka. To zvišanje je bilo predvsem posledica znatnega zvišanja stroškov energije za gospodinjstva v preteklem letu, ki se aprila tekočega leta ni ponovilo. Aprilska stopnja inflacije je pomenila prekinitev vzorca višanja stopnje inflacije. Vendar pa znižanje stopnje inflacije ni bilo tako občutno, kot je bilo pričakovano. Po mnenju ekonomistov naj bi se inflacija znižala na 8,2 odstotka, medtem ko je Angleška centralna banka (angl. Bank of England) napovedovala znižanje na 8,4 odstotka (Francis-Devine in drugi, 2023).

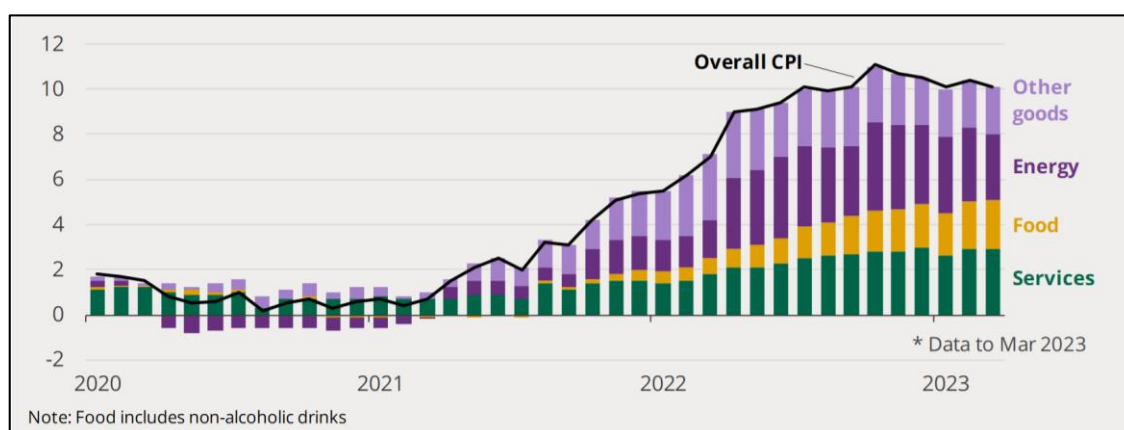
Slika 3: Stopnja inflacije v Združenem kraljestvu od 2016 do aprila 2023 v odstotkih



Vir: Francis-Devine in drugi (2023).

Povečanje stroškov potrošniških dobrin, podprto z visokim potrošniškim povpraševanjem in ozkimi grli v dobavnih verigah, je bilo glavno povzročilo rastoče inflacije v letih 2021 in 2022. Pandemija COVID-19 je povzročila dobavne zamude, v fazi okrevanja svetovnega gospodarstva pa je prišlo do povečanega povpraševanja po izdelkih in materialih. Kot kaže slika 4, so se cene hrane v zadnjem letu močno povečale in so bile v maju 2023 za 18,3 odstotka višje v primerjavi z letom prej, kar je nekoliko pod 45-letnim rekordom 19,1 odstotka, doseženim marca 2023 (Francis-Devine in drugi, 2023). Po najnovjših podatkih Svetovne banke so izdatki za končno potrošnjo v Združenem kraljestvu za gospodinjstva in neprofitne institucije, pristojne za gospodinjstva (angl. Non-Profit Institutions Serving Households), leta 2022 znašali 5,6 odstotka (The World Bank, brez datuma d).

Slika 4: CPI v Združenem kraljestvu od 2020 do marca 2023 v odstotnih točkah



Vir: Francis-Devine in drugi (2023).

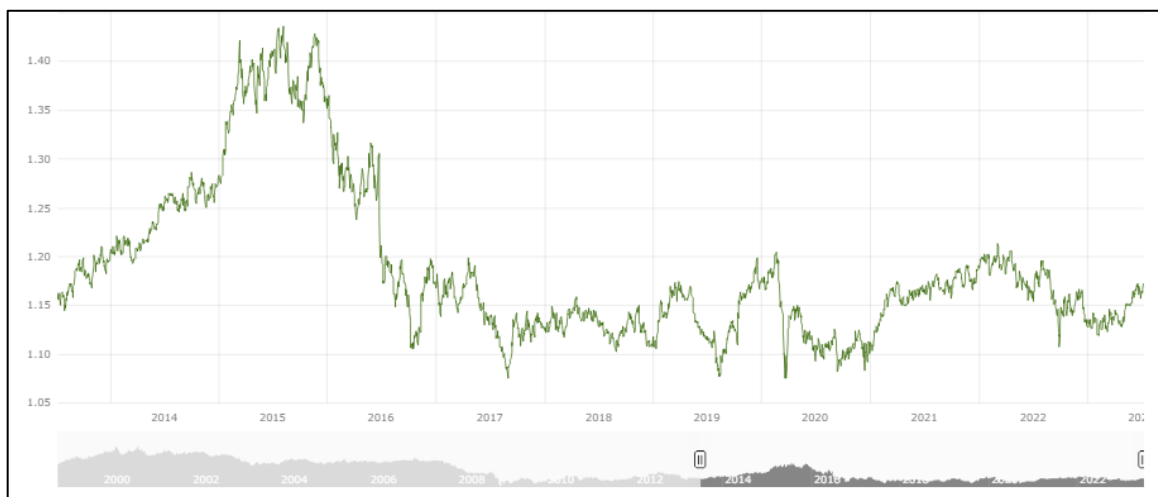


Konflikt v Ukrajini je prav tako privedel do višjih cen surovin, kar je povečalo inflacijo po vsem svetu. Rusija in Ukrajina sta veliki proizvajalki in izvoznici kmetijskih proizvodov, npr. pšenice, in nekaterih kovin. Ti izdelki so postali dražji na mednarodnih trgih, kar je povzročilo zvišanje cen hrane in materialov tudi v Združenem kraljestvu, čeprav so se svetovne cene surovin v zadnjih mesecih umirile. Za Združeno kraljestvo pa so bile ključne gospodarske posledice rusko-ukrajinskega spora višje cene energije, saj je le-ta povzročil zvišanje tarif za gospodinjsko energijo in stroške goriva (Francis-Devine in drugi, 2023).

Na junijskem zasedanju 2023 je Angleška centralna banka dvignila obrestne mere za 0,5 bazične točke na 5,0 odstotkov. To je pomenilo 13. zaporedno zvišanje obrestne mere, stroški izposojanja pa so dosegli najvišjo raven po finančni krizi leta 2008. Cilj te odločitve je bil odpraviti vztrajne inflacijske pritiske. Angleška centralna banka je obrestne mere začela zviševati pred skoraj letom in pol in tako postala prva velika centralna banka, ki je sprejela tak ukrep (Bank of England, 2023).

Odkar je Združeno kraljestvo junija 2016 izvedlo referendum o svojem članstvu v Evropski uniji, je britanski funt v primerjavi z eurom oslabil. Z najvišje vrednosti, 1,43 konec novembra 2015, je menjalni tečaj britanskega funta za euro od julija 2016 ostal pod 1,2 in je oktobra 2020 znašal 1,11. Do 18. junija 2023 so vrednosti dosegle 1,17 eura za funt, kot kaže slika 5 (Statista, 2023a).

*Slika 5: Gibanje vrednosti funta glede na vrednost eura od 2000 do 2022*



*Vir: European Central Bank (brez datuma).*

Ocene za obdobje od februarja do aprila 2023 kažejo tudi povečanje stopnje zaposlenosti (ocenjena na 76,0 odstotka) in zmanjšanje stopnje brezposelnosti (ocenjena na 3,8 odstotka) ter stopnje gospodarske aktivnosti (ocenjena na 21,0 odstotka) v primerjavi s prejšnjim četrtletjem (od novembra 2022 do januarja 2023) (Office for National Statistics, 2023f).

Kar se tiče trgovanja, se je aprila 2023 vrednost uvoženega blaga v Združenem kraljestvu zmanjšala za 0,7 milijarde funtov (1,4 odstotka). Po upoštevanju inflacije se je obseg uvoza blaga zmanjšal za 0,4 odstotka. Nasprotno pa se je vrednost iz Združenega kraljestva izvoženega blaga aprila 2023 povečala za 1,0 milijarde funtov (3,4 odstotka). Primanjkljaj v blagovni menjavi se je v treh mesecih do aprila 2023 zmanjšal za 10,7 milijarde na 52,5 milijarde funtov, medtem ko se je presežek v blagovni menjavi s storitvami povečal za 1,9 milijarde na 40,3 milijarde funtov (Office for National Statistics, 2023i).

Trgovina z državami, ki niso članice EU, je izkazovala rast uvoza in izvoza blaga, medtem ko se je trgovina z državami EU v istem obdobju zmanjšala (Office for National Statistics, 2023i). Po Brexit referendumu se je namreč opazno okrepil uvoz s Kitajske v Združeno kraljestvo, pri čemer se je njegov delež podvojil in presegel 16 odstotkov. Hkrati pa se je uvoz, kot že rečeno, iz držav EU, zlasti Nemčije, Nizozemske, Francije in Belgije, umiril. Ta večja odvisnost od uvoza iz Kitajske in drugih držav zunaj EU predstavlja očitno tveganje za prihodnjo proizvodnjo v Združenem kraljestvu zaradi občutljivosti na pomanjkanje vhodnih surovin, ki se je zaradi pandemije in rusko-ukrajinske vojne še povečala (Allianz, 2022).

Dinamika podjetij (tj. stopnja ustvarjanja in uničevanja delovnih mest zaradi vstopa in izstopa podjetij) v Združenem kraljestvu se je med letoma 1999 in 2019 zmanjšala. V tem obdobju sta se zmanjšali tako stopnja ustvarjanja kot stopnja uničevanja delovnih mest, vendar je bil upad uničevanja delovnih mest izrazitejši (Office for National Statistics, 2020).

Povprečna stopnja rasti proizvodnje na uro dela v Združenem kraljestvu je v obdobju COVID-19 (v letih 2020 in 2021) znašala -0,3 odstotka. Proizvodnja Združenega kraljestva na uro dela je imela tako leta 2021 drugo najpočasnejšo rast med državami G7 (brez Japonske zaradi pomanjkanja podatkov) (Office for National Statistics, 2023i).

Raven vhodnih in izhodnih neposrednih tujih naložb Združenega kraljestva se je leta 2021 v primerjavi z letom 2020 povečala. Vrednost vhodnih neposrednih tujih naložb se je povečala za 83,1 milijarde funtov in dosegla 2.002,4 milijarde funtov, medtem ko se je vrednost izhodnih neposrednih tujih naložb povečala za 16,0 milijarde funtov in dosegla 1.769,3 milijarde funtov. Rast je bila predvsem posledica naložb v strokovne, znanstvene in tehnične storitve, zlasti v ZDA. Zasluzki ali dobički iz neposrednih tujih naložb so se leta 2021 v primerjavi z letom 2020 močno povečali, in sicer skoraj trikrat, z 49,6 milijarde funtov na 134,7 milijarde funtov. To povečanje deloma odraža precej nižje zasluzke iz neposrednih tujih naložb, zabeležene leta 2020 zaradi vpliva pandemije COVID-19. Povečanje zasluzkov iz neposrednih tujih naložb je bilo zaznati na vseh celinah, pri čemer so bili zasluzki v Ameriki leta 2021 v primerjavi z letom 2020 za več kot štirikrat višji (Office for National Statistics, 2023h).

Če gledamo gospodarstvo Združenega kraljestva kot celoto, pa je bila gospodarska rast Združenega kraljestva v prvem četrtletju leta 2023 potrjena v višini 0,1 odstotka, kar je ostalo nespremenjeno glede na prejšnje četrtletje. Na letni ravni se je gospodarstvo Združenega kraljestva povečalo za 0,2 odstotka, kar predstavlja najnižjo stopnjo rasti v zadnjih dveh letih (Trading Economics, 2023d).

Na splošno Združeno kraljestvo tudi podpira naložbe in vodi podjetništvu naklonjeno politiko. Kljub zvišanju stopnje obdavčitve pravnih oseb z 19 na 25 odstotkov leta 2023 je ta še vedno nižja od stopnje v največjih gospodarstvih v EU. Brexit je negativno vplival na trgovinske pogoje Združenega kraljestva, zlasti zaradi zmanjšanja tujih neposrednih naložb in znatne depreciacije britanskega funta. Trgovinske ovire z EU in tekoča pogajanja o severnoirskem protokolu so zmanjšali privlačnost trgovine z EU, hkrati pa okrepili trgovino zunaj EU, na primer s Kitajsko. Trg dela ohranja prožnost, vendar je po Brexitu veliko pomanjkanje delovne sile zmanjšalo privlačnost Združenega kraljestva (Allianz, 2022).

#### 4.1.3 Analiza sociokulturnega okolja

V sredini leta 2021 je bilo v Združenem kraljestvu število prebivalcev ocenjeno na 67,0 milijona, kar pomeni 3,7 milijona prebivalcev (5,9 odstotka) več v primerjavi s številom prebivalcev glede na popis, izveden v sredini leta 2011 (Office for National Statistics, 2022). BDP na prebivalca v Združenem kraljestvu je leta 2022 znašal 47.232,27 ameriških dolarjev (The World Bank, brez datuma c).

Glede informacij o nosečnostih, rojstvih in smrtih v Združenem kraljestvu Urad za nacionalno statistiko nudi informacije za Anglijo in Wales, ki so povzeti po najnovejših podatkih v tem pisnem izdelku.

Leta 2021 je bilo v Angliji in Walesu skupno 824.983 nosečnosti med ženskami vseh starostnih skupin, kar pomeni prvo povečano število nosečnosti v zadnjih šestih letih. Stopnja spočetja pri ženskah, mlajših od 18 let, se je v Angliji in Walesu od leta 2011 zmanjšala za več kot polovico, in sicer s 30,9 spočetja na 1000 žensk iste starosti na 13,2 na 1000 v letu 2021. Podatek, da se je število nosečnosti v Angliji in Walesu prvič po letu 2015 povečalo in doseglo rekordno raven med ženskami, starimi od 30 do 34 let, kaže, da so na vedenje posameznikov verjetno vplivale zapore in omejitve, uvedene med pandemijo COVID-19 (Office for National Statistics, 2023c).

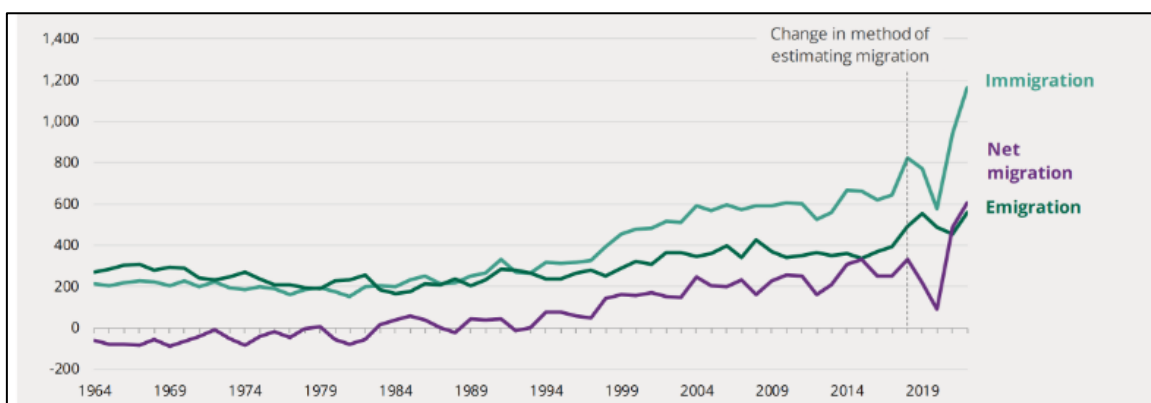
Leta 2021 se je povprečna starost porodnic v Angliji in Walesu zvišala na 30,9 leta, povprečna starost očetov pa je ostala 33,7 leta. Najvišjo stopnjo mrtvorojenih otrok so imele ženske, stare 40 let in več. Najvišjo stopnjo mrtvorojenosti so imeli dojenčki iz črnske etnične skupine, in sicer 6,9 mrtvorojenega otroka na 1000 rojstev v letu 2021. Skupni odstotek prezgodaj rojenih živih otrok se je nekoliko povečal, in sicer s 7,4 leta 2020 na 7,6 odstotka leta 2021, vendar je bil nižji od 7,8 odstotka, zabeleženega leta 2019. Leta 2021 je

bilo od 624.828 živorojenih otrok 320.713 (51,3 odstotka) registriranih ženskam zunaj zakonske zveze ali partnerske skupnosti (Office for National Statistics, 2023b).

Leta 2021 je bilo v Angliji in Walesu registriranih 586.334 smrti, kar je 3,6 odstotka manj kot leta 2020 (607.922 smrti). Število moških smrti je leta 2020 enako kot 2021 preseglo število ženskih smrti, kar se je zgodilo šele drugič po letu 1981. Prilagojene za velikost in starostno strukturo prebivalstva so starostno standardizirane stopnje umrljivosti v Angliji in Walesu pokazale znatno zmanjšanje za 3,2 odstotka pri moških in ženskah. Podobno kot leta 2020 je bil tudi leta 2021 glavni vzrok smrti v Angliji in Walesu COVID-19, ki je povzročil 67.350 smrti (11,5 odstotka vseh smrti) (Office for National Statistics, 2023d).

Kot kaže slika 6, se od leta 1994 v Združeno kraljestvo stalno priseljuje več ljudi, kot se jih iz njega izseli. Med pandemijo COVID-19 pa se je priseljevanje v primerjavi s prejšnjimi leti precej zmanjšalo. Pandemija je tudi ovirala postopek zbiranja statističnih podatkov o selitvah, kar je v podatke iz tega obdobja vneslo večjo negotovost (Sturge, 2023).

*Slika 6: Ocene mednarodnih migracij v Združenem kraljestvu od 1964 do 2022*



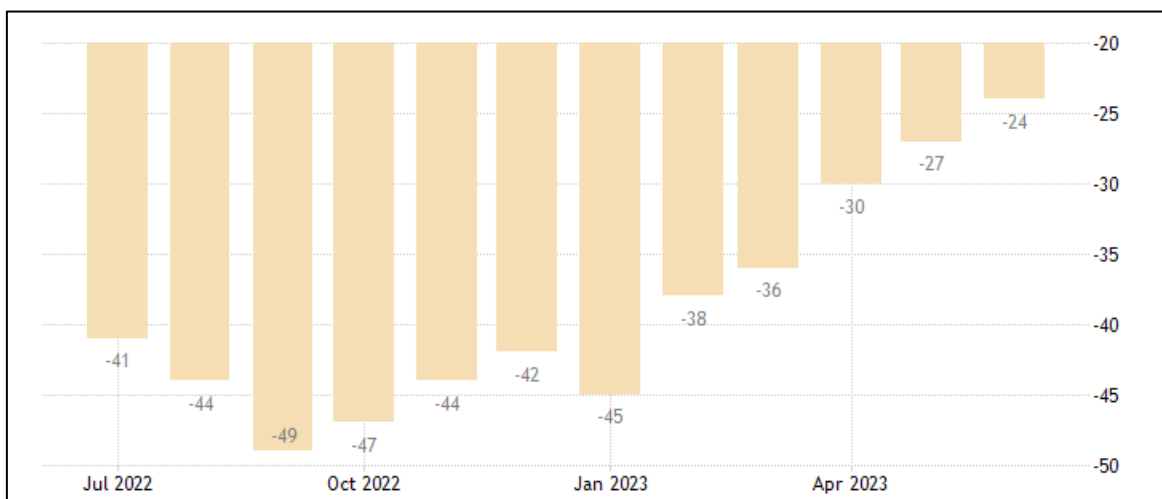
*Vir: Sturge (2023).*

Pretresljivi globalni dogodki so leta 2022 skupaj s sprostitvijo omejitev po pandemiji COVID-19 povzročili rekordno število mednarodnih priseljencev v Združenem kraljestvu. Glavni dejavniki, ki so spodbudili povečanje priseljevanja, so predstavljal posamezniki iz držav zunaj EU, ki so prihajali zaradi zaposlitve, izobraževanja in iz humanitarnih razlogov. Ocenjena skupna dolgoročna imigracija za leto 2022 je znašala približno 1,2 milijona, medtem ko je emigracija znašala 557.000, kar je povzročilo neto migracijo v višini 606.000, ki je prispevala k rasti prebivalstva. Večino prihodov leta 2022 so predstavljal državljani držav nečlanic EU (925.000), sledili pa so jim državljani EU (151.000) in Velike Britanije (88.000), pri čemer se zadnje nanaša na notranje migracije v Združenem kraljestvu. Priseljevanje je bilo zaznamovano tudi z edinstvenimi okoliščinami, ki so spodbudile priliv iz Ukrajine in Hongkonga. Vendar se je rast v zadnjih četrletjih upočasnila, kar bi lahko kazalo na začasno naravo omenjenih okoliščin (Office for National Statistics, 2023j).

Na podlagi popisa veroizpovedi iz leta 2021, na katerega se je odzvalo približno 94 odstotkov vprašanih, je bila verska pripadnost v Angliji in Walesu naslednja: 46 odstotkov posameznikov se je opredelilo za kristjane, 37 odstotkov jih je navedlo, da nimajo verske pripadnosti, 6 odstotkov se jih je opredelilo za muslimane, 2 odstotka pa za hindujce. Poleg tega se je približno 2 odstotka anketirancev opredelilo za budiste, sikhe, jude ali pripadnike drugih verskih skupin (Zayed, 2023).

Kazalnik zaupanja potrošnikov (angl. Consumer Confidence Index – CCI) organizacije Growth from Knowledge (GfK) v Združenem kraljestvu se je junija 2023 izboljšal in dosegel -24 v primerjavi z -27 maja, kot je razvidno iz slike 7. To je že peti zaporedni mesec izboljšanja, kar kaže, da so britanska gospodinjstva postala bolj optimistična glede svojega finančnega položaja in prihodnjega stanja gospodarstva, kljub izzivom, kot sta vztrajna inflacija in naraščajoče obrestne mere (Growth from Knowledge, 2023).

*Slika 7: Ocena CCI v Združenem kraljestvu od julija 2022 do junija 2023*



*Vir: Trading Economics (2023b).*

Glede na sliko 8 se je razpoložljivi osebni dohodek v Združenem kraljestvu s 362,869 milijonov funtov v četrtem četrtletju leta 2022 zmanjšal na 360,224 milijonov funtov v prvem četrtletju leta 2023 (Trading Economics, 2023e).

Slika 8: Razpoložljivi osebni dohodek v Združenem kraljestvu v od 2014 do Q1 2023

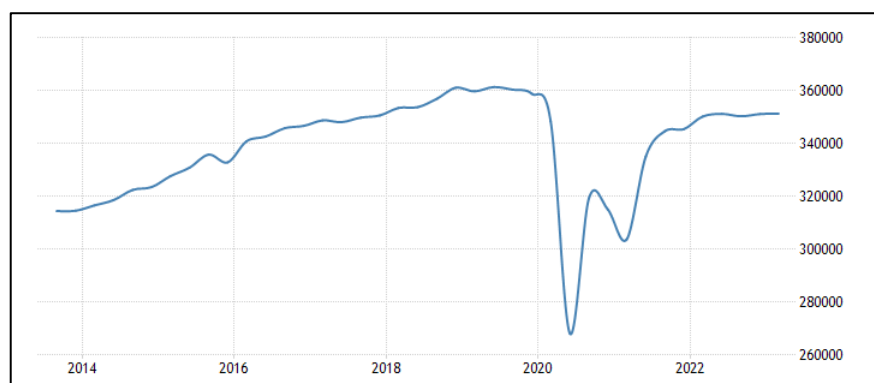


Vir: Trading Economics (2023e).

Po ocenah raziskave o financah gospodinjstev, ki jo je opravil Urad za nacionalno statistiko, je mediana razpoložljivega dohodka gospodinjstev v Združenem kraljestvu v proračunskem letu, ki se je končalo leta 2022, znašala 32.300 funtov. To pomeni 0,6-odstotno zmanjšanje v primerjavi z letom 2021. Pomembno je opozoriti, da so na ocene dohodka za proračunsko leto 2021 in proračunsko leto 2022 vplivali pandemija COVID-19 in različni ukrepi finančne podpore, ki so se izvajali za ublažitev morebitnih finančnih pritiskov (Office for National Statistics, 2023a).

Kakor je razvidno iz slike 9, pa se je potrošniška poraba v Združenem kraljestvu v prvem četrtletju leta 2023 povečala na 351,235 milijona funtov v primerjavi s četrtim četrtletjem leta 2022, ko je znašala 351,058 milijona funtov (Trading Economics, 2023c). Povprečna tedenska poraba gospodinjstev je v proračunskem letu 2022 znašala 528,80 funta, kar je nominalno za 47,30 funta (10 odstotkov) več kot v proračunskem letu 2021. Vendar je še vedno ostala 59,10 funta (10 odstotkov) pod ravniyo porabe v proračunskem letu 2020, pred začetkom pandemije COVID-19 (Office for National Statistics, 2023g).

Slika 9: Potrošniška poraba v Združenem kraljestvu od 2014 do Q1 2023



Vir: Trading Economics (2023c).

Združeno kraljestvo ima tudi enega izmed največjih javnih zdravstvenih sistemov na svetu, ki oskrbi okoli milijon pacientov vsakih 36 ur. Nacionalna zdravstvena služba (angl. National Health Service – NHS) je univerzalni zdravstveni sistem v Združenem kraljestvu, ki zajema vse vidike zdravstvenega varstva v državi. Mednarodno ji je priznано, da zagotavlja visok standard zdravstvene oskrbe, kar dokazuje njeno 10. mesto na Svetovnem indeksu zdravstvenih inovacij iz leta 2021 (angl. World Index of Healthcare Innovation 2021). V različnih regijah Združenega kraljestva namreč zagotavlja standardizirane stroške zdravstvene oskrbe, pri čemer so številne storitve brezplačne, vključno z zdravili na recept za bolnike v bolnišnicah. Poleg tega ponuja znatne subvencije za različne zdravstvene pripomočke, kot so opornice za noge ali lasulje za bolnike z rakom. Glavna kritika britanskega zdravstvenega sistema pa se danes vrti okoli njegovega slabšega delovanja v primerjavi s prejšnjimi leti. Postal je znan predvsem po daljših čakalnih dobah, tako v urgentnih ambulantah kot pri naročenih terminih. Te čakalne dobe so se še podaljšale zaradi nedavnih obremenitev, vključno z neustreznim financiranjem in pomanjkanjem osebja. COVID-19 pa je čakalne dobe še poslabšal. Pojavile so se tudi kritike v zvezi z uporabo zastarele opreme in tehnologije v javnem zdravstvu, kar lahko prispeva k počasnejšemu zagotavljanju oskrbe (International Citizens Insurance, brez datuma).

V Združenem kraljestvu je izobraževalni sistem sestavljen iz petih različnih ravni: predšolska vzgoja, osnovnošolsko izobraževanje, srednješolsko izobraževanje, nadaljnje izobraževanje (angl. further education) in visokošolsko izobraževanje (angl. higher education). Izobraževanje je obvezno za vse otroke, stare od 5 do 16 let (Study in the UK, brez datuma).

Po najnovejših razpoložljivih podatkih je leta 2021 v Angliji in Walesu na rednem študiju študiralo 11,5 milijona posameznikov (20,4 odstotka) od 56,4 milijona prebivalcev, starih pet let in več. Več kot trije od desetih posameznikov v populaciji, stari 16 let in več, so imeli kvalifikacije na ravni 4 ali več, in sicer 46,7 odstotka (3,3 milijona) prebivalstva. Skoraj vsak peti posameznik (18,2 odstotka ali 8,8 milijona) pa je poročal, da nima kvalifikacij (Office for National Statistics, 2023e).

Psiholog Dr. Geert Hofstede je konec 70-ih let prejšnjega stoletja razvil model kulturnih razsežnosti, ki je od takrat postal mednarodno priznan kot standard za razumevanje kulturnih razlik. Model opredeljuje šest dimenzij, ki omogočajo razvrščanje držav na lestvici od 0 do 100. Te dimenzije vključujejo razdaljo moči, individualizem, moškost, izogibanje negotovosti, dolgoročno usmerjenost in popustljivost (Toppan Digital Language, brez datuma).

Kar zadeva kulturne značilnosti, je Združeno kraljestvo pri razdalji moči doseglo nizek rezultat 35 točk, kar kaže na prepričanje prebivalcev, da je treba družbene neenakosti čim bolj zmanjšati. Nasprotno pa se Združeno kraljestvo z 89 točkami uvršča med države z najvišjim vrednotenjem individualnosti pred kolektivno identiteto. Ljudje v Združenem

kraljestvu kot individualistični družbi dajejo prednost skrbi zase in blaginji svojih ožjih družin, manj pa vlagajo v širšo družbo ali svoje skupnosti (Hofstede Insights, brez datuma; Toppan Digital Language, brez datuma).

Poleg tega Združeno kraljestvo z rezultatom 66 velja za moško družbo, ki poudarja usmerjenost k uspehu in ambicioznost. Po drugi strani pa kaže nizko stopnjo izogibanja negotovosti (35 točk), kar kaže na to, da prebivalce ne ovira pomanjkanje informacij o njihovi prihodnosti. V smislu delovnih praks se ta kulturna značilnost kaže v minimalnem načrtovanju oz. pripravljanju za opravljanje delovnih nalog, kar omogoča prožnost in prilagodljivost na spreminjajoče se okoliščine (Hofstede Insights, brez datuma; Toppan Digital Language, brez datuma).

Glede časovne usmerjenosti je Združeno kraljestvo prejelo nevtralno oceno 51, kar kaže na kulturno dvoumnost glede dajanja prednosti tradiciji in odprtosti za družbene spremembe. Nazadnje je britanska kultura z visoko oceno 69 uvrščena med popustljive, kar kaže na nagnjenost k šibkemu nadzoru impulzov in nagnjenost k uresničevanju želja. V tej družbi je torej bolj družbeno sprejemljivo ravnati po lastni volji, cenjena pa sta prosti čas in svoboda izražanja (Hofstede Insights, brez datuma; Toppan Digital Language, brez datuma).

Glede na raziskavo socialne mobilnosti leta 2021 se približno polovica britanske javnosti (48 odstotkov) opredeljuje za delavski razred, 36 odstotkov za srednji razred in nihče za višji razred. Med posamezniki, starimi od 50 do 64 let, se večina (54 odstotkov) šteje za delavski razred. 79 odstotkov odraslih meni, da je v Veliki Britaniji med družbenimi razredi velik razkorak, 11 odstotkov pa jih meni, da je razkorak majhen. Zlasti prebivalci Škotske in Severne Irske pogosteje zaznavajo velik razredni razkorak (Social Mobility Commission, 2021).

Glede socialne mobilnosti, 39 odstotkov britanske javnosti meni, da je posameznikom iz manj privilegiranih okolij vse težje napredovati v britanski družbi. Poleg tega 56 odstotkov odraslih Britancev meni, da je izbruh COVID-19 povečal družbene neenakosti v Veliki Britaniji. Večina (55 odstotkov) tudi meni, da je pandemija najbolj vplivala na duševno zdravje, 44 odstotkov jih navaja pomanjkanje socialnih stikov, 26 odstotkov pa omejene možnosti za zaposlitev. Skoraj polovica (47 odstotkov) odraslih prebivalcev Združenega kraljestva meni, da bi morale biti zaposlitvene možnosti glavna prednostna naloga vlade med okrevanjem države po pandemiji. Med drugimi prednostnimi nalogami sta poudarjena tudi duševno zdravje (46 odstotkov) in izobraževanje (33 odstotkov) (Social Mobility Commission, 2021).

Kar zadeva vedenje potrošnikov, ima skoraj polovica potrošnikov v Združenem kraljestvu negativno mnenje o gospodarskih pričakovanjih svoje države. Čeprav se je splošni pesimizem glede okrevanja gospodarstva od septembra 2022 zmanjšal, je še vedno višji kot v obdobjih pandemije. Odstotek ljudi, ki izražajo pesimizem, je zdaj več kot dvakrat višji od



odstotka, zabeleženega oktobra 2021. Glavna skrb potrošnikov v Združenem kraljestvu je povezana z naraščajočimi cenami blaga in storitev. Kar 81 odstotkov potrošnikov je zaradi naraščajočih cen hrane, bencina in drugih osnovnih življenjskih potrebščin spremenilo nakupovalne navade, pri čemer jih je večina povečala nakupe v diskontih (McKinsey & Company, 2022).

Poleg tega lahko pri preučevanju nakupnih navad in vedenja potrošnikov v Združenem kraljestvu opazimo naslednje trende. Prvič, kar 65 odstotkov kupcev v Združenem kraljestvu se opredeljuje kot zveste stranke, ki raje obiskujejo že znane trgovce, s katerimi že imajo predhodne izkušnje. Drugič, trije od desetih britanskih potrošnikov menijo, da hitra in zanesljiva dostava močno vpliva na njihovo izbiro trgovca. Tretjič, britanski kupci so precej nagnjeni k raziskovanju izdelkov, kot so elektronika, naprave in oblačila, na spletu, namesto da bi obiskali fizične trgovine (Brand, brez datuma). Cena igra ključno vlogo pri odločanju 59 odstotkov britanskih kupcev, zaradi česar pogosto uporabljajo platforme za primerjavo cen. Amazon je najpomembnejše spletno tržišče, saj 86 odstotkov Britancev nakupuje na tej platformi (Wordbank, brez datuma). Toda, čeprav je spletno nakupovanje v porastu, približno 40 odstotkov kupcev v določeni fazi nakupne poti še vedno uporablja fizične trgovine (Brand, brez datuma).

Družbeni mediji prav tako pomembno vplivajo na različne faze nakupne poti strank, tudi v Združenem kraljestvu. Zlasti med milenijci, ki predstavljajo 25 odstotkov celotnega prebivalstva Združenega kraljestva, je uporaba družbenih medijev petkrat večja v primerjavi s starejšimi starostnimi skupinami (Brand, brez datuma). Potrošniki v Združenem kraljestvu se običajno pozitivno odzivajo na oglaševalske kampanje v družbenih medijih, ki v 40-ih odstotkih vodijo k povečanju prodaje (Wordbank, brez datuma).

#### 4.1.4 Analiza tehnološkega okolja

Digitalni sektor v Združenem kraljestvu je v letu 2019 znatno prispeval h gospodarstvu v višini približno 151 milijard funtov in je predstavljal 9 odstotkov celotne delovne sile v državi. Sektor je v zadnjih letih doživel precejšnjo rast, saj je njegova širitev od leta 2015 (ob upoštevanju inflacije) skoraj trikrat večja od širitve celotnega gospodarstva Združenega kraljestva (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2022).

Napredek Združenega kraljestva v tem sektorju je mogoče pripisati njegovim prednostim na več ključnih področjih. Prvič, Združeno kraljestvo ima zelo razvito digitalno infrastrukturo, saj se je pokritost z visokohitrostnimi širokopasovnimi povezavami povečala z 58 odstotkov nepremičninskih objektov v Združenem kraljestvu leta 2011 na več kot 97 odstotkov v preteklem letu. Pomemben napredek je doživela tudi razpoložljivost širokopasovnih povezav z gigabitno zmogljivostjo, do katerih ima zdaj dostop več kot 67 odstotkov objektov v Združenem kraljestvu, kar je napredek v primerjavi z zgolj 8-odstotno pokritostjo julija 2019. Drugič, Združeno kraljestvo je največji evropski trg podatkovnih storitev. Njegovo

podatkovno gospodarstvo se je v letu 2010 širilo dvakrat hitreje kot preostalo gospodarstvo in leta 2020 prispevalo približno 4 odstotke k BDP države. V absolutnem smislu ima podatkovno gospodarstvo Združenega kraljestva največji vpliv med vsemi evropskimi državami, saj je po ocenah leta 2021 znašalo skoraj 125 milijard funtov. Ta znesek je več kot dvakrat višji od francoskega, približuje pa se mu le Nemčija. Leta 2020 pa je digitalni sektor v Združenem kraljestvu zaposloval približno 1,7 milijona posameznikov, kar pomeni 31,5-odstotno povečanje od leta 2011 (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2022).

Poleg tega je bilo v Združenem kraljestvu v letu 2020 vsakih 30 minut ustanovljeno novo tehnološko podjetje. Leta 2021 se je Združeno kraljestvo ponašalo s skupno 114 »samorogi« (tj. podjetji, katerih vrednost presega 1 milijardo dolarjev), s čimer je preseglo skupno število Francije in Nemčije. Naložbe kapitala v tehnološki sektor v Združenem kraljestvu so doživele precejšnjo rast, leta 2021 so bile 2,3-krat višje kot leta 2020. Bile so tudi dvakrat višje kot v Nemčiji in trikrat višje kot v Franciji (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2022).

Prav tako je Združeno kraljestvo (za ZDA in Kitajsko) tretje največje svetovno središče za podjetja s področja umetne inteligence. Znana podjetja, kot so Graphcore, Darktrace in BenevolentAI, imajo sedež v Združenem kraljestvu, zaradi česar je to druga najbolj zaželeno globalna destinacija za raziskovalce umetne inteligence, takoj za ZDA. Združeno kraljestvo se ponaša tudi z najnižjo stopnjo davka od dohodkov pravnih oseb med državami G7 in je v poročilu Svetovnega gospodarskega foruma o globalni konkurenčnosti na devetem mestu (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2022). Zagotovilo si je tudi četrto mesto na harvardskem Nacionalnem indeksu kibernetične moči 2022 (angl. 2022 National Cyber Power Index – NCPI), v katerem je 30 držav razvrščenih glede na njihovo sposobnost in namen uporabe kibernetične moči (Sivesind, 2022). Britanski sektor kibernetične varnosti je vreden več kot 10 milijard funtov in izkazuje rast, ki jo podpira izvoz v skupni vrednosti 4,2 milijarde funtov (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2022).

Nadalje, po ocenah, pridobljenih v okviru vladne pobude, imenovane Digitalna strategija (angl. Digital Strategy), ki predstavlja ambicije britanske vlade za izboljšanje svoje digitalne politike, bi lahko naložbe v digitalno gospodarstvo in njegova krepitev do leta 2025 povečale letno BDV britanskega tehnološkega sektorja za dodatne 41,5 milijarde funtov. Poleg tega bi ta prizadevanja lahko privedla do ustvarjanja približno 678.000 dodatnih delovnih mest (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2022).

Če upoštevamo tako izdatke za raziskave in razvoj (angl. Research and Development – R&D) kot dejavnosti prenosa znanja, so skupni neto izdatki vlade Združenega kraljestva za raziskave in razvoj leta 2021 znašali 14,7 milijarde funtov, kar kaže na 5,1-odstotno zmanjšanje v primerjavi z ocenjeno vrednostjo 15,5 milijarde funtov leta 2020. Največji delež neto izdatkov za raziskave in razvoj ter dejavnosti prenosa znanja v letu 2021 je prispevala Agencija za raziskave in inovacije v Združenem kraljestvu (angl. UK Research

and Innovation – UKRI), ki jo sestavlja sedem raziskovalnih svetov Združenega kraljestva, in sicer 5,7 milijarde funtov, kar predstavlja 39 odstotkov vseh izdatkov. Po drugi strani so izdatki za raziskave in razvoj na področju obrambe leta 2021 dosegli 1,8 milijarde funtov, kar je znatno povečanje za 768 milijonov funtov (72 odstotkov) v primerjavi z vrednostjo 1,1 milijarde funtov leta 2020. Glede na stalne ocene, prilagojene za inflacijo, pa dolgoročni trend kaže znatno povečanje skupnih civilnih neto izdatkov za dejavnosti raziskave in razvoja ter prenosa znanja, in sicer za 26,7 odstotka oz. z 9,8 milijarde leta 2010 na 12,5 milijarde funtov leta 2021 (Office for National Statistics, 2023k).

Digitalno poročilo iz leta 2023 vsebuje tudi najnovejše informacije o uporabi digitalnih naprav in storitev med posamezniki v Združenem kraljestvu. V začetku leta 2023 je število uporabnikov interneta v Združenem kraljestvu doseglo 66,11 milijona, kar pomeni 97,8-odstotno stopnjo razširjenosti interneta. Prav tako je bilo januarja 2023 v Združenem kraljestvu 57,10 milijona uporabnikov družbenih medijev, kar je predstavljalo 84,4 odstotka celotnega prebivalstva, in 87,66 milijona aktivnih mobilnih povezav, kar je predstavljalo 129,6 odstotka celotnega prebivalstva (Kemp, 2023).

Združeno kraljestvo je prav tako ena od najbolj inovativnih držav na svetu, saj je v svetovnem indeksu inovacij 2019 (angl. Global Innovation Index 2019), ki vsebuje podatke o inovacijski uspešnosti 129 držav in gospodarstev po vsem svetu, uvrščeno med prvih pet držav. Velike mednarodne korporacije, kot so Google, Facebook, Amazon in Coca Cola, so ga izbrale za svoj evropski sedež. Pravzaprav več kot polovico izdatkov za raziskave in razvoj v Združenem kraljestvu prispevajo podjetja v tuji lasti. Razlogov za to je več (Department for Business & Trade, brez datuma d).

Prvič, v državi domujejo štiri od desetih najboljših univerz na svetu, in sicer Oxford, Cambridge, University College London in Imperial College London, zaradi katerih je Združeno kraljestvo privlačna destinacija za inovativna podjetja, ki želijo izkoristiti strokovno znanje in napredno tehnologijo, ki je na voljo v teh akademskih ustanovah. Drugič, Združeno kraljestvo zagotavlja znatno finančno podporo in davčne ugodnosti za spodbujanje inovacij. Tretjič, Velika Britanija ima zelo dobro zaščito intelektualne lastnine, ki je na britanskih tleh prinesla 78 Nobelovih nagradencev iz znanstvenih disciplin, kar je drugo mesto za ZDA. Združeno Kraljestvo se ponaša tudi z najboljšimi širokopasovnimi storitvami med vsemi večjimi evropskimi gospodarstvi in je uvrščeno na 12. mesto na lestvici indeksa omrežne pripravljenosti 2022 (angl. Networked Readiness Index 2022), ki ocenjuje sposobnost države, da uporabi informacijsko in komunikacijsko tehnologijo za spodbujanje gospodarske rasti in blaginje (Department for Business & Trade, brez datuma). Združeno kraljestvo ima prav tako eno najbolj razvitih urbanih infrastruktur v Evropi, saj poseduje drugo največje mestno železniško omrežje v Evropi in je s približno 120 pristanišči ena najpomembnejših evropskih trgovskih držav (Department for Business & Trade, brez datuma c).

Poleg tega si britanska vlada dejavno prizadeva za vzpostavitev prostih pristanišč po vsej državi. Januarja 2023 je oznanila ustanovitev dveh novih zelenih prostih pristanišč (angl. Green Freeports) na Škotskem, katerima je namenila do 52 milijonov funtov finančne podore. Ta pristanišča podjetjem zagotavljajo ugodne davčne in carinske ugodnosti ter celovito pomoč vlade Združenega kraljestva za spodbujanje trgovine in inovacij (Department for Business & Trade, brez datuma b).

Nenazadnje pa je Združeno kraljestvo postalo tudi najbolj privlačen trg za naložbe v okolju prijazne energije v Evropi. Vlada Združenega kraljestva je prvo večje gospodarstvo, ki se je zakonsko zavezalo, da bo do leta 2050 doseglo ničelne neto emisije toplogrednih plinov. Ta zaveza je privedla do znatnega povečanja naložb v energetske projekte, pri čemer je energetska industrija leta 2020 prejela 26,4-odstotni delež vseh industrijskih naložb, kar je znašalo 15 milijard funtov. Poleg tega je vlada leta 2022 predstavila strategijo energetske varnosti (angl. Energy security strategy) z ambicioznim ciljem zagotoviti, da bo do leta 2030 95 odstotkov električne energije v Veliki Britaniji izviralo iz nizkoogljičnih energijskih virov (Department for Business & Trade, brez datuma).

## **4.2 Analiza panožnega okolja**

### **4.2.1 Analiza panoge**

Konoplja se že več tisoč let uporablja v različnih civilizacijah po vsem svetu za različne namene, npr. hrana, oblačila, zdravila, verski obredi in rekreacija. Medicinska uporaba konoplje sega že v obdobje 2700 let pred našim štetjem, ko je cesar Shen Nung, znan kot »oče kitajske medicine«, predpisoval konopljin čaj za bolezni, kot so protin, revmatizem, malarija in motnje spomina. Gojenje konoplje pa naj bi po podatkih raznih raziskav segalo že v čas zadnje ledene dobe. V začetku 18. stoletja je konoplja postala tudi pogosta sestavina številnih medicinskih pripravkov, leta 1841 pa je William O'Shaughnessy, irski zdravnik, znan po svojem obsežnem znanstvenem delu na področju farmakologije, kemije in izumov, povezanih s telegrafijo, njene zdravilne lastnosti predstavil tudi zahodni družbi. Zatem so zahodni zdravniki začeli predpisovati konopljo za različna zdravstvena stanja. Žal je v 19. stoletju temu botrovala tudi uporaba morfija, zdravila, ki povzroča veliko odvisnost in je lahko smrtno nevarno (Kloris, 2023; Mission C, brez datuma).

ZDA so zato ukrepale in leta 1906 sprejele Zakon o čistih živilih in zdravilih (angl. Pure Food and Drug Act). Šele leta 1914 pa je bilo uživanje drog prvič uradno prepovedano kot kaznivo dejanje, čeprav je bila konoplja v ZDA še naprej dovoljena v medicinske in industrijske namene. Tudi Združeno kraljestvo je sledilo temu zgledu in leta 1928 kriminaliziralo rekreativno uporabo konoplje. Kljub temu je uživanje konoplje tako v ZDA kot v Združenem kraljestvu močno naraslo v 60-ih letih prejšnjega stoletja zaradi vzpona protivojnega gibanja in hipi kontrakulture. Takratni predsednik Richard Nixon je posledično

sprožil »vojno proti drogam« in v skladu z Zakonom o nadzorovanih snoveh iz leta 1971 (angl. Controlled Substances Act 1971) uvrstil konopljo kot drogo, ki spada na Seznam 1, razred B ZN konvencij o nadzoru nad drogami, pri čemer je navedel, da konoplja nima zdravilnih ali terapevtskih vrednosti. Tudi Združeno kraljestvo je sledilo zgledu ZDA in istega leta sprejelo Zakon o zlorabi drog 1971 (angl. Misuse of Drugs Act 1971 – MDA 1971). Podobno kot ameriška politika na področju drog je tudi ta zakon za uporabo in posedovanje konoplje uvedel stroge kazni, vključno z visokimi globami in zapornimi kaznimi (Kloris, 2023; Mission C, brez datuma).

V času, ko so mediji širili propagando proti gojenju in uporabi konoplje, pa so se pojavili tudi pomembni znanstveni napredki. Leta 1942 je ameriški kemik Roger Adams uspešno identificiral in izoliral CBD, kmalu zatem pa še THC. Pravo razumevanje, kako CBD in THC delujeta na človeško telo, pa se je pojavilo z odkritjem endokanabinoidnega sistema. Odkril ga je Dr. Raphael Mechoulam, ki je danes znan kot vodilna osebnost na področju raziskav CBD. Ta sistem kot del človeškega organizma ima vlogo pri uravnavanju razpoloženja, spanja, imunskega sistema, lakote in drugih fizioloških procesov. Njegovo odkritje je zagotovilo konkretne znanstvene dokaze, da kanabinoidi vzajemno delujejo s tem sistemom in imajo potencial za lajšanje različnih obolenj. Zaradi nadaljnjih raziskav na področju epilepsije, obvladovanja bolečin in motenj razpoloženja se je tako javno mnenje začelo spreminjati – ljudje so začeli prepoznavati terapevtske koristi konoplje (Kloris, 2023; Mission C, brez datuma).

Posledično je leta 1996 Kalifornija ponovno zakonsko dovolila medicinsko konopljo, v naslednjem desetletju pa so ji sledile številne druge države. Vse več držav je tudi omililo svoje predpise o konoplji, kar je omogočilo nadaljnje raziskovanje rastline in razumevanje učinkov CBD na človeško telo. Vendar so predpisi v zvezi s CBD in uporabo konoplje v Združenem kraljestvu ostali še vedno strogi (Kloris, 2023), kot je podrobneje opisano v naslednjem razdelku.

Ne glede na to, ali so v neki državi regulacije stroge ali ne, danes globalni trg ponuja široko paleto CBD izdelkov vključno z olji, kapsulami, prehrabnimi dodatki, kremami in žvečilnimi gumiji. Povpraševanje po CBD izdelkih na trgu je v zadnjih letih namreč doživelo velik porast zaradi vse večjega navdušenja potrošnikov nad dobrim počutjem in zdravim načinom življenja (Beioley in Nillson, 2022; Shepherd, 2022).

CBD izdelki so na trgu na voljo v treh različnih stopnjah koncentracije: izolati CBD, CBD polnega spektra in CBD širokega spektra (Arrowsmith, 2022). Izolat CBD se nanaša na čisti CBD brez drugih spojin iz rastline konoplje. V nasprotju s tem pa izdelki CBD s polnim in širokim spektrom vsebujejo dodatne naravno prisotne spojine iz rastline konoplje. Glavna razlika je v vrstah prisotnih spojin. Če izdelek CBD vsebuje različne naravne izvlečke iz rastline konoplje, kot so terpeni in drugi kanabinoidi, vključno z nizko vsebnostjo THC, se šteje za izdelek CBD polnega spektra. Po drugi strani pa širokospektralni CBD prav tako

vsebuje več spojin rastline konoplje, vendar običajno ne vsebuje THC (Coelho in drugi, 2023).

Glede na poročilo, ki ga je pripravilo Združenje za kanabinoidno industrijo (angl. Association for the Cannabinoid Industry), je industrija CBD v Združenem kraljestvu leta 2021 realizirala prodajo v višini približno 690 milijonov funtov. Ta številka kaže, da sektor CBD presega skupno vrednost sektorjev vitamina C in D, do leta 2025 pa naj bi dosegel skoraj 1 milijardo funtov. Združeno kraljestvo trenutno zaseda položaj drugega največjega svetovnega trga CBD, pri čemer zaostaja le za ZDA (Delaney, 2022a; Shepherd, 2022).

Prodaja CBD izdelkov je v Združenem kraljestvu najbolj narasla na vrhuncu pandemije COVID-19. V drugi polovici leta 2021 so britanski potrošniki v primerjavi s časom pred pandemijo porabili za 15 odstotkov več za nakupe CBD, čeprav z manj pogostimi nakupi (Delaney, 2022a, 2022c).

Britanski potrošniki kupujejo CBD izdelke predvsem na spletu. Spletna prodaja je bila do konca leta 2021 za 30 odstotkov višja v primerjavi z 2020, kar ni presenetljivo glede na omejitve, s katerimi so se tekom pandemije srečevale fizične trgovine. Kar zadeva demografske značilnosti potrošnikov, pa podatki razkrivajo, da večina prodaje, kar 52 odstotkov, prihaja iz gospodinjstev, v katerih so se odrasli otroci že odselili. To skupino še posebej privlačijo darilni kompleti in zeliščni dodatki z vsebnostjo CBD. Po drugi strani pa gospodinjstva, ki (še) nimajo otrok, kažejo zanimanje za prehranska dopolnila in kozmetiko z vsebnostjo CBD, in predstavljajo le 20 odstotkov prodaje (Delaney, 2022c).

Junija naslednjega leta (2022) je Center za medicinsko konopljo (angl. Centre for Medicinal Cannabis) izvedel še obsežno javnomnenjsko raziskavo med odraslimi Britanci, da bi pridobil reprezentativne podatke odnosa javnosti do CBD izdelkov. Glede na raziskavo je skoraj vsak šesti anketiranec (16 odstotkov) uporabil CBD izdelek za medicinske namene. Mlajši posamezniki, natančneje tisti, stari od 18 do 34 let, so bistveno pogosteje uporabljali te izdelke. Poleg tega sta bili skoraj dve tretjini vprašanih že pred sodelovanjem v anketi seznanjeni z izdelki CBD, pri čemer so ženske na splošno izkazovale višjo stopnjo ozaveščenosti v primerjavi z moškimi. Najvišje ravni ozaveščenosti so bile opažene med posamezniki, starimi od 25 do 34 let (80 odstotkov) in od 35 do 44 let (77 odstotkov), kar kaže na znatno stopnjo prodora na potrošniški trg (Hodges in drugi, 2022, str. 49–50).

Na vse večjo priljubljenost CBD so se odzvali ugledni spletni trgovci in uveljavljene fizične trgovine. Eden najbolj znanih primerov je Holland & Barrett, ki v svojih 715 fizičnih trgovinah in spletni trgovini ponuja več kot 70 izdelkov CBD. Med veleblagovnicami izstopa Tesco s svojo ponudbo izdelkov za dobro počutje, obogatenih s kanabinoidi, saj prodaja 25 različnih izdelkov. Tudi spletna velikana Amazon in eBay sta v svoj portfelj vključila izdelke CBD (Delaney, 2022a).

#### 4.2.2 Regulacija CBD izdelkov v Združenem kraljestvu

V Združenem kraljestvu CBD izdelke regulirajo Ministrstvo za notranje zadeve (angl. Home Office), Agencija za regulacijo zdravil in zdravstvenih izdelkov (angl. Medicines and Healthcare Regulatory Agency, v nadaljevanju MHRA) ter Agencija za prehranske standarde (angl. Food Standards Agency, v nadaljevanju FSA) oziroma enakovredni uradi za varstvo živil na Škotskem in Severnem Irskem (McGregor in drugi, 2020; Pineda Ereño, 2021). Regulacija CBD izdelkov je podrobno predstavljena v prilogi 2.

#### 4.2.3 Analiza konkurentov

Med vodilnimi podjetji CBD izdelkov v Združenem kraljestvu so: Vibes CBD, Blessed CBD, Dreem Distillery, Excite CBD, Hempura in The Good Level (NutraHolistics, 2023). Vsako od njih je na kratko opisano v prilogi 3.

#### 4.2.4 Porterjev model petih silnic

Porterjev model petih silnic je eden izmed načinov analize konkurence ter obenem orodje za razumevanje položaja podjetja znotraj določene panoge. Model petih silnic, ki ga je leta 1979 razvil Michael E. Porter s Harvardske poslovne šole, obravnava pet dejavnikov, ki splošno določajo dobičkonosnost oziroma uspešnost podjetja v primerjavi z drugimi podjetji v panogi (Martin, 2023).

Porter je zasnoval teorijo, da je razumevanje konkurenčnih sil in celotne strukture panoge ključnega pomena za učinkovito strateško odločanje in razvoj prepričljive konkurenčne strategije za prihodnost. Obravnavani model, kot že rečeno, zajema pet sil, ki oblikujejo konkurenco v panogi, in sicer: (1) pogajalska moč potrošnikov, (2) pogajalska moč dobaviteljev, (3) nevarnost nastopa substitutov, (4) nevarnost vstopa novih podjetij in (5) rivalstvo med obstoječimi konkurenti (Martin, 2023).

##### 4.2.4.1 Pogajalska moč potrošnikov

Obravnavana sila preučuje pogajalsko moč potrošnikov ter njihov vpliv na oblikovanje cen in kakovost. Potrošniki imajo moč, kadar jih je manj, prodajalcev pa je veliko in jih je lahko nadomestiti. Nasprotno pa je pogajalska moč majhna, kadar potrošniki kupujejo izdelke v majhnih količinah in se izdelek prodajalca zelo razlikuje od izdelkov njegovih konkurentov (Martin, 2023).

Tekom tega razdelka je bilo že omenjeno, da je prodaja CBD izdelkov v Združenem kraljestvu vse prej kot zanemarljiva. Na vrhuncu pandemije COVID-19 je skokovito narasla, široka dostopnost na policah in neomejena privlačnost novega čudežnega zdraviliškega izdelka pa vse do današnjega dne spodbujata povpraševanje po CBD izdelkih na britanskem

trgu. Tako ni presenetljivo, da je trg Združenega kraljestva zdaj drugi največji trg za CBD izdelke na svetu (Delaney, 2022a).

Analize potrošniškega trga CBD kažejo, da je baza in ozaveščenost potrošnikov o CBD izdelkih zelo razširjena. Po najnovejših podatkih približno 3 milijone posameznikov v Združenem kraljestvu redno uporablja CBD izdelke, dodatnega 3,6 milijona pa je nek CBD izdelek poskusilo vsaj enkrat (British Cannabis, 2023).

Raziskava, ki jo je leta 2023 izvedla organizacija Evropure, je tudi pokazala, da so izdelki CBD na britanskem trgu zelo raznoliki, saj se trendi porabe raztezajo med različnimi družbenimi razredi in starostnimi skupinami. Študija je pokazala, da je imelo 29 odstotkov anketirancev predhodne izkušnje s CBD. Ugotovljeno je bilo tudi, da so imeli moški v primerjavi z ženskami 9-odstotno večjo verjetnost, da so že poskusili CBD. Poleg tega je raziskava pokazala, da uporaba CBD upada s starostjo, pri čemer je pri posameznikih, mlajših od 24 let, 3,5-krat večja verjetnost, da so CBD že uporabili, kot pri starejših od 55 let. Med tistimi, ki izdelkov CBD še niso poskusili, pa jih je 9 odstotkov ali približno 1 od 10 posameznikov navedlo, da so negotovi glede zakonitosti CBD v Združenem kraljestvu (McDonald, 2023).

Podatki so še pokazali, da večina uporabnikov uživa CBD tedensko, povprečni odmerek pa je 28 mg. Približno 54 odstotkov vprašanih je izdelke CBD najraje kupovalo prek spleta, za CBD produkte pa so v povprečju porabili 34,25 funta na mesec. Med potrošniki je bilo CBD olje najbolj priljubljen CBD izdelek. Glavni razlogi, ki so jih anketiranci navedli za uporabo izdelkov CBD, so bili izboljšanje spanja, obvladovanje bolečin in lajšanje tesnobe. Zanimivo je tudi, da se je 100 odstotkov vprašanih strinjalo, da bi morali biti CBD izdelki na voljo za nakup brez recepta v lekarnah (McDonald, 2023).

Iz slednjega lahko zaključimo, da so CBD izdelki med potrošniki Združenega kraljestva popularni. Potrošnikov, ki se za omenjene produkte zanimajo, je veliko, podobno je moč reči za britanski trg CBD. Zaradi relativne uravnoveženosti med velikostjo trga in povpraševanjem po (komercialnih) CBD izdelkih, je pogajalska moč kupcev srednja.

#### *4.2.4.2 Pogajalska moč dobaviteljev*

Pogajalska moč dobaviteljev analizira, kakšno moč ima dobavitelj podjetja in koliko nadzora ima nad možnostjo zvišanja cen, kar posledično zmanjšuje dobičkonosnost podjetja. Ocenjuje tudi število dobaviteljev surovin in drugih virov, ki so na voljo. Manj kot je dobaviteljev, večjo moč imajo. Podjetja so v boljšem položaju, če je dobaviteljev več (Martin, 2023).

Industrija CBD v Združenem kraljestvu je ena izmed največjih, vendar pa v večini temelji na surovinah, proizvedenih drugje in ne pridelanih na domačih tleh (Gibbs in drugi, 2019).



Večina konoplje se uvaža iz držav, kot so ZDA, Švica, Kitajska, Kanada in Francija (Shepherd, 2022; Limb, 2021).

Površine, namenjene pridelavi konoplje, so se v EU od leta 2015 do leta 2019 povečale za kar 75 odstotkov. Nekatere države, kot je Luksemburg, so šle še dlje in dekriminalizirale vse sorte rastline konoplje (Limb, 2021). Nasprotno pa CBD industrija v Združenem kraljestvu ne temelji na enakih kmetijskih temeljih, kot to velja za nekatere druge države, ki surovine proizvajajo same (Gibbs in drugi, 2019). CBD se pridobiva iz cvetov in listov konoplje, zakonodaja Združenega kraljestva pa dovoljuje gojenje konoplje le za semena in stebila, zato kmetje (brez dovoljenja Ministrstva za notranje zadeve) v Združenem kraljestvu trenutno ne morejo gojiti konoplje za proizvodnjo CBD, saj morajo liste in cvetove konoplje zavreči ali sežgati (Limb, 2021). Slednje predstavlja izziv za konkurenčnost Združenega kraljestva v enem izmed njegovih ključnih sektorjev rasti (Gibbs in drugi, 2019).

Še več, sedanja uredba o novih živilih, ki velja za podjetja, ki prodajajo živilske CBD izdelke v Združenem kraljestvu predstavlja veliko izzivov, saj narekuje stroge standarde testiranja, ki se jim mala podjetja ne morejo prilagoditi. Zaradi višine sredstev, ki jih kmetje potrebujejo samo za izdelavo testnega vzorca za FSA – približno 20–30 milijonov funtov za kritje stroškov infrastrukture, proizvodnje in licenciranja –, v Združenem kraljestvu skoraj ni domače proizvodnje konoplje za CBD izdelke, ampak se, kakor že poudarjeno, vsa konoplja uvaža iz tujine. Z drugimi besedami, zaradi uredbe o novih živilih je industrija CBD v Združenem kraljestvu nekonkurenčna, saj ne omogoča razvoja inovativne industrije CBD (Shepherd, 2022). Prav zaradi problematike proizvodnje konoplje in z njo povezane regulative, lahko zaključimo, da je pogajalska moč dobaviteljev visoka.

#### *4.2.4.3 Nevarnost nastopa substitutov*

Ta sila preučuje, kako enostavno je za potrošnike zamenjati izdelek ali storitev podjetja s konkurenčnim izdelkom ali storitvijo. Nevarnost substitutov je odvisna od neposrednih in dolgoročnih stroškov zamenjave ter nagnjenosti potrošnikov k spremembam (Martin, 2023).

Ključ do pridobitve konkurenčne prednosti s trajno močjo v industriji CBD je razvoj visokokakovostnih izdelkov, ki zdržijo nadzor regulatorjev in izobraženih potrošnikov. To bo zagotovilo standardizacijo kakovosti ter dvignilo raven varnosti in zaupanja potrošnikov, povečalo bazo strank in spodbudilo zagovornišтво (Brar, 2021).

Britanski potrošniki CBD izdelkov imajo jasne preference, ki določajo njihove nakupne odločitve, saj dajejo prednost kakovosti in čistosti pred izvorom ali zakonitostjo. Jasne informacije o označevanju ter nasveti o uporabi in uživanju so se tako izkazali kot prednostni nakupni faktorji, ki spodbujajo potrošnjo CBD izdelkov. To ni presenetljivo, saj raziskave kažejo veliko variabilnosti pri deklarirani vsebnosti CBD izdelkov (Liebling in drugi, 2022), zato so britanski potrošniki, ki večinsko uporabljajo CBD izdelke za medicinske namene,

previdni, da izbirajo tiste izdelke, ki ne vsebujejo zdravju škodljivih substanc in glede na svojo sestavo nudijo največ terapevtskih koristi (McDonald, 2023). Drugi relevantni kriteriji so cena, blagovna znamka in ekološki status CBD izdelka (Gibbs in drugi, 2019).

Postopek izbire blagovne znamke, ki zagotavlja izdelke najboljše kakovosti po najnižjih cenah, lahko tako vključuje preklapljanje med različnimi ponudniki. Ko se to zgodi, je pomembno, da uporabniki točno vedo, na kaj morajo biti pozorni, da najdejo najboljšo možno rešitev za svoje potrebe. To znanje uporabnikom pomaga tudi pri prepoznavanju morebitnih zavajajočih informacij, ki jih lahko promovira blagovna znamka, in preprečevanju nakupov pri nezanesljivih ponudnikih CBD izdelkov (Simply CBD, 2023).

Glede na število CBD izdelkov, prisotnih na britanskem trgu in sklepajoč na velikost britanskega trga, je moč reči, da je nevarnost nastopa substitutov visoka. Na splošno pa so potrošniki v Združenem kraljestvu pri menjavi blagovnih znamk CBD, kot omenjeno že zgoraj, pozorni na naslednje: (1) poznati morajo profil CBD, ki ga iščejo, preden se odločijo za novo blagovno znamko ali izdelek; (2) ključnega pomena je preverjanje laboratorijskih poročil, da bi razumeli kanabinoidno sestavo izdelka in potrdili zanesljivost blagovne znamke, ki ga prodaja; (3) jakost oziroma koncentracija CBD v izdelku, ki ima prednost pri izbiri ustreznega CBD produkta (Simply CBD, 2023).

#### *4.2.4.4 Nevarnost vstopa novih podjetij*

Nevarnost vstopa novih podjetij se osredotoča na vprašanje, kako enostavno ali težko je konkurentom vstopiti na trg. Lažji kot je vstop novega konkurenta, večja je nevarnost, da se tržni delež uveljavljenega podjetja izčrpa. Ovire za vstop na trg med drugim vključujejo absolutne stroškovne prednosti, dostop do surovin, ekonomije obsega in močno identiteto blagovne znamke (Martin, 2023).

Iz predhodnih razdelkov je razvidno, da se je zanimanje potrošnikov za CBD izdelke v Združenem kraljestvu povečalo, hkrati pa se je povečal tudi apetit po bolj zreli in regulirani industriji (Delaney, 2022a).

Prehod od ideje do lansiranja izdelka in nato do dobičkonosnosti je izziv za vsako zagonsko podjetje, vendar pa je za tiste, ki želijo ustvariti uspešno podjetje CBD izdelkov v Združenem kraljestvu, zaradi regulacij CBD še toliko zahtevnejše (Brar, 2021). Regulacija, ki je podrobno predstavljena v prilogi 2, pravzaprav predstavlja najočitnejšo oviro za vstop novih CBD podjetij v Združeno kraljestvo, tako z vidika medicinskih izdelkov kakor z vidika komercialnih.

Na kratko so ti predpisi naslednji: (1) embalaža CBD izdelka mora vsebovati manj kot 1 mg THC; (2) CBD izdelek mora biti pakiran tako, da ne more zlahka postati vir za pridobivanje

THC; izdelki CBD za uživanje morajo biti avtorizirani kot nova živila; (3) CBD izdelki se ne sme prodajati kot zdravila, če nimajo licence MHRA (For The Ageless Team, 2022).

Dokazovanje skladnosti ter pridobivanje potrebnih licenc in dovoljenj ob hkratnem ohranjanju močne prisotnosti blagovne znamke na trgu, ki ga številni še vedno vidijo kot zmedenega, tako zahtevajo agilnost, inovativnost in vztrajnost. Kot razvidno iz opisa regulativnih omejitev, postopek vključuje več zahtev ter določeno raven regulativnega znanja in izkušenj, je zelo drag in predstavlja oviro za vstop manjšim podjetjem CBD, ne glede na to, da imajo le-ta lahko kakovostno boljši izdelek (Brar, 2021). Trenutno imajo le velike korporacije dovolj kapitala, sredstev in infrastrukture, da lahko upoštevajo predpise, kar predstavlja veliko tveganje za monopolizacijo britanskega trga CBD (Shephed, 2022).

Iz navedenega lahko zaključimo, da je nevarnost vstopa novih CBD podjetij na trg Združenega kraljestva relativno nizka.

#### *4.2.4.5 Rivalstvo med obstoječimi konkurenti*

Zadnja izmed navedenih sil, rivalstvo med obstoječimi konkurenti, preučuje, kako močna je konkurenca na trgu. Upošteva število obstoječih konkurentov in to, kaj lahko vsak od njih naredi. Konkurenčno tekmovanje je visoko, kadar izdelek ali storitev prodaja le nekaj podjetij, kadar panoga raste in kadar lahko potrošniki zlahka preidejo na ponudbo konkurenta brez večjih stroškov. Ko je konkurenca velika, se začnejo oglaševalske in cenovne vojne, kar lahko škodi poslovnemu izidu podjetja (Martin, 2023).

CBD trg Združenega kraljestva naj bi leta 2025 znašal približno 1 milijardo funtov, pri čemer bi to bilo enakovredno celotnemu britanskemu trgu prehranskih dopolnil v letu 2016. Večina uporabnikov izdelkov CBD v Združenem kraljestvu jih kupuje prek spleta in ne v veleblagovnicah, kljub njihovi široki dostopnosti v lekarnah, trgovinah z zdravo prehrano in supermarketih (Gibbs in drugi, 2019). Eden najbolj znanih prodajalcev CBD izdelkov je Holland & Barrett, ki v svojih 715 fizičnih trgovinah in spletni trgovini ponuja več kot 70 izdelkov CBD. Med veleblagovnicami pa izstopa Tesco s svojo ponudbo izdelkov za dobro počutje, obogatenih s kanabinoidi, saj prodaja 25 različnih izdelkov. Med njimi je tudi suhi šampon z dodatkom CBD. Tudi spletna velikana Amazon in eBay sta v svoj portfelj vključila izdelke CBD (Delaney, 2022a).

Potrošniki imajo pri nakupu CBD izdelkov zelo veliko izbire, saj že zelo površen pregled spletnih strani britanskih ponudnikov CBD izdelkov kaže, da nudijo zelo raznolike izdelke CBD – tako izolate CBD kot tudi izdelke širokega in polnega spektra. Vsi izdelki so kakovostni, saj se podrejajo zahtevam o strogem laboratorijem testiranju, razlikujejo pa se predvsem v svoji potentnosti, segajo namreč od zelo nizke (100 mg) do zelo visoke (10.000 mg) vsebnosti CBD na 10 ml. Poleg tega pa lahko potrošniki na spletnih straneh najdejo tudi britanske ponudnike, ki prodajajo specializirane CBD izdelke, kot je na primer ponudnik

Dream Distillery, ki prodaja samo CBD izdelke širokega spektra za zdravljenje nespečnosti (NutraHolistics, 2023).

Skratka, panoga CBD izdelkov v Združenem kraljestvu raste, izdelki so široko dostopni, na voljo pa jih je veliko. Produkte je moč kupiti na spletu, v lekarnah, supermarketih ipd. Rivalstvo med obstoječimi konkurenti je visoko.

Iz analize, opravljene na podlagi Portejevega modela petih silnic, je torej zaznati srednjo pogajalsko moč kupcev, visoko pogajalsko moč dobaviteljev, visoko nevarnost nastopa substitutov, nizko nevarnost vstopa novih podjetij in visoko rivalstvo med obstoječimi konkurenti.

## **5 KRITIČNA OCENA TRGA IN OPREDELITEV STRATEGIJE**

To poglavje obravnava kritično vrednotenje ugotovitev, pridobljenih na podlagi analiz širšega ter panožnega okolja CBD v Združenem kraljestvu, ter opredelitev vstopne strategije.

### **5.1 Kritična ocena trga**

Pri analizi širšega okolja je treba najprej poudariti, da je slednje na splošno razmeroma stabilno. Ocene kazalnikov državnega tveganja (angl. Sovereign Risk Indicators) Združenega kraljestva za leto 2023 organizacije S&P Global so nedvomno obetavne. Združeno kraljestvo je bilo skupno ocenjeno z oceno AA, pri čemer so bili upoštevani gospodarski in denarni podatki, način upravljanja države, plačilna in zunanja bilanca ter podatki o dolgu in zadolževanje centralne države (S&P Global, 2023). Na relativno stabilnost okolja Združenega kraljestva kažeta tudi indeks zaznavane korupcije in indeks enostavnosti poslovanja, ki sta podrobneje pojasnjena skozi analizo političnega in pravnega okolja.

Kljub navedenemu in upoštevajoč analizo PEST, opravljeno v razdelku o analizi širšega okolja, je bilo leto 2022 v Združenem kraljestvu politično burno, celo po sodobnih britanskih standardih. V tem času so se na Downing Streetu 10 zvrstili trije različni predsedniki vlad: Boris Johnson, Liz Truss in Rishi Sunak. Sunaku, sedanjemu predsedniku, je uspelo v vodstvo vnesti nekaj stabilnosti preprosto tako, da je ostal na oblasti. Njegova predhodnica Liz Truss pa je odstopila po manj kot 50 dneh mandata, kar je bil najkrajši mandat kateregakoli predsednika vlade. Sunak je podedoval državo, ki se sooča s številnimi krizami. Visoka inflacija je povzročila znižanje življenjskega standarda, kar je privedlo do najhujše krize življenjskih stroškov v zadnjih generacijah. Nacionalna zdravstvena služba je bila skoraj na robu propada zaradi velikega povpraševanja bolnikov pozimi, ki so ga še poslabšale stavke v javnem sektorju. Rast plač ni dohajala inflacije, zato so se delavci iz različnih sektorjev zatekli k stavkam. Poleg tega pa je Sunak moral onkraj meja Združenega

kraljestva obravnavati tudi najhujšo varnostno krizo v Evropi v zadnjih desetletjih, ki je bila posledica ruskega vdora v Ukrajino (Statista, 2023b).

Sodobno britansko politiko je nedvomno zaznamovalo tudi vprašanje Brexita, ki je sledilo izidu referendumu o izstopu Združenega kraljestva iz Evropske unije leta 2016 (Statista, 2023b). Ko je Združeno kraljestvo 31. januarja 2020 zapustilo Evropsko unijo, je takratni premier Boris Johnson izjavil, da bo Velika Britanija »ponovno odkrila mišice, ki jih že desetletja nismo uporabljali«. Tri leta po prekinitvi gospodarskih vezi z Evropo pa se zdi, da je država vse prej kot močna. Velika Britanija ima namreč trenutno najnižjo stopnjo rasti med državami G7, po napovedih IMF pa bo edino vodilno gospodarstvo, ki se bo letos skrčilo. Brexit sicer, kot že rečeno, ni edini razlog za slabše gospodarske rezultate, je pa pomemben dejavnik (Spisak in Tsoukalis, 2023).

Brexit je znatno vplival na trgovino, slednji vpliv pa se je morda zgodil hitreje, kot se je domnevalo. Trgovina z blagom med Združenim kraljestvom in EU je po zaključku prehodnega obdobja Brexita doživela znaten upad, pri čemer se je uvoz iz EU zmanjšal pod uvoz iz držav zunaj EU. Ta asimetrija v vplivu na uvoz in izvoz poudarja zapleteno naravo dobavnih verig, saj je pričakovanje prihodnjih trgovinskih ovir hitro vplivalo na trgovino z vmesnim blagom. Celoten obseg trgovinskih ovir še ni povsem očiten, saj je vlada Združenega kraljestva odložila izvajanje večine mejnih kontrol za izdelke iz EU. Zaradi te zamude so bila podjetja v Združenem kraljestvu v primerjavi s podjetji v EU v slabšem konkurenčnem položaju. Poleg tega nedavna analiza Angleške centralne banke kaže, da je trgovina z EU morda še šibkejša, kot kažejo uradno objavljeni podatki. Odbor za monetarno politiko WB, ki je odgovoren za določanje uradne obrestne mere, je priznal, da bi se lahko zaradi teh bistvenih učinkov vpliv Brexita na produktivnost pokazal hitreje, kot si je bilo prej mogoče predstavljati (Spisak in Tsoukalis, 2023).

Gospodarstvo Združenega kraljestva je zdaj prav tako manj odprto za trgovino kot pred Brexitom. Trgovinska odprtost – merjena kot razmerje med trgovino in BDP – se je med letoma 2019 in 2021 zmanjšala za 8-odstotnih točk, kar je posledica močnega upada trgovine z EU. Čeprav je pandemija COVID-19 negativno vplivala na svetovno trgovino, vključno z Združenim kraljestvom, je upad trgovine Združenega kraljestva za vsaj 3-odstotne točke večji kot v primerljivih državah. Ta ugotovitev kaže, da je Brexit pomembno prispeval k slabši trgovinski uspešnosti države (Spisak in Tsoukalis, 2023).

Po izstopu Združenega kraljestva iz enotnega trga in carinske unije EU se je število izvoznih carinskih deklaracij, ki so potrebne za odpremo blaga iz Združenega kraljestva, povečalo za več kot trikrat, število uvoznih deklaracij pa se je v istem obdobju povečalo za 50 odstotkov. Ta porast birokracije predstavlja velik izziv za podjetja, saj so se s tem še povečali trgovinski stroški, zaradi česar so manjša podjetja v slabšem položaju, saj le-teh ne morejo absorbirati. Poleg tega več birokracije prispeva tudi k višjim cenam za potrošnike (Spisak in Tsoukalis, 2023).

Navezujoč se na pandemijo COVID-19 je potrebno omeniti, da se je BDP Združenega kraljestva leta 2020 zmanjšal za 9,7 odstotka, kar je najhujši padec od začetka doslednega beleženja leta 1948 in je po neuradnih ocenah enak padcu iz leta 1921. Tekom obdobja prvega zapiranja je bil BDP Združenega kraljestva aprila 2020 za 25 odstotkov nižji, kot je bil le dva meseca prej, februarja. Spomladi in poleti 2020 se je gospodarska aktivnost okrepila, kar odraža odpiranje gospodarstva. Temu je sledilo povečanje števila primerov COVID-19 in nadaljnje zapore jeseni in pozimi, zaradi česar je gospodarska aktivnost ponovno upadla. Vendar je bil upad veliko manjši kot med prvo zaporo, saj so se potrošniki in podjetja v preteklem letu prilagodili (Harari in drugi, 2023).

Vlade in centralne banke po vsem svetu so uvedle politike, ki naj bi vsaj delno ublažile negativne gospodarske posledice pandemije. V Združenem kraljestvu sta vlada in Angleška centralna banka napovedali številne politike za podporo podjetjem in delavcem. Namen teh ukrepov je bil ohraniti poslovanje podjetij in zaposliti čim več ljudi. Ukrepi so vključevali finančno podporo podjetjem, delavcem in širši javnosti med pandemijo s ciljem zmanjšanja gospodarske negotovosti (Harari in drugi, 2023).

Zaradi pandemije COVID-19 je bila javna poraba Združenega kraljestva zelo visoka. Ocene skupnih stroškov vladnih ukrepov COVID-19 se gibljejo med približno 310 in 410 milijardami funtov. To je približno 4.600 do 6.100 funtov na osebo v Združenem kraljestvu. Uradni podatki kažejo, da je bila poraba v letu 2020/21 za približno 177 milijard funtov višja, kot je bila načrtovana pred pandemijo za to leto. Večina tega dodatnega denarja je bila porabljena za javne storitve, podporo podjetjem in podporo posameznikom (Harari in drugi, 2023).

Nadalje je potrebno poudariti, da se je gospodarstvo Združenega kraljestva doslej izognilo tehnični recesiji, ki je bila splošno pričakovana v letu 2022. Razloge za to je moč najti v boljših napovedih glede cen energije, odpornejšemu gospodarskemu okolju in še naprej strogemu trgu dela. Kljub temu se pričakuje, da bo gospodarska rast ostala šibka glede na pretekle zgodovinske standarde, tveganja pa visoka. Inflacijske stopnje sicer kažejo zniževanje z najvišje ravni, vendar počasneje kot kažejo gibanja cen energentov. Gospodinjstva in podjetja se na višje cene in obrestne mere prilagajajo z omejevanjem potrošnje in naložb. Čeprav bo inflacija, kot že rečeno, v bližnji prihodnosti še naprej padala, bodo stroški izposojanja verjetno ostali višje dlje časa, kar bo predvidoma zaviralo gospodarsko aktivnost (KPMG, 2023).

Skratka, britansko gospodarstvo so prizadeli tako pandemija in svetovni inflacijski pritiski, katerih ni enostavno razmejiti od učinkov Brexita. Toda za slednjega pa je le moč neizpodbitno trditi, da je prispeval k višjim potrošniškim cenam in zmanjšal globalno odprtost države (Spisak in Tsoukalis, 2023).

Iz navedenega lahko zaključimo, da je trenutno stanje gospodarskega okolja Združenega kraljestva nepredvidljivo. Kljub obetavnim ocenam so izzivi za vstop novih podjetij na trg Združenega kraljestva vse prej kot zanemarljivi. Slednji pa so še posebej izraziti pri vstopu podjetij, ki se ukvarjajo s CBD izdelki, saj le-ti sodijo v panožno področje, ki kljub medijski izpostavljenosti na lokalnem in globalnem spektru, še vedno sproža številna vprašanja.

V zadnjih dveh letih se je britanski trg CBD izdelkov eksponentno povečal. Prodaje CBD ne spodbujajo le modni milenijci, temveč tudi različne demografske skupine in terapevtske aplikacije zaboljšanje kroničnih bolečin, anksioznosti, športnega okrevanja in splošnega dobrega počutja. Po tako dolgotrajni rasti je jasno, da vzpon CBD ni le prehodna modna muha. Pravzaprav ostaja ena redkih panog, ki se je uspela obdržati kljub pandemiji in še naprej beleži veliko povpraševanje (Brar, 2021).

Izdelki s CBD so danes veliko dostopnejši, kot so bili pred pol desetletja. Najdemo jih lahko na primer v trgovini Selfridge's kot tudi v katerikoli drugi trgovini z življenjskim slogom. To je deloma posledica sivega trga, ki se je razširil zaradi pomanjkanja jasnih predpisov. Steve Moore, strateški svetovalec pri Centru za medicinsko konopljo in Združenju za kanabinoidno industrijo, opozarja, da se je CBD po naključju izmaknil regulatorjem in ne kot posledica tako naravnane javne politike (Thomas, 2021).

Regulativni okvir CBD v Združenem kraljestvu predstavlja velik izziv za podjetja, ki želijo s CBD izdelki vstopiti na obravnavan trg. Če povzamemo, morajo živilska podjetja (najbolj razširjen tip podjetij CBD), ki nameravajo v Združenem kraljestvu prodajati izvlečke CBD, izolate in povezane izdelke, pridobiti dovoljenje. To lahko storijo tako, da FSA predložijo obvestilo o reguliranih izdelkih. Običajno za to dovoljenje zaprosi proizvajalec, vendar lahko to storijo tudi trgovinski organi in drugi dobavitelji. Ko je sestavina CBD odobrena, je dovoljenje omejeno na to določeno sestavino, kar pomeni, da je zanjo vedno potrebno upoštevati enake proizvodne metode in odobrene uporabe, kot so opisane v dovoljenju, ter enake dokaze o varnosti (Food Standards Agency, 2022b). Načeloma se zadeva zdi preprosta, vendar v resnici postopek vključuje številne zahteve in določeno raven regulativnega znanja in izkušenj. Postopek je tudi drag, kar je glavna ovira za manjša podjetja, ne glede na njihove potencialno visokokakovostne izdelke (Brar, 2021).

Podatki razkrivajo, da je neustrezen nadzor kakovosti glavni odvrtilni dejavnik za številne posameznike, ki razmišljajo o preizkusu CBD izdelkov. Strožji predpisi, ki sicer trenutno predstavljajo izziv za podjetja, ki proizvajajo CBD, tako igrajo ključno vlogo pri pridobivanju potrošnikov CBD izdelkov. Pandemija je rast CBD trga v Združenem kraljestvu še pospešila in preseгла prvotne napovedi za več kot 100 milijonov funtov. Britanska vlada si tako prizadeva vzpostaviti praktičen regulativni okvir za upravljanje tega hitro rastočega trga, saj ji ga ni smiselno ignorirati, zlasti ne zdaj, ko si prizadeva obnoviti gospodarstvo po Brexitu in pandemiji (Thomas, 2021).

Tekom pandemije, katere vplivi na duševno in čustveno počutje so bili izjemno negativni, je uporaba CBD izdelkov, ki se je širila že pred COVID-19, postala še veliko bolj priljubljena in splošno sprejeta med britanskimi potrošniki. Posamezniki so se poleg konvencionalnih zdravil začeli obračati tudi na CBD zaradi nezadovoljstva z odzivom vlade na pandemijo in razočaranja nad tradicionalnim zdravstvenim sistemom. Poleg tega se je na trgu Združenega kraljestva izboljšala tudi kakovost razpoložljivih CBD izdelkov, kar je posledica večje ozaveščenosti potrošnikov in nižjih stroškov proizvodnje konoplje. Vendar pa zgolj nova blagovna znamka CBD ne bo več zagotavljala trajnostne rasti na zrelem trgu. Da bi ostala konkurenčna, se morajo tako podjetja osredotočiti na vzpostavitev močne identitete blagovne znamke in zagotavljanje resnične vrednosti svojim strankam (Thomas, 2021).

Individualnost in konkurenčnost podjetja sta ključna dejavnika, ki lahko odločata o njegovem vzponu ali padcu. Za doseganje uspeha na trgu Združenega kraljestva je ključno, da podjetja pravilno predstavijo sebe in svoje izdelke potencialnim kupcem. Zaradi omejitev oglaševanja in trženja CBD izdelkov pa je potrebna ustvarjalnost (Brar, 2021). Vsebine, povezane s CBD, so na glavnih tržiščih, kot sta Facebook in Amazon, še vedno močno omejene. Pomanjkanje trženja pomeni, da ljudje pogosto nimajo dovolj informacij za nakup izdelka. Z rahljanjem omejitev po vsem svetu pa je industrija dobila večjo platformo za izobraževanje širše javnosti. Številne blagovne znamke so se odločile za ekološko trženje in trženje z influencerji preko družabnih omrežji. Več kot 80 odstotkov Britancev je namreč poročalo, da so v letu 2021 več uporabljali aplikacije, kot sta Instagram in Facebook, zaradi česar so se znašli v dosegu blagovnih znamk CBD, od katerih jih ima veliko izključno digitalno prodajno mesto (Thomas, 2021).

Tekom analize panožnega okolja je bilo prav tako že poudarjeno, da se potrošniki v Združenem kraljestvu odločajo za nakup CBD izdelkov predvsem preko spleta (Delaney, 2022c). Združeno kraljestvo ima na tem področju namreč številne prednosti: hiter dostop do interneta čez celotno ozemlje, visoko stopnjo kibernetске varnosti, vodilne univerze na področju tehnološkega razvoja ter največje število tehnoloških samorogov v Evropi (Department for Digital, Culture, Media & Sport, 2022). Poleg tega pa so CBD izdelki tudi široko dostopni v prosti prodaji in lekarnah (Delaney, 2022c).

Nadalje je analiza panožnega okolja razkrila številne potrošniške trende, na katere morajo biti podjetja pozorna, navezujoč se na CBD industrijo Združenega kraljestva. Glavni trendi iz 2023 so naslednji: (1) 29 odstotkov prebivalcev Združenega kraljestva je že uporabilo CBD izdelek, kar kaže na občutno povečanje števila uporabnikov CBD; (2) verjetnost poskušanja CBD izdelkov se znižuje s starostjo; (3) CBD izdelki se večinoma uporabljajo enkrat tedensko; (4) uporabniki za CBD izdelke v povprečju porabijo 34,25 funta na mesec; (5) CBD izdelki se uporabljajo predvsem za izboljšanje spanja, obvladovanje bolečin in lajšanje tesnobe; (6) 100 odstotkov anketirancev se strinja s prosto prodajo CBD izdelkov v lekarnah (McDonald, 2023).



Ena pomembnejših ugotovitev, ki jo je na tem še potrebno izpostaviti, je povezana s samim pridobivanjem in gojenjem surovin za proizvodnjo CBD izdelkov v Združenem kraljestvu. Konoplja je bila zaradi svoje sorodnosti z marihuano v Združenem kraljestvu leta 1928 prepovedana. Kasneje v 90-ih letih prejšnjega stoletja je britanska vlada sicer spremenila zakone, da bi upoštevala dejstvo, da ti dve rastlini nista enaki, vendar pa je zaradi vsebnosti THC gojenje konoplje še vedno strogo nadzorovano. Kmetje v Združenem kraljestvu morajo tako pridobiti dovoljenje za gojenje konoplje, ki stane nekaj manj kot 600 funtov, in se podvreči rednim pregledom, od katerih so nekateri lahko plačljivi. Prav tako morajo licenco obnoviti vsaka tri leta (Evergate Financial Services, brez datuma).

Od leta 1993, ko je bila prepoved konoplje sproščena, se je več kmetov v Združenem kraljestvu usmerilo v pridelavo konoplje za industrijske namene, pri čemer je le-ta postala zelo priljubljena za pridelavo surovin za vlaka in izdelkov za nego kože. Največja sprememba v povpraševanju pa se je zgodila v zadnjih nekaj letih, ko se je razširilo povpraševanje po olju CBD, trendovskemu delu industrije dobrega počutja. Kljub temu kmetje v Združenem kraljestvu trenutno še vedno ne morejo gojiti konoplje za proizvodnjo CBD. Trenutna zakonodaja Združenega kraljestva namreč dovoljuje gojenje konoplje le za semena in stebila, liste in cvetove, od koder se pridobiva CBD, pa morajo kmetje uničiti, kar pomeni, da izgubljajo potencialne prihodke (Evergate Financial Services, brez datuma). Omenjeno dejstvo je pomembno predvsem z vidika oblikovanja strategije CBD podjetij, ki želijo vstopiti na trg Združenega kraljestva.

## **5.2 Opredelitev strategije in priporočila**

Tekom tega prispevka je bilo prikazanih kar nekaj podatkov, ki se navezujejo tako na samo gospodarsko okolje Združenega kraljestva kakor na panogo CBD znotraj le-tega. Zaradi negotovosti, povezanih z Brexitom in pandemijo COVID-19, je vstop kateregakoli podjetja na britanski trg postal zapletenejši. Če pa pri tem upoštevamo še stigmatizacijo CBD izdelkov in zasičenost Združenega kraljestva z le-temi, lahko trdimo, da je pot do vstopa težka tako za nova, manjša podjetja kot za že vzpostavljena. V nadaljevanju je opredeljen najustreznejši način vstopa podjetij CBD na trg Združenega kraljestva s pripadajočimi priporočili.

Investicijske oblike vstopa so izmed vseh treh kategorij najbolj tvegane, omogočajo visoko stopnjo nadzora, vendar s sabo prinašajo nizko fleksibilnost. Kljub relativni stabilnosti Združenega kraljestva, ki pa je kljub temu občutno zaznamovana s političnimi silami, kot sta Brexit in rusko-ukrajinski spor, ter pandemijo COVID-19, ta način vstopa v trenutni točki britanskega gospodarstva ni primeren. Nadalje investicijske oblike internacionalizacije običajno predstavljajo velik finančen zalogaj, sploh za mala in srednje velika podjetja, ter zahtevajo določeno raven znanja in izkušenj. Regulativni okvir CBD industrije znotraj Združenega kraljestva je vse prej kot enostaven, pri čemer slednje stroške vstopa še dodatno povečuje.

Pogodbene oblike zaznamuje predvsem prenos nematerialnih dobrin, tj. znanj in spretnosti, pri čemer le-to ne vključuje kapitalskih vlaganj. Pri pogodbenih oblikah govorimo o deljenem lastništvu, nadzoru in tveganju. Glede na zasičenost britanskega CBD trga sta franšizing in licenciranje v tem primeru neustrezna. Podobno je moč reči za pogodbeno proizvodnjo, pri čemer bi bilo smiselno surovine za proizvodnjo z vidika zniževanja stroškov pridobivati v Združenem kraljestvu. Zakonodaja Združenega kraljestva pa trenutno dovoljuje gojenje konoplje le za semena in stebila.

Glede na dejstva, da se prodaja CBD izdelkov v Združenem kraljestvu primarno vrši preko spleta, ter da so izdelki široko dostopni v lekarnah, trgovinah z zdravo prehrano in supermarketih, so izvozni načini vstopa najprimernejši. Kljub zasičenosti britanskega trga s CBD izdelki najprimernejša vstopna strategija novih podjetij tako ostaja neposredni izvoz, pri čemer priporočam prodajo preko uveljavljenih distributerjev ali zastopnikov. Dejavniki in priporočila, ki jih je pri tem potrebno upoštevati, so naslednji.

- Izbira zanesljivega in zaupanja vrednega dobavitelja surovin, upoštevajoč dejstvo, da je zanimanje za CBD izdelke na trgu Združenega kraljestva prisotno, kljub temu pa se potrošniki z naraščajočo izobraženostjo zanimajo za visokokakovostne, laboratorijsko preizkušene izdelke CBD. Za podjetja je zato smiselno, da uporabljajo dobavitelje, ki ponujajo informacije o svojih virih in rezultatih laboratorijskih testov neodvisnih laboratorijev.
- Razvoj ustrezne strategije oglaševanja, pri čemer je oglaševanje izdelkov CBD na trgu Združenega kraljestva omejeno. Podjetja zato ne morejo preprosto uporabljati oglasov v družbenih medijih in na iskalnikih, raziskati morajo druge poti za promocijo, kot so na primer udeležba na sejnih in konferencah o CBD. Slednje je odličen način za povečanje prepoznavnosti blagovne znamke. Eden izmed načinov širjenja prepoznavnosti je tudi optimizacija internetnih iskalnikov, pri čemer se podjetja osredotočajo na internetne iskalne izraze. Umetna inteligenca je eden izmed orodij, ki slednje spodbuja in lajša. Nedvomno pa morajo novo vstopajoča podjetja poiskati način, da izstopajo.
- Priljubljeni obdelovalci plačil, kot je Stripe, običajno ne sprejemajo podjetij CBD. Podjetja morajo zato poiskati distributerja, ki omogoča obdelovanje transakcij s CBD izdelki.
- Ključnega pomena je zagotavljanje varnosti, pri čemer je seznanitev z najnovejšimi toksikološkimi in varnostnimi informacijami v zvezi s CBD izredno pomembno. Zagotavljanje varnosti izdelkov vključuje tudi upoštevanje sestavin, embalaže in označevanja izdelkov CBD.
- Seznanitev z regulatornim okvirom CBD izdelkov v Združenem kraljestvu, pri čemer je na tem mestu priporočljiv posvet s strokovnjakom. Regulativni postopek pridobivanja dovoljenja znotraj Združenega kraljestva namreč ni poceni, predvsem pa je zelo kompleksen in zahteva obilico znanja.

Za izvozne oblike vstopa so značilni majhno tveganje, visoka fleksibilnost, vendar nizka stopnja nadzora. Ponovno je potrebno poudariti, da se je gospodarsko okolje Združenega kraljestva v zadnjih treh letih srečalo s številnimi izzivi, ki s seboj prinašajo tveganja. CBD industrija kljub omenjenim izzivom raste, pogojeno s trendom dobrega počutja s CBD povezanimi terapevtskimi koristmi. Neposredni način izvoza preko zastopnikov oz. distributerjev tako novo vstopajočim podjetjem omogoča dostop do lokalnih trgov in neposreden stik s potrošniki, kljub temu pa je potrebno dobro poznavanje trga. Z vidika potrošnikov ta način internacionalizacije omogoča tudi lokalno prodajno in poprodajno podporo, ki jo britanski potrošniki, zanimajoč se za specifične izdelke CBD, nedvomno cenijo. Z vidika sodelovanja z zastopniki oziroma distributerji se lahko zaradi komunikacijskih in kulturoloških razlik pojavijo transakcijski stroški, ki pa, sodeč na izvedene analize, ne presegajo stroškov, povezanih z regulativnim okvirjem obravnavanega področja oziroma z investicijskimi ter pogodbenimi načini vstopa. Pri obravnavanem vstopnem načinu se poraja tudi vprašanje omejenega nadzora nad ceno. Britanski potrošniki so za CBD izdelke pripravljeni odšteti kar nekaj sredstev, zato je smiselno predvidevati, da bi bila marža ob vstopu novega podjetja z omejenim načinom kljub temu zadovoljiva. Ob predpostavki uspešne prodaje pa bi bilo strategijo v prihodnosti seveda smiselno rekonstruirati.

## 6 SKLEP

Današnje poslovno okolje je vse prej kot predvidljivo, kar je postalo najbolj očitno med pandemijo COVID-19, s posledicami katere se srečujemo še danes. Dejavniki, kot so občutno hiter razvoj sodobnih tehnologij, globalizacija in razvoj informacijsko-komunikacijskih omrežij, silijo podjetja k mednarodnemu poslovanju oziroma internacionalizaciji. Mednarodno poslovanje v svojem bistvu zajema organizacijo vsakodnevnega poslovanja podjetij na tujih trgih v smislu trgovinskih in ne trgovinskih načinov sodelovanja. Internacionalizacija pa se osredotoča na vstop na tuje trge, tj. na širjenje poslovanja preko domačih okvirjev. Praviloma oblike in načine vstopov na tuje trge delimo na tri kategorije: izvozno, pogodbeno ter investicijsko (znano tudi kot hierarhično) kategorijo. Omenjene skupine vstopov se med seboj razlikujejo zlasti glede na stopnjo tveganja, stopnjo kontrole in stopnjo fleksibilnosti. V praksi se podjetja običajno poslužujejo kombinacij načinov in oblik širjenja, upoštevajoč kapitalno intenzivnost, znanje, veščine ter povezanost s hitro spreminjajočimi se vidiki (globalne) konkurenčnosti (Makovec Brenčič in drugi, 2009).

Z namenom doseganja boljših rezultatov prek širjenja poslovnih obzorij onkraj domačih tržišč se velik delež današnjih podjetij že od samega začetka svojega obstoja usmerja v internacionalizacijo. Slednje je nedvomno moč reči tudi za podjetja, ki se ukvarjajo s proizvodnjo oziroma prodajo CBD izdelkov, o katerih je v zadnjem času vse več govora. CBD produkti so na tak ali drugačen način pogosto obravnavani v medijih, kjer jih lahko zasledimo v različnih oblikah. Na voljo so v obliki dodatkov za okrepitev jutranjih napitkov po vadbi; kot vape peni in kapljice; kupimo pa lahko celo športni nedrček z dodatkom CBD.

Večina ljudi se je tako s pojmom CBD že srečala, vendar pa je pri tem potrebno poudariti, da obstajajo številne napačne predstave o njem. Številni CBD namreč enačijo s konopljo, pri čemer pa temu ni tako (Shepherd, 2022).

Rastlina konoplja vsebuje znatno število sestavin, znanih kot kanabinoidi, ki delujejo na endokanabinoidni sistem v možganih. Dva medicinsko pomembna kanabinoida sta psihoaktivni THC in nepsihoaktivni CBD. Poglavitna razlika med CBD in njegovim bolj znanim kanabinoidnim bratrancem THC je v tem, da CBD ne povzroča opojnosti, ki se jo pripisuje spojini THC. Prav tako je (večinoma) zakonit, nestrupen in neškodljiv (Shepherd, 2022).

CBD je mogoče najti v številnih živilskih in zdravstvenih izdelkih. Klinične študije so pokazale, da je učinkovit pri zdravljenju epilepsije in spastičnosti; zdravila na osnovi CBD za te bolezni pa so zdaj na voljo tudi na recept. WHO je tudi ugotovila, da obstajajo predklinični dokazi, ki kažejo, da bi se CBD lahko uporabljal za zdravljenje bolezni, kot so Alzheimerjeva in Parkinsonova bolezen ter rak. Pomagal naj bi tudi pri lajšanju tesnobe, nespečnosti in kroničnih bolečin, čeprav te trditve še niso bile klinično potrjene (Shepherd, 2022).

V potrošniški zakonodaji je CBD opredeljen kot »novo živilo«, tj. »živilo ali živilska sestavina, ki je ljudje v EU ali Združenem kraljestvu pred majem 1997 niso uživali v večjem obsegu« (Food Standards Agency, 2023). Novih živil v Združenem kraljestvu ni mogoče dajati na trg, če jih ne odobri FSA, saj je potrebno zagotoviti, da potrošnikom ne bodo škodovala ali jih zavajala. Nova živila vključujejo tudi tradicionalna živila, ki jih uživajo drugod po svetu, na primer semena chia in žuželke ter živila, proizvedena z novimi postopki (Shepherd, 2022).

Povpraševanje po CBD izdelkih spodbujata predvsem zavzetost potrošnikov za zdravo življenje in njihova velika razpoložljivost na prodajalnih policah in spletu. Glede na Global Cannabidiol Market Report naj bi CBD industrija do leta 2028 eksplodirala na 9,72 milijarde funtov, kar predstavlja 21,2 odstotka sestavljene letne stopnje rasti (Research and Markets, 2021). Prodaja CBD izdelkov se je med pandemijo COVID-19 v Združenem kraljestvu razcvetela, tako da je danes le-to drugi največji trg CBD produktov na svetu, kar pomeni, da je ustrezen potencialni trg za podjetja CBD izdelkov. Pri tem pa se je potrebno tudi zavedati, da je za uspeh podjetji CBD izdelkov na britanskem trgu potrebna dobra strategija, kajti CBD zakonodaja v Združenem kraljestvu je stroga, poleg tega pa se morajo podjetja CBD izdelkov podrežati tudi regulativam več neodvisnih organizacij (Delaney, 2022a; Shepherd, 2022).

Gospodarski položaj Združenega kraljestva ponuja trdno, podjetjem prijazno okolje za zanesljivo širitev, trgovanje in naložbe. Združeno kraljestvo ima zrel potrošniški trg z visoko porabo, odprto, liberalno gospodarstvo, talentiranim kadrom in podjetjem prijazno

zakonodajno okolje (Department for Business & Trade, brez datuma e). Kljub temu pa je potrebno poudariti, da je gospodarstvo Združenega kraljestva pod pritiskom številnih zapletenih in medsebojno povezanih problematik. Ti izzivi, med drugim inflacija, trajajoča vojna v Ukrajini in stagnacija življenjskega standarda, so prinesli gospodarstvo, ki ga je oblikovalcem politik izjemno težko obvladovati. Bančna obrestna mera je zdaj na najvišji ravni po letu 2008, Odbor za spremljanje politik pa je nakazal, da bi se lahko zaradi vztrajne inflacije obrestne mere še zvišale. Vse to sproža številna ključna vprašanja, ki jih je treba upoštevati pri razmišljanju o pričakovanjih za gospodarstvo Združenega kraljestva (Millard in drugi, 2023).

Opozoriti je potrebno tudi na vpliv Brexita. Kot že omenjeno, drži, da so britansko gospodarstvo prizadeli pandemija in svetovni inflacijski pritiski. Razmejitev teh vplivov od Brexita ni enostavna. Toda odločitev o izstopu iz enotnega trga EU je neizpodbitno povzročila nove trgovinske ovire, prispevala k višjim potrošniškim cenam in zmanjšala globalno odprtost gospodarstva (Spisak in Tsukalis, 2023).

Kljub povedanemu CBD industrija znotraj Združenega kraljestva predstavlja eno izmed področij, ki je kljub omenjenim problematikam narastlo in še vedno raste. Britanski trg CBD izdelkov zaznamujejo predvsem visoka konkurenca in visoko povpraševanje, zapleteno regulativno okolje, vprašanja sledljivosti in izvora, kakovost in raznolikost izdelkov ter zapletenost dobave surovin, upoštevajoč zakonodajo na področju proizvodnje konoplje znotraj Združenega kraljestva. Potencialnost trga je vse prej kot zanemarljiva.

Prodaja CBD izdelkov v Združenem kraljestvu se primarno vrši preko spleta, izdelki pa so prisotni tudi v lekarnah, trgovinah z zdravo prehrano, supermarketih ipd. Prodaja na britanskem trgu se trenutno torej primarno vrši preko digitalnih prodajnih mest, pri čemer je potrebno opozoriti na samo omejenost oglaševanja CBD izdelkov na trgu Združenega kraljestva. Iz tega razloga izvozni načini vstopa na trg predstavljajo najustreznejšo strategijo internacionalizacije, pri čemer imam v mislih predvsem neposredni izvoz ter prodajo preko uveljavljenih distributerjev oziroma zastopnikov. Podjetja morajo pri tem upoštevati naslednje dejavnike: izbiro zanesljivega in zaupanja vrednega dobavitelja surovin, ustreznost strategije oglaševanja, način plačila, korektnost navajanja informacij o izdelkih ter regulativne omejitve. Nadalje je za podjetja smiselno, da se pred vstopom na trg seznanijo tudi z birokratskimi in transakcijskimi stroški povezanimi z gospodarskim okoljem Združenega kraljestva. Slednji so namreč, zlasti v povezavi s pandemijo COVID-19 in Brexitom, narasli. Glede na že predstavljeno zapletenost regulativnega okvirja CBD znotraj britanskega okolja dodatni stroški pri vstopu na obravnavan trg lahko, zlasti za mala in srednje velika podjetja, predstavljajo znatno dodatno oviro. Omenjen način vstopa je ravno zaradi tega razloga dodatno najustreznejši, saj so dotični stroški pri pogodbenih in investicijskih oblikah vstopa še toliko višji.

Neposredni način izvoza na podlagi sodelovanja z zastopniki oziroma distributerji omogoča dostop do lokalnih trgov in neposreden stik s potrošniki ob upoštevanju dobrega poznavanja trga ter pripomore k lokalni in poprodajni podpori. Navezujoč se na problematiko nadzora na ceno je potrebno poudariti še, da so britanski potrošniki za CBD izdelke glede na raziskave pripravljene odšteti relativno velik odstotek dohodka, kar za nova vstopajoča podjetja torej predstavlja zadovoljiv dobiček z nizkim tveganjem in visoko stopnjo fleksibilnosti.

Kljub temu pa je na tem mestu potrebno poudariti, da so gospodarske razmere Združenega kraljestva trenutno v stanju visoke nepredvidljivosti; po napovedih pa naj bi Brexit privedel do zvišanja cen, kar v povezavi z že visoko stopnjo inflacije in naraščajočimi življenjskimi stroški pripomore k višjemu nivoju tveganja pri vstopu. Nadalje se za Združeno kraljestvo predvideva tudi šibkejša gospodarska rast v primerjavi z leti pred pandemijo.

Omeniti je potrebno tudi dejstvo problematike (ne)odprtosti države, ki jo je in ki jo bo še nadalje zaznamoval Brexit. Slednje zopet botruje k predlaganemu načinu vstopa na trg, saj so izvozni načini v splošnem izmed vseh oblik najmanj tvegani. Nedvomno pa so najprimernejši tudi zaradi že večkrat omenjene velikosti trga CBD izdelkov v Združenem kraljestvu ter njegove zasičenosti. Ob predpostavki uspešnosti bi bilo vstopno strategijo v prihodnosti smiselno prilagoditi potencialni rasti na trgu Združenega kraljestva.

Poudariti pa je potrebno še, da sta za uspeh in rast na britanskem trgu z vidika britanskih potrošnikov izredno pomembna kredibilnost in predstavljanje resnične vrednosti ob oblikovanju identitete blagovnih znamk. Iz tega vidika je za podjetja smiselno grajenje na kakovosti in ozaveščanju zlasti preko digitalnih kanalov, kar je nedvomno mogoče z vzpostavitvijo korektnega odnosa z distributerji/zastopniki.

## LITERATURA IN VIRI

1. Advisory Council on the Misuse of Drugs. (2020). *Cannabis-based products for medicinal use (CBPMs) in humans*. [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/939090/OFFICIAL\\_\\_Published\\_version\\_-\\_ACMD\\_CBPMs\\_report\\_27\\_November\\_2020\\_FINAL.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/939090/OFFICIAL__Published_version_-_ACMD_CBPMs_report_27_November_2020_FINAL.pdf)
2. Al-Hyari, K., Al-Weshah, G. in Alnsour, M. (2012). Barriers to internationalisation in SMEs: evidence from Jordan. *Marketing Intelligence & Planning*, 30(2), 188–211.
3. Allianz. (2022). *United Kingdom (economic and fiscal) checks and balances*. [https://www.allianz.com/en/economic\\_research/publications/country-risk/united-kingdom.html](https://www.allianz.com/en/economic_research/publications/country-risk/united-kingdom.html)
4. Almor, T., Hashai, N. in Hirsch, S. (2006). The product cycle revisited: Knowledge intensity and firm internationalization. *Management International Review*, 46(5), 507–528.

5. Andersen, O. (1993). On the Internationalization Process of Firms: A Critical Analysis. *Journal of International Business Studies*, 24(2), 209–231.
6. Andersson, S. (2000). The Internationalization of the Firm from an Entrepreneurial Perspective. *International Studies of Management & Organization*, 30(1), 63–92.
7. Arafat, M. Y., Khan, A. M., Ansari, M. S. in Saleem, I. (2022). What drives internationalization of new ventures? Evidence from India. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 11.
8. Arrowsmith, J. (2022). Fishing Line Ltd. *The lowdown on the CBD industry*. <https://www.finishingline.co.uk/who-we-are/insights/the-lowdown-on-the-cbd-industry/>
9. Atkins, R. C., Kishlansky, M. A., Hastings, M., Morrill, J. S., Colley, L. J., Kellner, P., Barr, N. A., Prestwich, M. C., Ravenhill, W., Josephson, P. R., Briggs, A., Smith, L. B., Spencer, U. M., Gilbert, B. B., Joyce, P., Chaney, W. A., Whitelock, D in Frere, S. S. (2023). United Kingdom. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/place/United-Kingdom>
10. Bank of England. (2023). *Bank Rate increased to 5 % - June 2023*. <https://www.bankofengland.co.uk/monetary-policy-summary-and-minutes/2023/june-2023>
11. Beamish, P. W. (1990). The internationalization process for smaller Ontario firms: A Research Agenda. *Research in Global Business Management*, 1, 77–92.
12. Beioley, K. in Nilsson, P. (2022). UK crackdown on CBD upends rapidly growing market. *The Financial Times*. <https://www.ft.com/content/e4e9d7f5-09d5-429a-bdd1-8d1a35ba6cf9>
13. Belniak, M. (2015). Factors Stimulating Internationalisation of Firms: An Attempted Holistic Synthesis. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 3(2), 125–140.
14. Bhamra, S. K., Desai, A., Imani-Berendjestanki, P. in Horgan, M. (2021). The emerging role of cannabidiol (CBD) products; a survey exploring the public's use and perceptions of CBD. *Phytotherapy Research*, 35(10), 5734–5740.
15. Blessed CBD. (brez datuma). *Our story: Your CBD happiness is our success*. <https://blessedcbd.co.uk/our-story/>
16. Bradford, H., Guzmán, A. in Trujillo, M.-A. (2017). Determinants of successful internationalisation processes in business schools. *Journal of Higher Education Policy and Management*, 39(4), 435–452.
17. Brand. (brez datuma). *Brits' buying habits and behaviours marketers need to know [infographic]*. <https://cm-brand.co.uk/news/brits-buying-habits-behaviours-marketers-need-know-infographic/>
18. Brar, R. (2021). Exploring the emerging UK CBD industry. *Health Europa*. <https://www.healtheuropa.com/exploring-the-emerging-uk-cbd-industry/108825/>
19. British Cannabis. (2023). *Exploring the growing popularity of CBD oil market UK* [objava na blogu]. Pridobljeno 22. junija 2023 s <https://britishcannabis.org/blog/exploring-cbd-oil-market->

- uk/#:~:text=CBD%20Oil%20UK%20Market%20Size&text=According%20to%20th  
e%20Centre%20for,CBD%20products%20at%20least%20once
20. Buckley, P. J., Devinney, T. M. in Louviere, J. J. (2007). Do managers behave the way theory suggests? A choice-theoretic examination of foreign direct investment location decision-making. *Journal of International Business Studies*, 38(7), 1069–1094.
  21. Calof, J. L. in Beamish, P. W. (1995). Adapting to foreign markets: Explaining internationalization. *International Business Review*, 4(2), 115–131.
  22. Chetty, S. in Campbell-Hunt, C. (2004). A Strategic Approach to Internationalization: A Traditional versus a »Born-Global« Approach. *Journal of International Marketing*, 12(1), 57–81.
  23. Clark, T., Pugh, D. S. in Mallory, G. (1997). The process of internationalization in the operating firm. *International Business Review*, 6(6), 605–623.
  24. Coase, R. H. (1937). The nature of the firm. *Economica*, 4(16), 386–405.
  25. Coelho, S., Osborne, H. in Lavarone, K. (2023). Full-spectrum vs. broad-spectrum CBD: What is the difference? *MedicalNewsToday*.  
<https://www.medicalnewstoday.com/articles/full-spectrum-cbd-vs-broad-spectrum-cbd#1>
  26. Conservative Drug Policy Reform Group. (2020). *The UK review of medicinal cannabis: the needs of a nation. Part A: a review of pathways and barriers to access of cannabis-based products for medical use in the UK*.  
[https://static1.squarespace.com/static/5bbb29273560c345fcc0fade/t/5ea2a2d4d9f1bc5964300974/1587716827028/The+UK+Review+of+Medicinal+Cannabis\\_423.pdf](https://static1.squarespace.com/static/5bbb29273560c345fcc0fade/t/5ea2a2d4d9f1bc5964300974/1587716827028/The+UK+Review+of+Medicinal+Cannabis_423.pdf)
  27. CountryReports. (brez datuma a). *United Kingdom Facts and Culture*.  
<https://www.countryreports.org/country/UnitedKingdom/facts.htm>
  28. CountryReports. (brez datuma b). *United Kingdom government*.  
<https://www.countryreports.org/country/UnitedKingdom/government.htm>
  29. Coviello, N. E. in McAuley, A. (1999). Internationalization and the small firm: A Review of Contemporary Empirical Research. *Management International Review*, 39(3), 223–256.
  30. Cowie, G. in Shalchi, A. (2022). *Retained EU Law (Revocation and Reform) Bill 2022-23*. House of Commons Library.  
<https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/CBP-9638/CBP-9638.pdf>
  31. Delaney, R. (2022a). Association for the Cannabinoid Industry. *An overview: The UK's CBD market in 2022* [objava na blogu]. Pridobljeno 21. junija 2023 s  
<https://theaci.co.uk/uks-cbd-market-2022/>
  32. Delaney, R. (2022b). Association for the Cannabinoid Industry. *CBD in food: 12,000 products now pending authorisation as FSA releases final list* [objava na blogu]. Pridobljeno 21. junija 2023 s  
<https://theaci.co.uk/cbd-in-food-final-list/>
  33. Delaney, R. (2022c). Association for the Cannabinoid Industry. *Exclusive: British shoppers are spending more on CBD products in fewer trips to the checkout* [objava na blogu]. Pridobljeno 21. junija 2023 s  
<https://theaci.co.uk/cbd-consumer-behaviour-in-the-uk/>



34. Delaney, R. (2022d). Association for the Cannabinoid Industry. *The CBD list in numbers* [objava na blogu]. Pridobljeno 21. junija 2023 s <https://theaci.co.uk/breaking-down-the-cbd-list/>
35. Delaney, R. (2022e). Association for the Cannabinoid Industry. *The UK's CBD list in here. What happens next?* [objava na blogu]. Pridobljeno 21. junija 2023 s <https://theaci.co.uk/what-to-expect-when-the-fsa-reveals-cbd-list/>
36. Delaney, R. (2022f). Association for the Cannabinoid Industry. *What rules and regulations govern CBD in the UK?* [objava na blogu]. Pridobljeno 21. junija 2023 s <https://theaci.co.uk/rules-and-regulations-govern-cbd-in-the-uk/>
37. Department for Business & Trade. (brez datuma a). *Clean growth in the UK*. <https://www.great.gov.uk/international/content/investment/why-invest-in-the-uk/clean-growth-in-the-uk/>
38. Department for Business & Trade. (brez datuma b). *Freeports in the UK*. <https://www.great.gov.uk/international/content/investment/how-we-can-help/freeports-in-the-uk/>
39. Department for Business & Trade. (brez datuma c). *UK infrastructure*. <https://www.great.gov.uk/international/content/investment/why-invest-in-the-uk/uk-infrastructure/>
40. Department for Business & Trade. (brez datuma d). *UK innovation*. <https://www.great.gov.uk/international/content/investment/why-invest-in-the-uk/uk-innovation/>
41. Department for Business & Trade. (brez datuma e). *Why invest in the UK?* <https://www.great.gov.uk/international/content/investment/why-invest-in-the-uk/>
42. Department for Business and Trade in Department for International Trade. (2023). *The UK's trade agreements*. <https://www.gov.uk/government/collections/the-uks-trade-agreements#trade-agreements-in-force>
43. Department for Business, Energy & Industrial Strategy in Rees-Mogg, J. (2022). *UK government to set its own law for its own people as Brexit Freedoms Bill introduced*. <https://www.gov.uk/government/news/uk-government-to-set-its-own-laws-for-its-own-people-as-brexit-freedoms-bill-introduced>
44. Department for Digital, Culture, Media & Sport. (2022). *UK Digital Strategy*. <https://www.gov.uk/government/publications/uks-digital-strategy/uk-digital-strategy#annex>
45. Department for International Trade in Truss, E. (2019). *UK rises to 8th on World Bank's 'Ease of doing business' index*. <https://www.gov.uk/government/news/uk-rises-to-8th-on-world-banks-ease-of-doing-business-index>
46. Dreem Distillery. (brez datuma). *Our story*. <https://dreemdistillery.co.uk/pages/about>
47. Driscoll, A. M. in Paliwoda, S. J. (1997). Dimensionalizing international market entry mode choice. *Journal of Marketing Management*, 13(1–3), 57–87.
48. Dunning, J. H. (1988). The Eclectic Paradigm of International Production: A Restatement and Some Possible Extensions. *Journal of International Business Studies*, 19(1), 1–31.

49. Dunning, J. H. (2000). The eclectic paradigm as an envelope for economic and business theories of MNE activity. *International Business Review*, 9(2), 163–190.
50. Durmaz, Y. in Taşdemir, A. (2014). A Theoretical Approach to the Methods Introduction to International Markets. *International Journal of Business and Social Science*, 5(6), 47–54.
51. Eden, L. in Dai, L. (2010). Rethinking the O in Dunning’s OLI/Eclectic paradigm. *Multinational Business Review*, 18(2), 13–34.
52. EFSA Panel on Nutrition, Novel Foods and Food Allergens., Turck, D., Bohn, T., Castenmiller, J., De Henauw, S., Hirsch-Ernst, K. I., Maciuk, A., Mangelsdorf, I., McArdle, H. J., Naska, A., Pelaez, C., Siani, A., Thies, F., Tsbouri, S., Vinceti, M., Cubadda, F., Frenzel, T., Heinonen, M., Marchelli, R., ... Knutsen, H. K. (2022). Statement on safety of cannabidiol as a novel food: data gaps and uncertainties. *EFSA Journal* 2022, 20(6).
53. Ekeledo, I. in Sivakumar, K. (1998). Foreign market entry mode choice of service firms: A contingency perspective. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26(4), 274–292.
54. Etemad, H. (2009). Internationalization of Small and Medium-sized Enterprises: A Grounded Theoretical Framework and an Overview. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 21(1), 1–21.
55. European Central Bank. (brez datuma). *Pound sterling (GBP)*. [https://www.ecb.europa.eu/stats/policy\\_and\\_exchange\\_rates/euro\\_reference\\_exchange\\_rates/html/eurofxref-graph-gbp.en.html](https://www.ecb.europa.eu/stats/policy_and_exchange_rates/euro_reference_exchange_rates/html/eurofxref-graph-gbp.en.html)
56. European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction. (2020a). *Cannabidiol (CBD) is not considered a ‘narcotic drug’ under European law*. [https://www.emcdda.europa.eu/news/2020/cannabidiol-cbd-is-not-considered-a-narcotic-drug-under-european-law\\_en](https://www.emcdda.europa.eu/news/2020/cannabidiol-cbd-is-not-considered-a-narcotic-drug-under-european-law_en)
57. European Monitoring Centre for Drugs and Drug Addiction. (2020b). *Low-THC cannabis products in Europe*. Luxembourg: Publications Office of the European Union.
58. Evergate Financial Services. (brez datuma). *Why Hemp Farming is the Next Big Trend* [objava na blogu]. Pridobljeno 21. junija 2023 s <https://www.evangatefs.com/why-hemp-farming-is-the-next-big-trend/>
59. Excite CBD. (brez datuma). *About us: Our story*. <https://www.excitecbd.co.uk/about-2/>
60. Fillis, I. (2002). Barriers to internationalisation: An investigation of the craft microenterprise. *European Journal of Marketing*, 36(7/8), 912–927.
61. Food Standards Agency. (2022a). *Cannabidiol (CBD) guidance for Northern Ireland*. <https://www.food.gov.uk/business-guidance/cannabidiol-cbd-guidance-for-northern-ireland>
62. Food Standards Agency. (2022b). *CBD products linked to novel food applications: England and Wales specific*. <https://www.food.gov.uk/business-guidance/cbd-products-linked-to-novel-food-applications>

63. Food Standards Agency. (2023). *Novel foods authorization guidance*. <https://www.food.gov.uk/business-guidance/regulated-products/novel-foods-guidance>
64. Food Standards Scotland. (brez datuma). *Novel foods: Information for businesses on how to make sure the food products you sell comply with the novel food legislation*. <https://www.foodstandards.gov.scot/business-and-industry/safety-and-regulation/novel-foods-regulation>
65. For the Ageless Team. (2022). *CBD, is it legal in the UK?* [objava na blogu]. <https://www.forthetheageless.com/blogs/cbd-oil-uk-blog/is-cbd-oil-legal>
66. Francis-Devine, B., Harari, D., Keep, M., Bolton, P., Wilson, W., Barton, C. in Mansfield, Z. (2023). *Rising cost of living in the UK*. House of Commons Library. <https://commonslibrary.parliament.uk/research-briefings/cbp-9428/>
67. Gibbs, B., Yates, A. in Liebling, J. (2019). *CBD in the UK: Towards a responsible, innovative and high-quality cannabidiol industry*. Centre for Medicinal Cannabis. [https://www.theaci.co.uk/wp-content/uploads/2020/12/Report\\_-\\_CBD-in-the-UK.pdf](https://www.theaci.co.uk/wp-content/uploads/2020/12/Report_-_CBD-in-the-UK.pdf)
68. Glowik, M. (2009). *Market Entry Strategies: Internationalization Theories, Network Concepts and Cases of Asian firms: LG Electronics, Panasonic, Samsung, Sharp, Sony and TCL China*. München: Oldenbourg Wissenschaftsverlag.
69. Glückler, J. (2006). A Relational Assessment of International Market Entry in Management Consulting. *Journal of Economic Geography*, 6(3), 369–393.
70. Growth from Knowledge. (2023). *Consumer confidence improves by a further three points in June*. <https://www.gfk.com/press/uk-consumer-confidence-improves-on-personal-finances>
71. Harari, D., Keep, M. in Brien, P. (2023). *Coronavirus: Economic impact*. House of Commons Library. <https://commonslibrary.parliament.uk/research-briefings/cbp-8866/>
72. Hazekamp, A. (2018). The Trouble with CBD Oil. *Medical Cannabis and Cannabinoids*, 1(1), 65–72.
73. Hempura. (brez datuma). *Our story*. <https://hempura.shop/hempura/>
74. Hodges, C., Bhatarah, P. in Gibbs, B. (2022). *From containment to nurturing: How the UK can become a world leader in cannabinoid innovation*. The Hodges Review. [https://hodgesreview.com/wp-content/uploads/2022/07/Hodges\\_Review\\_v1\\_7.pdf](https://hodgesreview.com/wp-content/uploads/2022/07/Hodges_Review_v1_7.pdf)
75. Hofstede Insights. (brez datuma). *Country comparison tool*. <https://www.hofstede-insights.com/country-comparison-tool?countries=united+kingdom>
76. Hollensen, S. (2014). *Global marketing* (6. izd.). Pearson Education Limited.
77. Home Office. (2020). *Drug licensing factsheet: cannabis, CBD and other cannabinoids*. <https://www.gov.uk/government/publications/cannabis-cbd-and-other-cannabinoids-drug-licensing-factsheet/drug-licensing-factsheet-cannabis-cbd-and-other-cannabinoids>
78. Hughes, B., Vandam, L., Mounteney, J. in Griffiths, P. (2021). Regulatory approaches to cannabidiol in the European Union: are market developments sowing the seeds of confusion? *Addiction*, 117(1), 3–4.

79. Hutchinson, K., Fleck, E. in Lloyd-Reason, L. (2009). An investigation into the initial barriers to internationalization: Evidence from small UK retailers. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 16(4), 544–568.
80. Hutton, G. (2022). *Industries in the UK*. House of Commons Library. <https://commonslibrary.parliament.uk/research-briefings/cbp-8353/>
81. Incorporated Council of Law for England and Wales. (brez datuma). *The English legal system*. <https://www.iclr.co.uk/knowledge/topics/the-english-legal-system/>
82. International Citizens Insurance. (brez datuma). *The United Kingdom Healthcare System*. <https://www.internationalinsurance.com/health/systems/uk.php>
83. International Organisation for Standardization. (brez datuma). *Country codes*. <https://www.iso.org/obp/ui/>
84. Johanson, J. in Mattsson, L. G. (1987). Interorganizational Relations in Industrial Systems: A Network Approach. Compared With the Transaction Cost Approach. *International Studies of Management and Organization*, 17(1).
85. Johanson, J. in Vahlne, J.-E. (2009). The Uppsala internationalization process model revisited: From liability of foreignness to liability of outsidership. *Journal of International Business Studies*, 40(9), 1411–1431.
86. Johanson, J. in Wiedersheim-Paul, F. (1975). The internationalization of the firm—Four Swedish cases. *Journal of Management Studies*, 12(3), 305–323.
87. Johanson, M. in Kao, P. T. (2010). Networks in internationalisation. *Progress in International Business Research*, 5, 119–142.
88. Kaufmann, D., Kraay, A. in Mastruzzi, M. (2010). *The Worldwide Governance Indicators: Methodology and Analytical Issues*. World Bank Policy Research Working Paper No. 5430. <https://ssrn.com/abstract=1682130>
89. Keep, M. (2023). *The budget deficit: a short guide*. House of Commons Library. <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/SN06167/SN06167.pdf>
90. Kemp, S. (2023). Digital 2023: the United Kingdom. *DataReportal*. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-united-kingdom>
91. Kloris. (2023). *Is CBD legal in the UK? A 2023 update* [objava na blogu]. Pridobljeno 21. junija 2023 s <https://www.kloriscbd.com/blogs/cbd-information/is-cbd-legal-in-the-uk-2020>
92. Koturbash, I. in MacKay, D. (2020). Cannabidiol and Other Cannabinoids: From Toxicology and Pharmacology to the Development of a Regulatory Pathway. *Journal of Dietary Supplements*, 17(5), 487–492.
93. KPMG. (2023). *UK economic update*. <https://assets.kpmg.com/content/dam/kpmg/uk/pdf/2023/06/uk-economic-update.pdf>
94. Kubíčková, L., Votoupalová, M. in Toulouva, M. (2014). Key Motives for Internationalization Process of Small and Medium-Sized Enterprises. *Procedia Economics and Finance*, 12, 319–328.
95. Lachenmeier D. W., Sproll C. in Walch, S. G. (2023). Does Cannabidiol (CBD) in Food Supplements Pose a Serious Health Risk? Consequences of the European Food

- Safety Authority (EFSA) Clock Stop Regarding Novel Food Authorisation. *Psychoactives*, 2(1), 66–75.
96. Lachenmeier, D. W. in Walch, S. G. (2021). Evidence for adverse effects of cannabidiol (CBD) products and their non-conformity on the European food market – response to the European Industrial Hemp Association. *F1000 Research*, 9.
  97. Laghzaoui, S. (2011). SMEs' internationalization: an analysis with the concept of resources and competencies. *Journal of Innovation Economics & Management*, 1(7), 181–196.
  98. Leas, E. C., Moy, N., McMenamin, S. B., Shi, Y., Benmarhnia, T., Stone, M. D., Trinidad, D. R. in White, M. (2021). Availability and Promotion of Cannabidiol (CBD) Products in Online Vape Shops. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 18(13).
  99. Leonidou, L. C. (2004). An Analysis of the Barriers Hindering Small Business Export Development. *Journal of Small Business Management*, 42(3), 279–302.
  100. Li, J., Carvajal, R., Bruner, L. in Kaminski, N. E. (2021). The current understanding of the benefits, safety, and regulation of cannabidiol in consumer products. *Food and Chemical Toxicology*, 157.
  101. Liebling, J. P., Clarkson, N. J., Gibbs, B. W., Yates, A. S. in O'Sullivan, S. E. (2022). An Analysis of Over-the-Counter Cannabidiol Products in the United Kingdom. *Cannabis Cannabinoid Res.*, 7(2), 207–213.
  102. Limb, L. (2021). The UK countryside is ablaze with hemp farms. But how do they help the climate? *Euronews*. <https://www.euronews.com/green/2021/11/11/the-uk-countryside-is-ablaze-with-hemp-farms-but-how-do-they-help-the-climate>
  103. Luo, Y., Hongxin Zhao, J. in Du, J. (2005). The internationalization speed of e-commerce companies: an empirical analysis. *International Marketing Review*, 22(6), 693–709.
  104. Makovec Brenčič, M. in Hrastelj, T. (2003). *Mednarodno trženje*. Ljubljana: Gospodarski vestnik.
  105. Makovec Brenčič, M., Pfajfar, G., Rasković, M., Lisjak, M. in Ekar, A. (2009). *Mednarodno poslovanje*. Ekonomska fakulteta Univerze v Ljubljani.
  106. Martin, M. (2023). How Porter's five forces can help small businesses analyze the competition. *Business News Daily*. <https://www.businessnewsdaily.com/5446-porters-five-forces.html>
  107. McDonald, P. (2023). Evopure Ltd. *29 fascinating CBD statistics UK [updated 2023]*. <https://www.evopure.co.uk/cbd-statistics-uk/>
  108. McDougall, P. P. in Oviatt, B. M. (2000). International Entrepreneurship: The Intersection of Two Research Paths. *Academy of Management Journal*, 43(5), 902–906.
  109. McGregor, I. S., Cairns, E. A., Abelev, S., Cohen, R., Henderson, M., Couch, D., Arnold, J. C. in Gauld, N. (2020). Access to cannabidiol without a prescription: A cross-country comparison and analysis. *International Journal of Drug Policy*, 85.

110. McKinsey & Company. (2022). *How current events are shaping UK consumer behaviour*. <https://www.mckinsey.com/capabilities/growth-marketing-and-sales/our-insights/survey-uk-consumer-sentiment-during-the-coronavirus-crisis>
111. Medicines & Healthcare products Regulatory Agency. (2020). *A guide to what is a medicinal product: MHRA Guidance Note 8*. [https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment\\_data/file/872742/GN8\\_FINAL\\_10\\_03\\_2020\\_\\_combined\\_.pdf](https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/872742/GN8_FINAL_10_03_2020__combined_.pdf)
112. Melin, L. (1992). Internationalization as a Strategy Process. *Strategic Management Journal*, 13, 99–118.
113. Millard, S., Low, H. in Bejarano Carbo, P. (2023). National Institute of Economic and Social Research. *What are the main issues facing the UK economy?* [objava na blogu]. Pridobljeno 21. junija 2023 s <https://www.niesr.ac.uk/blog/what-are-main-issues-facing-uk-economy>
114. Mission C. (brez datuma). *Is CBD legal in the UK?* [objava na blogu]. Pridobljeno 21. junija 2023 s <https://www.missionc.com/blogs/news/is-cbd-legal-in-the-uk>
115. Mort, G. S. in Weerawardena, J. (2006). Networking capability and international entrepreneurship: How networks function in Australian born global firms. *International Marketing Review*, 23(5), 549–572.
116. National Institute for Health and Care Excellence. (2021). *Cannabis-based medicinal products. NICE guideline*. <https://www.nice.org.uk/guidance/ng144/resources/cannabisbased-medicinal-products-pdf-66141779817157>
117. NutraHolistics. (2023). 6 of the best CBD companies in the UK to try. *Norwich Evening News*. <https://www.eveningnews24.co.uk/news/23450975.6-best-cbd-companies-uk-try/>
118. Office for National Statistics. (2020). *Business dynamism in the UK economy: Quarter 1 (Jan to Mar) 1999 to Quarter 4 (Oct to Dec) 2019*. <https://www.ons.gov.uk/businessindustryandtrade/changestobusiness/businessbirthsdeathsandsurvivalrates/bulletins/businessdynamismintheukeconomy/quarter1jantomar1999toquarter4octodec2019>
119. Office for National Statistics. (2022). *Population estimates for the UK, England, Wales, Scotland and Northern Ireland: mid-2021*. <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/populationestimates/bulletins/annualmidyearpopulationestimates/mid2021>
120. Office for National Statistics. (2023a). *Average household income, UK: financial year ending 2022*. <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/personalandhouseholdfinances/incomeandwealth/bulletins/householddisposableincomeandinequality/financialyearending2022>
121. Office for National Statistics. (2023b). *Birth characteristics in England and Wales: 2021*.

- <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/birthsdeathsandmarriages/livebirths/bulletins/birthcharacteristicsinenglandandwales/2021>
122. Office for National Statistics. (2023c). *Conceptions in England and Wales: 2021*. <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/birthsdeathsandmarriages/conceptionandfertilityrates/bulletins/conceptionstatistics/2021>
  123. Office for National Statistics. (2023d). *Deaths registered in England and Wales: 2021 (refreshed populations)*. <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/birthsdeathsandmarriages/deaths/bulletins/deathsregistrationsummarytables/2021refreshedpopulations>
  124. Office for National Statistics. (2023e). *Education, England and Wales: Census 2021*. <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/educationandchildcare/bulletins/educationenglandandwales/census2021>
  125. Office for National Statistics. (2023f). *Employment in the UK: June 2023*. <https://www.ons.gov.uk/employmentandlabourmarket/peopleinwork/employmentandemployeetypes/bulletins/employmentintheuk/june2023>
  126. Office for National Statistics. (2023g). *Family spending in the UK: April 2021 to March 2022*. <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/personalandhouseholdfinances/expenditure/bulletins/familyspendingintheuk/april2021tomarch2022>
  127. Office for National Statistics. (2023h). *Foreign direct investment involving UK companies: 2021*. <https://www.ons.gov.uk/economy/nationalaccounts/balanceofpayments/bulletins/foreigndirectinvestmentinvolvingukcompanies/2021>
  128. Office for National Statistics. (2023i). *International comparisons of UK productivity (ICP), final estimates: 2021*. <https://www.ons.gov.uk/economy/economicoutputandproductivity/productivitymeasures/bulletins/internationalcomparisonsofproductivityfinalestimates/2021>
  129. Office for National Statistics. (2023j). *Long-term international migration, provisional: year ending December 2022*. <https://www.ons.gov.uk/peoplepopulationandcommunity/populationandmigration/internationalmigration/bulletins/longterminternationalmigrationprovisional/yearendingdecember2022>
  130. Office for National Statistics. (2023k). *Research and development expenditure by the UK government: 2021*. <https://www.ons.gov.uk/economy/governmentpublicsectorandtaxes/researchanddevelopmentexpenditure/bulletins/ukgovernmentexpenditureonscienceengineeringandtechnology/2021>
  131. Office for National Statistics. (2023l). *UK trade: April 2023*. <https://www.ons.gov.uk/economy/nationalaccounts/balanceofpayments/bulletins/uktrade/april2023>
  132. Oliver, T. (2023). Reflections: the UK after Brexit. *International Politics*, 1–18.

133. Pett, T. L., Francis, J. D. in Wolff, J. A. (2004). Examining SME Internationalization Motives as an Extension of Competitive Strategy. *Journal of Business and Entrepreneurship*, 16(46).
134. Phillips, L. (2022). Understanding the ACSs of CBD. *Journal of Trading Standards*. <https://www.journaloftradingstandards.co.uk/legal-policy/understanding-the-abcs-of-cbd/>
135. Pineda Ereño, D. (2021). Global regulatory trends in CBD use in food and food supplements. *Regulatory Focus*. <https://www.raps.org/news-and-articles/news-articles/2021/6/global-regulatory-trends-on-cbd-use-in-food-and-fo#citation>
136. Research and Markets. (2021). *Cannabidiol Market Size, Share & Trends Analysis Report by Source Type (Hemp, Marijuana), by Distribution Channel (B2B, B2C), by End-use (Medical, Personal Use), by Region and Segment Forecasts, 2021–2028*. [https://www.researchandmarkets.com/reports/5305339/cannabidiol-market-size-share-and-trends?utm\\_source=GNOM&utm\\_medium=PressRelease&utm\\_code=v5wlb6&utm\\_campaign=1515143+-+Global+Cannabidiol+Market+Report+2021-2028+-+Increasing+Preference+Towards+Cannabis+Extracts+Such+as+Oils+and+Tinctures&utm\\_exec=chdo54prd](https://www.researchandmarkets.com/reports/5305339/cannabidiol-market-size-share-and-trends?utm_source=GNOM&utm_medium=PressRelease&utm_code=v5wlb6&utm_campaign=1515143+-+Global+Cannabidiol+Market+Report+2021-2028+-+Increasing+Preference+Towards+Cannabis+Extracts+Such+as+Oils+and+Tinctures&utm_exec=chdo54prd)
137. Ribau, C. P., Moreira, A. C. in Raposo, M. (2015). Internationalisation of the firm theories: a schematic synthesis. *International Journal of Business and Globalisation*, 15(4), 528–554.
138. Rooth, F. R. (1994). *Entry Strategies for International Markets*. San Francisco: Jossey-Bass Inc.
139. Ruzzier, M. in Konečnik Ruzzier, M. (2007). Internacionalizacija malih in srednjih podjetij: integrativni konceptualni model. *Organizacija (Kranj)*, 40(1), 42–53.
140. Ruzzier, M., Hisrich, R. D. in Antoncic, B. (2006). SME internationalization research: past, present, and future. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 13(4), 476–497.
141. S&P Global. (2023). *Sovereign risk indicators 2023 estimates*. <https://disclosure.spglobal.com/sri/>
142. Shepherd, J. (2022). Social Market Foundation. *Opportunities and constraints of the emerging CBD market*. [https://www.smf.co.uk/commentary\\_podcasts/emerging-cbd-market/](https://www.smf.co.uk/commentary_podcasts/emerging-cbd-market/)
143. Simply CBD. (2023). *What to look out for when switching CBD brands* [objava na blogu]. Pridobljeno 22. junija 2023 s <https://www.simply-cbd.co.uk/blogs/news/what-to-look-out-for-when-switching-cbd-brands>
144. Sivesind, C. (2022). Seguro Group Inc. *Global Cyber Power Shift in New Top 30 Ranking*. <https://www.secureworld.io/industry-news/top-30-national-cyber-power-index>
145. Social Mobility Commission. (2021). *Social Mobility Barometer – the public attitudes to social mobility in the UK*. <https://www.gov.uk/government/publications/social->



- mobility-barometer-2021/social-mobility-barometer-public-attitudes-to-social-mobility-in-the-uk
146. Spisak, A. in Tsoukalis, C. (2023). Tony Blair Institute for Global Change. *Three Years On, Brexit Casts a Long Shadow Over the UK Economy*. <https://www.institute.global/insights/geopolitics-and-security/three-years-brexit-casts-long-shadow-over-uk-economy>
  147. Stacey, L. (2021). International Trade Matters Ltd. *Importing and Exporting CBD products: What you need to know*. <https://internationaltradematters.com/discussion/brexit/importing-and-exporting-cbd-products-what-you-need-to-know/>
  148. Statista. (2023a). *British pound sterling (GBP) to Euro (EUR) exchange rate from Jan 1999 - Jun 21, 2023*. <https://www.statista.com/statistics/1034391/monthly-exchange-rate-gbp-eur-worldwide/>
  149. Statista. (2023b). *UK politics – Statistics & Facts*. <https://www.statista.com/topics/4666/british-politics/#topicOverview>
  150. Strickland, J. C., Jackson, H., Schlien, N. J., Salpekar, J. A., Martin, E. L., Munson, J., Bonn-Miller, M. O. in Vandrey, R. (2021). Cross-sectional and longitudinal evaluation of cannabidiol (CBD) product use and health among people with epilepsy. *Epilepsy & Behaviour, 122*.
  151. Study in the UK. (brez datuma). *UK Education System Guide*. <https://www.studying-in-uk.org/uk-education-system-guide/>
  152. Sturge, G. (2023). *Migration statistics*. House of Commons Library. <https://researchbriefings.files.parliament.uk/documents/SN06077/SN06077.pdf>
  153. Šfiligoj, S. (2023). Essentia Pura d.o.o. *What to know about importing CBD into the UK?* [objava na blogu]. Pridobljeno 21. junija 2023 s <https://essentiapura.com/what-to-know-about-importing-cbd-into-the-uk/>
  154. Tayeb, M. H. (2000). *International business: Theories, Policies and Practices*. Harlow: Pearson/Prentice Hall.
  155. The Economic Times. (2023). *What is 'PEST analysis'*. <https://economictimes.indiatimes.com/definition/pest-analysis>
  156. The Good Level. (brez datuma). *About us*. <https://thegoodlevel.com/about/>
  157. The Editors of Encyclopedia Britannica (2023). Commonwealth. *Encyclopedia Britannica*. <https://www.britannica.com/topic/Commonwealth-association-of-states>
  158. The World Bank. (brez datuma a). *Ease of doing business rankings*. <https://archive.doingbusiness.org/en/rankings>
  159. The World Bank. (brez datuma b). *GDP (current US\$) – United Kingdom*. [https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2022&locations=GB&most\\_recent\\_year\\_desc=false&start=1960](https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.MKTP.CD?end=2022&locations=GB&most_recent_year_desc=false&start=1960)
  160. The World Bank. (brez datuma c). *GDP per capita (current US\$) – United Kingdom*. <https://data.worldbank.org/indicator/NY.GDP.PCAP.CD?locations=GB>

161. The World Bank. (brez datuma d). *Household and NPUSHs Final consumption expenditure* (annual % growth). <https://data.worldbank.org/indicator/NE.CON.PRVT.KD.ZG>
162. The World Bank. (brez datuma e). *Worldwide Governance Indicators* [podatkovna datotetka]. <https://databank.worldbank.org/source/worldwide-governance-indicators>
163. Thomas, L. (2021). JM Wholesale Ltd. *Covid and the rise of the UK CBD market* [objava na blogu]. Pridobljeno 21. junija 2023 s <https://jm-wholesale.co.uk/blogs/blog/covid-and-the-rise-of-the-uk-cbd-market>
164. Toppan Digital Language. (brez datuma). *Understanding the 6 dimensions of UK culture* [objava na blogu]. Pridobljeno 20. junija 2023 s <https://toppandigital.com/translation-blog/understanding-6-dimensions-uk-culture/>
165. Törnroos, Å.-J. (2002). Internationalisation of the firm – a theoretical review with implications for business network research. *18th IMP-conference*. Dijon, France.
166. Trading Economics. (2023a). *Ease of doing business in United Kingdom*. <https://tradingeconomics.com/united-kingdom/ease-of-doing-business>
167. Trading Economics. (2023b). *United Kingdom consumer confidence*. <https://tradingeconomics.com/united-kingdom/consumer-confidence>
168. Trading Economics. (2023c). *United Kingdom consumer spending*. <https://tradingeconomics.com/united-kingdom/consumer-spending>
169. Trading Economics. (2023d). *United Kingdom GDP Growth Rate*. <https://tradingeconomics.com/united-kingdom/gdp-growth>
170. Trading Economics. (2023e). *United Kingdom household disposable income*. <https://tradingeconomics.com/united-kingdom/disposable-personal-income>
171. Transparency International. (2021). *The abcs of the CPI: How the corruption perceptions index is calculated*. <https://www.transparency.org/en/news/how-cpi-scores-are-calculated>
172. Transparency International. (2022). *Corruption Perceptions Index*. <https://www.transparency.org/en/cpi/2022/index/gbr>
173. U. S. Embassy & Consulates in the United Kingdom. (brez datuma). *Policy & history*. <https://uk.usembassy.gov/our-relationship/policy-history/>
174. U. S. Food and Drug Administration. (2023). *FDA and Cannabis: Research and Drug Approval Process*. <https://www.fda.gov/news-events/public-health-focus/fda-and-cannabis-research-and-drug-approval-process>
175. UK Parliament. (brez datuma). *The two-house system*. <https://www.parliament.uk/about/how/role/system/>
176. Ulrich Dyhr, A. M., Hollensen, S. in Boyd, B. (2014). Entry Mode Strategies into the Brazil, Russia, India and China (BRIC) Markets. *Global Business Review*, 15(3), 423–445.
177. United Nations. (2020). *UN commission reclassified cannabis, yet still considered harmful*. <https://news.un.org/en/story/2020/12/1079132>
178. Urits, I., Gress, K., Charipova, K., Habib, K., Lee, D., Lee, C., Jung, J. W., Kassem, H., Cornett, E., Paladini, A., Varrassi, G., Kaye, A. D. in Viswanath, O. (2020). Use of

- cannabidiol (CBD) for treatment of chronic pain. *Best Practice & Research Clinical Anaesthesiology*, 34(3), 463–477.
179. Vernon, R. (1966). International Investment and International Trade in the Product Cycle. *The Quarterly Journal of Economics*, 80(2), 190–207.
  180. Vibes CBD. (brez datuma). *About Vibes CBD*. <https://vibescbd.co.uk/about-us/>
  181. Wąsowska, A. (2016). Perception of Export Barriers at Different Stages of the Internationalization Process - Evidence from European SMEs. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 12(4), 29–49.
  182. Welch, L. S. in Luostarinen, R. (1988). Internationalization: Evolution of a concept. *Journal of General Management*, 14(2), 34–55.
  183. Wheeler, M., Merten, J. W., Gordon, B. T. in Hamadi, H. (2020). CBD (Cannabidiol) Product Attitudes, Knowledge, and Use Among Young Adults. *Substance Use & Misuse*, 55(7), 1138–1145.
  184. Whinder, P. in Musselwhite Steel, V. (2023). Seyfarth Shaw LLP. *Stick or twist? What the UK's Brexit Freedoms Bill might mean for UK employment law*. <https://www.seyfarth.com/news-insights/stick-or-twist-what-the-uks-brexit-freedoms-bill-might-mean-for-uk-employment-law.html>
  185. White, C. M. (2019). A Review of Human Studies Assessing Cannabidiol's (CBD) Therapeutic Actions and Potential. *The Journal of Clinical Pharmacology*, 59(7), 923–934.
  186. Whitelock, J. (2002). Theories of internationalisation and their impact on market entry. *International Marketing Review*, 19(4), 342–347.
  187. Wood, S. (2022). What is the monarch's role in the British government? *The History Channel*. <https://www.history.com/news/what-is-the-queens-role-in-british-government>
  188. Wordbank. (brez datuma). *UK consumer behaviour: What do the British want?* [objava na blogu]. Pridobljeno 20. junija 2023 s <https://www.wordbank.com/us/blog/market-insights/uk-consumer-behavior/>
  189. World Health Organization. (2018). *WHO Expert Committee on Drug Dependence: fortieth report*. Geneva: World Health Organization
  190. World Health Organization. (2019). *WHO Expert Committee on Drug Dependence: forty-first report*. Geneva: World Health Organization.
  191. Yan, H., Wickramasekera, R. in Tan, A. (2018). Exploration of Chinese SMEs' export development: The role of managerial determinants based on an adapted innovation-related internationalization model. *Thunderbird International Business Review*, 60(4), 633–646.
  192. Zayed, Y. (2023). *Constituency data: Religion, 2021 census*. House of Commons Library. <https://commonslibrary.parliament.uk/constituency-data-religion>



## **PRILOGE**



## **Priloga 1: Pristopi internacionalizacije**

### Ekonomski pristop k internacionalizaciji

Ekonomski pristop, ki ima temelje v mainstream ekonomiji, se osredotoča na odnos med podjetjem in njegovim okoljem. Izhaja iz predpostavke, da so podjetja racionalni nosilci odločanja, ki vedno izberejo optimalno rešitev. Ta pristop ne upošteva, da lahko različni odločevalci v isti situaciji izberejo različne strateške poti (Andersson, 2000, str. 65). Po tej teoriji namreč podjetja strateško in zavestno izbirajo lokacijo za tuje naložbe zato, da bi povečala dobičkonosnost in pridobila rento, z morebitnimi sekundarnimi cilji iskanja sredstev ali zaščite dobičkonosnosti in rente (Buckley in drugi, 2007, str. 1070). Ta pristop se pogosto imenuje statični pristop k internacionalizaciji, saj obravnava mednarodno ekspanzijo podjetij kot niz statičnih odločitev, ki jih vodijo premisleki o učinkovitosti ter relativnih stroških in koristih (Clark in drugi, 1997, str. 605).

### *Dunningova eklektična paradigma*

Dunningova (1988; 2000) eklektična paradigma pojasnjuje ključne dejavnike, ki določajo dejavnosti multinacionalnih podjetij v tujini. Glavni argument te teorije je, da se podjetja pri poslovanju v tujini soočajo s stroški in potrebujejo prednosti, da bi te stroške premagala, če želijo vstopiti na tuje trge (Eden in Dai, 2010, str. 15). Posledično trdi, da se mednarodna proizvodnja pojavi, kadar ima podjetje tri vrste prednosti, in sicer lastniške, lokacijske in internacionalizacijske prednosti (Ekeledo in Sivakumar, 1998, str. 276).

Čeprav se je eklektična paradigma pogosto uporabljala za razlago rasti multinacionalnih podjetij v različnih panogah in vrstah dejavnosti, je prišla pod drobnogled v kontekstu ekonomske globalizacije. Devetdeseta leta prejšnjega stoletja so namreč prinesla velike politične in tehnološke spremembe, ki so oblikovale globaliziran trg, na katerem imata veliko vlogo znanje in interkorporativna zaveznitva, ki jih je takratna eklektična paradigma zanemarjala (Ribau in drugi, 2015, str. 533). Kot odgovor na te kritike je Dunning (1998; 2000) rekonceptualiziral svoje tri prednosti. V koncept lastništva je vključil tudi prednosti, ki izhajajo iz odnosov med podjetji (tj. strateških zavezništov), pri lokacijskem vidiku je upošteval vlogo vpliva nacionalnih in regionalnih oblasti na obseg in strukturo lokaliziranih proizvodnih središč, v internacionalizacijske prednosti pa je vključil tudi dinamične cilje, kot sta iskanje strateških sredstev ali zmogljivosti ter iskanje učinkovitosti.

### *Teorija življenjskega cikla izdelka*

Teorijo življenjskega cikla izdelka se pripisuje Raymondu Vernonu (1966). Po tej teoriji se internacionalizacija proizvodnje vedno začne v razvitih državah in se pozneje preseli v manj razvite države; izdelek se najprej proizvaja v matičnem podjetju, nato v njegovih tujih podružnicah in nazadnje kjerkoli na svetovnih trgih, kjer so stroški najnižji (Luo in drugi,

2005, str. 696). Z drugimi besedami, ta model predpostavlja, da izdelki običajno prehajajo skozi tri faze – faze uvajanja, rasti in zrelosti, pri čemer na lokacijo proizvodnje novih izdelkov vpliva bližina inovatorjev njihovim domačim potrošnikom (Almor in drugi, 2006, str. 510).

### *Teorija transakcijskih stroškov*

Teorija transakcijskih stroškov je še posebej uporabna pri pojasnjevanju odločitev o vertikalni integraciji (Whitelock, 2002, str. 343). Začetki teorije transakcijskih stroškov izhajajo iz pionirskega dela Ronalda Coase (1937). Ta teorija preučuje, ali naj podjetje ob odločitvi za vstop na tuji trg to stori z internalizacijo znotraj lastnih organizacijskih meja, na primer z ustanovitvijo podružnice, ali z neko obliko sodelovanja z zunanjim partnerjem. Cilj je analizirati značilnosti transakcije in določiti najučinkovitejši način upravljanja, ki zmanjšuje transakcijske stroške (Hollensen, 2014, str. 78).

### Procesni ali vedenjski pristop k internacionalizaciji

Procesni ali vedenjski pristop k internacionalizaciji se osredotoča na vedenje podjetij. V tem pristopu sta individualno učenje in vloga vodilnih menedžerjev, ki sprejemajo odločitve, ključna dejavnika za razumevanje mednarodnega delovanja podjetij (Andersson, 2000, str. 64–66). Pristop je znan še kot stopenjski pristop k internacionalizaciji, saj je modelom v okviru tega pristopa skupna predstava, da se internacionalizacija odvija po stopnjah (Laghzaoui, 2011, str. 184).

Obstajata dva osnovna stopenjska modela – uppsalski model (U-model) in inovacijsko usmerjen model (I-model) internacionalizacije (Ruzzier in drugi, 2006, str. 482).

### *Uppsalski model internacionalizacije*

Uppsalski model je eden izmed fundamentalnih modelov, ki pojasnjuje procesno naravo internacionalizacije podjetij (Johanson in Vahlne, 2009, str. 1411).

Johanson in Wiedersheim-Paul (1975, str. 308) sta v svoji analizi internacionalizacije štirih švedskih podjetij opredelila zaporedje štirih stopenj, znanih kot »veriga ustanavljanja« (angl. establishment chain), pri čemer vsaka naslednja stopnja predstavlja višjo raven mednarodne udeležbe. Po njunih ugotovitvah v prvi fazi podjetja nimajo rednih izvoznih dejavnosti. V drugi fazi podjetja formalizirajo svoj vstop na tuje trge s sporazumi s posredniki, pogosto agenti, ki zastopajo vodilna podjetja na tujih trgih. Ko se prodaja poveča, v tretji fazi nadomestijo zastopnike z lastnimi prodajnimi organizacijami. V četrti fazi, ko se rast nadaljuje, pa podjetja na tujem trgu ustanovijo lastne proizvodne obrate.



Nadalje tudi trdita, da se internacionalizacija običajno začne na trgih, ki so fizično blizu domačemu trgu, ob upoštevanju dejavnikov, kot so jezik, kultura, politični sistem, stopnja izobrazbe, stopnja industrijskega razvoja, ki so skupno znani kot »psihična razdalja« (angl. *physic distance*) in pogosto korelirajo z geografsko razdaljo (Johanson in Wiedersheim-Paul, 1975, str. 308). Sčasoma pa podjetja običajno vstopajo tudi na trge, ki so bolj oddaljeni v smislu psihične razdalje (Johanson in Vahlne, 2009, str. 1412).

### *Inovacijsko usmerjeni modeli internacionalizacije*

Uppsalski model je služil kot temelj za razvoj inovacijsko usmerjenih modelov internacionalizacije, ki na internacionalizacijo gledajo kot na inovacijski proces podjetja (Andersen, 1993, str. 212). Tako uppsalski model kot inovacijski modeli pri pojasnjevanju procesa internacionalizacije podjetij uporabljajo stopenjski pristop, vendar temeljijo na različnih teoretičnih okvirih. Uppsalski model obravnava internacionalizacijo kot postopen in strukturiran proces učenja v organizaciji, pri čemer daje poudarek izkustvenemu znanju in konceptu psihične razdalje, kot omenjeno v prejšnji točki. Po drugi strani pa inovacijsko usmerjeni modeli vsako stopnjo internacionalizacije obravnavajo kot inovacijo samo po sebi in poudarjajo pomen učenja in pridobivanja znanja v podjetju skozi celoten proces inovacije. Čeprav lahko obstajajo manjše razlike v številu stopenj, ki jih predlagajo različni inovacijsko usmerjeni modeli, pa so si vsi podobni v smislu, da poudarjajo postopen proces učenja (Yan in drugi, 2018, str. 334–335).

Številne študije so pokazale, da mednarodno udejstvovanje spodbujajo posamezniki. Raziskovalci trdijo, da je angažiranost poslovođij dragocen nematerialni vir, ki podjetjem omogoča, da z mednarodnimi dejavnostmi razvijejo konkurenčno prednost. Zlasti v zvezi z inovacijami predlagajo, da so menedžerske percepcije ključne pri obravnavanju negotovosti, ki so povezane z obsežnimi inovacijami. Od zaznavanja privlačnosti izvoznih trgov s strani menedžerjev je namreč odvisno, v kolikšni meri je podjetje motivirano za globalno širitev (Yan in drugi, 2018, str. 336–337).

### *Alternativne teorije internacionalizacije*

Pred razmahom globalizacije so bili nacionalni trgi razdeljeni na segmente, pri čemer so velika podjetja tekmovala predvsem na mednarodnih trgih, manjša podjetja pa so delovala na lokalni ali regionalni ravni. Toda, ko so globalizacijski procesi odpravili ovire, ki so v bližnji preteklosti ločevale konkurenčni prostor malih in velikih podjetij, je postalo praktično nemogoče, da bi neodvisna mala podjetja uspevala tako, da bi se zatekla le na svoje tradicionalno zaščitene trge. Prisiljena so bila tekrovati z multinacionalnimi podjetji ter globalno konkurenčnimi in regionalno prevladujočimi nacionalnimi podjetji, zato so morala razviti potrebne in zadostne pogoje za doseganje zahtevane konkurenčnosti, pri čemer so bila prikrajšana zaradi pomanjkanja zadostnih resursov ter tudi nezadostnih smernic tradicionalnih teorij (Etemad, 2009, str. 1). Posledično so se pojavile alternativne teorije

internacionalizacije, pri čemer sta med akademiki vsesplošno priznavanje dobili dve: teorija omrežij in teorija o globalno rojenih podjetjih (Mort in Weerawardena, 2006).

### *Teorija omrežij*

Teorija omrežja dojema trg kot kompleksen sistem medsebojnih odnosov, kjer podjetja sodelujejo v dolgoročnih razmerjih z različnimi akterji znotraj svojih omrežij. Ta omrežja odnosov veljajo za dragocena nematerialna sredstva podjetij, saj zagotavljajo dostop do tržnih informacij in znanja, ki so nedostopna tistim zunaj omrežja. Znanje se torej lahko pridobi le z izkušnjami iz prve roke in postopnim vključevanjem, saj zunaj omrežji ni prosto dostopno. Teorija omrežij zato vidi internacionalizacijo kot prizadevanje podjetja za vstop in vzpostavitev položaja v tujem poslovnem omrežju, pri čemer to goji odnose s tujimi poslovnimi partnerji (Johanson in Kao, 2010, str. 120). Po Johanson in Mattsson (1987) se ta proces odvija na tri načine: prvič, z vzpostavljanjem povezav s partnerji v prej neraziskanih državah (mednarodna širitev); drugič, s poglobljanjem vključenosti v že vzpostavljena tuja omrežja (penetracija); in tretjič, z vključevanjem svojega položaja v omrežjih v različnih državah (mednarodna integracija).

### *Teorija globalno rojenih podjetij*

Kljub obsežnim empiričnim raziskavam ostaja literatura na temo globalno rojenih podjetij razdrobljena, saj nima celovite teoretične razlage in vzročnih modelov za popolno razumevanje tega pojava (Mort in Weerawardena, 2006, str. 551). Po Hollensenu (2014, str. 88) je globalno rojeno podjetje opredeljeno kot »podjetje, ki že od svojih začetkov sledi viziji postati globalno in se hitro globalizira brez predhodnega dolgoročnega domačega ali internacionalizacijskega obdobja«. Na splošno pa je za globalno rojena podjetja značilna majhnost, saj običajno zaposlujejo manj kot 500 oseb in dosežajo letni prihodek okoli 100 milijonov ameriških dolarjev. Ta podjetja so običajno specializirana za proizvodnjo visokotehnoloških izdelkov, ki so namenjeni specifičnim nišam na mednarodnih trgih. Poleg tega se globalna podjetja že od ustanovitve naprej ponašajo s podjetniško miselnostjo, saj svet dojemajo kot enoten trg in se ne omejujejo na eno državo. Rojeni globalisti na mednarodne trge torej gledajo kot na vire priložnosti in ne kot na ovire, zato se osredotočajo predvsem na doseganje rasti z mednarodno prodajo (Chetty in Campbell-Hunt, 2004, str. 60–61).

## Priloga 2: Regulacija CBD izdelkov v Združenem kraljestvu

Tudi britanska zakonodaja o drogah temelji na predpisih Konvencije ZN iz leta 1961 (Hodges in drugi, 2022, str. 33). Konoplja je v Združenem kraljestvu uvrščena med nadzorovane snovi, saj spada v razred B seznama 2 Zakona o zlorabi drog iz leta 1971 in je navedena v seznamu 1 Predpisov o zlorabi drog iz leta 2001 (angl. Misuse of Drugs Regulations 2001 – MDR 2001). Posedovanje, dobava, proizvodnja, uvoz ali izvoz konoplje so nezakoniti, razen z dovoljenjem Ministrstva za notranje zadeve. Tudi gojenje konoplje je brez dovoljenja Ministrstva za notranje zadeve kaznivo dejanje (Home Office, 2020).

Ministrstvo za notranje zadeve izdaja dovoljenja samo za gojenje rastlin iz odobrenih vrst semen konoplje z vsebnostjo THC, ki ne presega 0,2 odstotka. Ta limit 0,2 odstotka se uporablja izključno za opredelitev sort, ki se lahko potencialno gojijo v Združenem kraljestvu, in za razlikovanje med veljavnimi stopnjami pristojbin, določenimi v Predpisih o zlorabi drog (pristojbine) iz leta 2010 (angl. Misuse of Drugs (Fees) Regulations 2010). Poleg tega Predpisi o konoplji (uvoz iz tretjih držav) iz leta 2002 (angl. Hemp (Third Country Imports) Regulations 2002) določajo, da je treba konopljo iz tretjih držav uvažati z dovoljenjem, razen v posebnih oz. izjemnih okoliščinah (Home Office, 2020).

CBD izdelki so zaradi vsebnosti drugih kanabinoidov prav tako predmet nadzora v skladu z zakonom 1971 in regulacijami 2001. CBD v čisti obliki, izoliran od drugih snovi, ne bi bil reguliran pod temi uredbami, vendar pa Ministrstvo za notranje zadeve opozarja, da je izolacija čistega CBD zahtevna in da je zelo verjetno, da bodo CBD izdelki bodisi nehote bodisi namerno vsebovali druge nadzorovane kanabinoide, kot je THC. Tako se CBD izdelki štejejo za nadzorovane snovi. Posledično morajo CBD izdelki, da bi bili zakonito na voljo za človeško uporabo v Združenem kraljestvu, izpolnjevati bodisi merila za izvzete izdelke (angl. Exempted Products) bodisi spadati v opredelitev »izdelkov na osnovi konoplje za medicinsko uporabo pri ljudeh« (angl. cannabis-based products for medicinal use in humans – CBPM), kot je določeno v regulacijah 2001 (Home Office, 2020).

V skladu z regulacijam 2001 se lahko nekateri izdelki štejejo za »izvzete« iz nadzora, čeprav vsebujejo nadzorovane substance. Da se izdelek šteje za »izvzetega«, mora izpolnjevati naslednja tri merila: (1) ne sme biti namenjen za dovajanje nadzorovane droge (npr. THC) ljudem ali živalim; (2) zapakiran mora biti tako, da ni mogoče enostavno pridobivanje nadzorovane droge ali da pri ekstrakciji ne predstavlja tveganje za zdravje; in (3) nobena posamezna komponenta izdelka ne sme vsebovati več kot en miligram nadzorovane droge. Ministrstvo za notranje zadeve tudi zahteva, da je za izpolnjevanje te opredelitve potrebno testiranje izdelka z analizo celotnega spektra, ki jo opravi neodvisno in licencirano podjetje iz Združenega kraljestva (Home Office, 2020).

Študija, ki je bila izvedena leta 2022 na 29 komercialnih izdelkih CBD, ki so na voljo v Združenem kraljestvu, je pokazala podobne ugotovitve kot študije, opravljene v ZDA in EU.

Večina teh izdelkov ni vsebovala deklarirane količine CBD. Poleg tega je 55 odstotkov izdelkov vsebovalo zaznavne ravni THC. Ta študija je tako potrdila spekulacije Ministrstva za notranje zadeve, da so izdelki CBD, ki so prosto dostopni, pogosto napačno označeni glede svoje vsebnosti CBD in lahko vsebujejo nerazkrite kanabinoide, vključno s kontroliranimi substancami, kar postavlja pomembne skrbi za ranljive potrošnike glede učinkovitosti, stranskih učinkov in testiranja na droge (Liebling in drugi, 2022, str. 211–212).

Novembra 2018 je bila z zakonodajno spremembo uvedena nova kategorija, imenovana »izdelki na osnovi konoplje za medicinsko uporabo pri ljudeh«. Ta sprememba je omogočila, da se ti izdelki prerazporedijo s seznama 1 na manj strog seznam 2 predpisov 2001. Oprelitev »izdelka na osnovi konoplje za medicinsko uporabo pri ljudeh« se nanaša na izdelek ali pripravek, ki (1) vsebuje konopljo, konopljino smolo, kanabinol ali derivat kanabinola; (2) je namenjen za medicinsko uporabo pri ljudeh in (3) je sam zdravilo ali se uporablja kot sestavina pri proizvodnji zdravila. Na podlagi te nove zakonodajne spremembe lahko sedaj specializirani zdravniki predpisujejo izdelke, ki izpolnjujejo omenjene kriterije, ne da bi za to potrebovali dovoljenje Ministrstva za notranje zadeve. Toda podjetja, ki želijo posedovati, dobavljati, proizvajati, izdelovati, uvažati ali izvažati te izdelke, podobno kot druga nadzorovana zdravila s seznama 2, pa morajo še vedno pridobiti dovoljenje Ministrstva za notranje zadeve (Home Office, 2020).

Regulacija medicinskih izdelkov v Združenem kraljestvu spada tudi v pristojnost že omenjene MHRA. Trenutno ta agencija še ni licencirala nobenega »izdelka na osnovi konoplje za medicinsko uporabo pri ljudeh«. Kljub temu pa je na trgu vseeno na voljo nekaj nelicenciranih »izdelkov na osnovi konoplje za medicinsko uporabo pri ljudeh« (znanih tudi kot »specials«), kot so Tilray, Bedrolite, Bedica in Aurora (Advisory Council on the Misuse of Drugs, 2020), ki jih lahko predpisujejo le specialisti, ki so na registru Splošnega zdravniškega sveta (angl. General Medical Council – GMC) (Hodges in drugi, 2022, str. 24).

Poleg tega je leta 2016 MHRA izdala izjavo, v kateri je navedla, da je potrebno izdelke, ki vsebujejo CBD in so namenjeni medicinski uporabi, urejati kot zdravila. To pomeni, da morajo pridobiti dovoljenje za promet (angl. marketing authorisation), preden se lahko zakonito prodajajo, dobavljajo ali oglašujejo v Združenem kraljestvu (Medicines & Healthcare products Regulatory Agency, 2020).

Natančneje, v Združenem kraljestvu morajo imeti vsa zdravila, ki se dajejo na trg, dovoljenje za promet v skladu s Predpisi o zdravilih za uporabo v humani medicini iz leta 2012 (angl. Human Medicines Regulations 2012). Prodaja, dobava ali oglaševanje zdravila brez ustreznega dovoljenja pa se šteje za kaznivo dejanje. Da se izdelek uvrsti med zdravila, mora izpolnjevati naslednji dve merili: (1) ima lastnosti za zdravljenje ali preprečevanje bolezni pri ljudeh in (2) lahko se uporablja ali dovaja ljudem z namenom obnovitve, popravljanja ali spreminjanja fizioloških funkcij s farmakološkim, imunološkim ali presnovnim delovanjem

ali za namene medicinske diagnoze (Medicines & Healthcare products Regulatory Agency, 2020).

Decembra 2019 je MHRA v Združenem kraljestvu izdala dovoljenja za dve CBD zdravili na recept: Sativex in Epidyolex. Zdravilo Sativex je odobreno za zdravljenje spastičnosti pri odraslih z multiplo sklerozo, zdravilo Epidyolex pa za zdravljenje epileptičnih napadov, povezanih s sindromom Lennox-Gastaut in Dravetovim sindromom. Poleg teh dveh v Združenem kraljestvu ni drugih izdelkov, ki vsebujejo CBD in so pridobili dovoljenje za promet kot zdravila na recept (National Institute for Health and Care Excellence, 2021).

Toda čeprav se izdelki CBD brez recepta ne smejo zakonito oglaševati kot zdravila, potrošniki številne od teh izdelkov uporabljajo iz medicinskih razlogov (Conservative Drug Policy Reform Group, 2020, str. 67).

Ker je večina izdelkov CBD, ki so na voljo za komercialne namene v Združenem kraljestvu, kategorizirana kot živila, jih ureja FSA v Angliji in Walesu oziroma enakovredni regulativni organi v drugih jurisdikcijah (Pineda Ereño, 2021). Živilski izdelki z izvlečki CBD so bili v Združenem kraljestvu in EU priznani kot nova živila januarja 2019. Zahvaljujoč temu morajo od takrat naprej živilski izdelki CBD pridobiti dovoljenje preden se lahko zakonito prodajajo v Veliki Britaniji. Trenutno na trgu ni na voljo nobenih s strani agencije odobrenih izvlečkov ali izolatov CBD (Food Standards Agency, 2022b).

Pred Brexitom so bila nova živila tista, katera je EK uvrstila v katalog novih živil. Vsako podjetje, ki je želelo tržiti novo živilo, je za to potrebovalo dovoljenje EFSA. Če je ta za nek proizvod izdala dovoljenje, so bili uvrščeni na »seznam Unije« (angl. Union List). Izvajanje uredbe o novih živilih pa je bilo v pristojnosti držav članic, kar je v Združenem kraljestvu pomenilo oddelkov trgovinskih standardov (angl. Trading Standards Departments). Po izstopu iz EU se je Združeno kraljestvo odločilo, da bo za CBD izdelke izvajalo podoben postopek za nova živila, kot ga je izvedla EFSA (Phillips, 2022). Po Brexitu tako za trg CBD v Združenem kraljestvu zakonodaja EU ne velja več, razen na Severnem Irskem (Pineda Ereño, 2021).

Kot je bilo že večkrat omenjeno, je FSA odgovorna za zagotavljanje varnosti hrane v Angliji in Walesu, medtem ko so Standardi za živila na Škotskem (angl. Food Standards Scotland, v nadaljevanju FSS) odgovorni za Škotsko (Pineda Ereño, 2021).

FSA predpisuje, da mora industrija CBD za svoje izdelke predložiti vlogo, ki bo nek CBD izdelek klasificirala kot novo živila, s čimer pridobi odobritev, da se lahko trži. Čeprav te odobritve trenutno nima še noben CBD izdelek, pa je agencija zaradi razširjenost živil in prehranskih dopolnil, ki vsebujejo CBD, na trgu Združenega kraljestva podjetjem dovolila, da še naprej prodajajo svoje izdelke, ki so že bili na trgu pred 13. februarja 2020, ko je agencija objavila rok za predložitev vlog za nova živila – določila je, da morajo vsa CBD

podjetja vloge predložiti najkasneje do 31. marca 2021. Podjetja lahko tako svoje CBD izdelke prodajajo le, če so predložila vlogo za klasifikacijo svojih izdelkov kot nova živila pred 31. marcem 2021, ter so le-ti v teku odobritve s strani FSA. Da se lahko podjetje svoje CBD izdelke trži v Združenem kraljestvu, pa mora tudi s toksikološkim poročilom dokazati, da so varni, ustrezno deklarirani in ne vsebujejo nedovoljene količine THC (Food Standards Agency, 2022b). Standardi za živila na Škotskem so sprejeli drugačen pristop in ne dovoljujejo prodaje izdelkov, razvrščenih kot nova živila, na škotskem trgu, dokler ne prejmejo popolne odobritve s strani FSA (Food Standards Scotland, brez datuma; Pineda Ereño, 2021).

V skladu s sporazumom med Združenim kraljestvom in EU pa morajo podjetja, ki nameravajo na Severnem Irskem tržiti živila in prehranska dopolnila, ki vsebujejo CBD, upoštevati zahteve in postopke iz zakonodaje EU (Pineda Ereño, 2021). Posledično morajo podjetja, ki želijo tržiti izdelke s CBD na Severnem Irskem, še naprej predlagati vloge za odobritev novih živil Evropski komisiji, ki jih mora ta odobriti (Food Standards Agency, 2022a).

Od 1. januarja 2021 je FSA prejela več kot 900 vlog za nova živila, ki vsebujejo CBD v Angliji in Walesu. Približno 680 od teh vlog je bilo zavrnjenih, dodatnih 42 pa so jih vlagatelji prostovoljno umaknili. 31. marca 2022 pa je objavila seznam dovoljenih izdelkov CBD, ki bodo še naprej na voljo v prodaji, dokler ne bo izdana popolna tržna odobritev, pričakovana do konca leta 2023. Na tem seznamu je skoraj 12.000 CBD izdelkov (Delaney, 2022d, 2022b).

Medtem ko je za določanje regulacij FSA, so za nadzor maloprodajnega trga CBD v Združenem kraljestvu pristojni Trgovinski standardi (angl. Trading Standards). Ta organ deluje na lokalni ravni in ukrepa proti podjetjem, ki nezakonito poslujejo s CBD izdelki. Pristojen je za takojšno odstranitev CBD izdelkov s trga, ki niso na seznamu FSA (Delaney, 2022f).

Uvoz CBD izdelkov v Združenem kraljestvu je enako zahteven postopek z veliko birokracije. Na splošno ni strogih zahtev za uvoz CBD izdelkov v Združenem kraljestvu, če je vsebnost THC pod mejo zaznavnosti (tj. 1 mg na embalažo). Izjema od tega so CBD cvetovi, ki so nezakoniti ne glede na vsebnost THC. Podjetja, ki uvažajo CBD prehranske izdelke na britanski trg, potrebujejo še dovoljenje FSA v Angliji in Walesu ali FSS na Škotskem ali EK na Severnem Irskem. Poleg tega podjetja potrebujejo še certifikat analize o sestavi CBD izdelkov tako s strani proizvajalca kot zunanega neodvisnega laboratorija v Združenem kraljestvu. Če pa naj bi bil CBD izdelek tržen kot zdravilo, pa potrebuje tudi licenčni dokument od MHRA, da bo zakonito prodajan v Združenem kraljestvu (Šfiligoj, 2023; Stacey, 2021)

Nasprotno, če uvoženi izdelki vsebujejo zaznavne količine THC, bo ta CBD izdelek potreboval uvozno dovoljenje od Ministrstva za notranje zadeve, saj bo razvrščen kot nadzorovana droga in ga lahko britanska mejna služba zaseže, če nima ustrezne dokumentacije. Podjetje bo prav tako potrebovalo profil pri Nacionalnem sistemu za nadzor drog (angl. National Drugs Control System – NDS) za pridobitev uvoznega dovoljenja ter veljavno domače dovoljenje, preden bo lahko zaprosilo za omenjen profil (Stacey, 2021).

Nadalje je uvoz CBD izdelkov v Združeno kraljestvo iz območja EU preprostejši kot uvoz izven EU, saj zahteva manj dokumentacije. Podjetja sicer še vedno potrebujejo zgoraj omenjeno dokumentacijo, kot je certifikat analize in odobritev za klasifikacijo kot novo živilo, vendar pa je postopek preprostejši v smislu, da Združeno kraljestvo priznava večino certifikatov, ki jih izdajajo agencije v EU, zato certifikati na lokalni ravni niso potrebni (Šfiligoj, 2023).

Uvoz izven EU je nekoliko bolj zapleten. Uvoznik izven EU mora namreč imeti tudi številko registracije in identifikacije gospodarskih subjektov (angl. Economic Operators Registration and Identification number – EORI number). Podjetja morajo prav tako plačati lokalno carino in davek na dodano vrednost. Za plačilo dajatev morajo tudi izpolniti uvozno deklaracijo, ki jo morajo skupaj s vsemi spremljajočimi dokumenti predložiti carini. Pomembni spremljajoči dokumenti vključujejo seznam pakiranja, račun, certifikat analize (lokalni in proizvajalčev), druga dovoljenja, kot je dovoljenje FSA ali medicinsko dovoljenje, če je potrebno. Ker je uvoz blaga izven EU zahteven, se uvozniki običajno poslužujejo posredniških podjetij ali carinskih agentov za izpolnjevanje teh postopkov, ki imajo veliko izkušenj s trženjem CBD izdelkov na britanskem trgu (Šfiligoj, 2023).

Združeno kraljestvo ima tudi prostotrgovinski sporazum z mnogimi državami izven EU, kot sta Japonska in Avstralija. Prostotrgovinski sporazum običajno pomeni, da ni treba plačevati lokalnih carinskih dajatev, ampak le DDV. Postopek uvoza iz teh držav je zato precej podoben uvozu iz EU (Šfiligoj, 2023).

### **Priloga 3: Vodilna podjetja CBD izdelkov v Združenem kraljestvu**

#### Vibes CBD

Vibes CBD je eno od pionirskih podjetij CBD v Združenem kraljestvu, ustanovljeno leta 2020, ki se ukvarja s trajnostnim kmetovanjem. Konopljo pridobiva neposredno iz ZDA in ne uporablja rastlin konoplje, ki so bile obdelane z agresivnimi kemičnimi pesticidi ali herbicidi. Izdelujejo izdelke CBD, ki so prijetni za uživanje, saj proizvajajo CBD izdelke, v katerih naravni zemeljski okus CBD prekrivajo z dodatkom različnih sadnih izvlečkov naravnega izvora. Vse njihove izdelke testira tudi zunanji neodvisni laboratorij, ki zagotavlja, da tako kakovost kot raven varnosti ustrezajo industrijskim standardom. Njihovi izdelki so na voljo v potenci 1000 mg in 2000 mg CBD na 10 ml, medtem ko za prve uporabnike priporočajo svojo paleto aromatiziranih kapljic olja CBD (NutraHolistics, 2023; Vibes CBD, brez datuma).

#### Blessed CBD

Podjetje Blessed CBD, ustanovljeno leta 2018, je zaradi svoje neprimerljive pozornosti za varnost CBD eno najbolj spoštovanih vodilnih podjetji na trgu v Združenem kraljestvu. Osnovno načelo njihovega poslovanja je transparentnost. Prepričani so, da imajo njihove stranke pravico vedeti, od kod prihajajo njihovi izvlečki CBD, kako so izdelani in kaj je sestavni del vsakega izdelka. Prav tako poskrbijo, da so izdelki CBD izdelani v skladu z najvišjimi zakonskimi standardi. Vsi njihovi izdelki so proizvedeni v skladu z britansko uredbo o novih živilih in so laboratorijsko testirani, da bi zagotovili, da ne presegajo koncentracije THC 1 mg na izdelek. Njihovi izdelki so različnih jakosti: najmočnejši vsebujejo 1800 mg, najšibkejši pa 500 mg CBD na 10 ml. Ponujajo tako CBD s širokim kot tudi polnim spektrom (NutraHolistics, 2023; Blessed CBD, brez datuma).

#### Dreem Distillery

Dreem Distillery je podjetje, specializirano za izdelke CBD, ki so namenjeni zdravljenju nespečnosti. Ustanovila ga je Hayley Dawes, ki je po letih težav s spanjem odkrila CBD kot spojino, ki pomaga doseči miren in krepčilni spanec. Dreem distillery ponuja samo CBD širokega spektra, saj trdi, da izolat CBD ni idealen za obnovitev spanja, saj naj bi kombinacija različnih kanabinoidov in terpenov iz konoplje bolje delovali skupaj za uravnavanje in izboljševanje spanca. Njihove oljne kapljice CBD in topikalije za nego kože imajo jakost od 100 mg do 1600 mg CBD na 10 ml. Vsi njihovi izdelki za kopel in telo so obogateni tudi z njihovim patentiranim kompleksom Dreem za večjo sproščenost, ki ga sestavljajo CBD širokega spektra, arnika, brinjevec in sivka (NutraHolistics, 2023; Dreem Distillery, brez datuma).



## Excite CBD

Excite CBD je majhno družinsko podjetje iz Glasgowa na Škotskem. Je ena od edinih blagovnih znamk CBD s sedežem v Združenem kraljestvu, ki ima vse dele svoje dobavne linije v samem Združenem kraljestvu. Njihova ponudba izdelkov vključuje topikalije, žvečilke CBD, e-tekočine in oljne kapljice CBD. Pri vseh svojih izdelkih izvajajo tudi laboratorijske teste, ki jih opravijo zunanji laboratoriji, in ponujajo enega največjih razponov vsebnosti CBD na 10 ml, pri čemer je najvišja vsebnost 10.000 mg na stekleničko. Poleg tega so izdelki Excite CBD tudi široko dostopni, saj medtem ko številne najboljše blagovne znamke CBD prodajajo samo neposredno prek svoje spletne strani, je izdelke Excite CBD mogoče najti tudi v maloprodajnih trgovinah, kot sta Holland & Barret ali Boots (NutraHolistics, 2023; Excite CBD, brez datuma).

## Hempura

Hempura, ustanovljena leta 2017, je ena najmlajših blagovnih znamk olja CBD v britanski industriji CBD. Ponuja nekatere od najčistejših izdelkov CBD na trgu, saj svoje izdelke pridobiva z najsodobnejšo tehnologijo na skrbno nadzorovanih ekoloških kmetijah v EU. Hempura je najbolj znana po svoji vsestranskosti. Njihovi izdelki se razlikujejo po vsebnosti CBD od 300 mg do 3000 mg na 10 ml, kar pomeni, da imajo na voljo opcijo za uporabnike CBD vseh ravni izkušenj. Ponujajo tudi aromatizirane možnosti za ljudi, ki niso ljubitelji surovega, zemeljskega okusa čistih kapljic olja CBD. Leta 2021 so izdali tudi izdelek z imenom Precision CBD Sport for Athletes, ki je namenjen posebej športnikom, ki so podvrženi testiranju na prisotnost drog, in zagotavlja absolutno ničelno vsebnost THC (NutraHolistics, 2023; Hempura, brez datuma).

## The Good Level

Podjetje Good Level je namenjeno začetnikom in se osredotoča na proizvodnjo nepredelanih izdelkov CBD iz konoplje, ekološko pridelane v Združenem kraljestvu in na Irskem. Pri tem uporabljajo posebno metodo ekstrakcije s hladnim stiskanjem, ki jim omogoča previdno in naravno sproščanje koristnih spojin iz rastline konoplje. Njihovi izdelki so nato obogateni z oljčnim oljem, oljem MCT ali oljem konopljinih semen, da imajo sladek, rahlo zemeljski okus. Vsak njihov izdelek je tudi neodvisno testiran v neodvisnem laboratoriju, poročila o laboratorijskih preiskavah pa so na voljo na njihovi spletni strani. Prodajajo samo izdelke s polnim spektrom CBD, katerih jakost se razlikuje od 2,5 do 5 odstotkov (NutraHolistics, 2023; The Good Level, brez datuma).