

## USMERNENIE K OPRÁVNENOSTI AKTIVÍT

Výzva na predkladanie žiadostí o podporu prostredníctvom vouchera je zameraná na podporu MSP v pozícii vývozců s cieľom napomôcť prezentácii jeho vlastných produktov alebo služieb na zahraničnom trhu.

### 1. EXPORTNÝ POTENCIÁL PODNIKU

Exportným potenciálom podniku sa rozumie schopnosť podniku vstúpiť na zahraničné trhy s vlastným produktom alebo službou a dlhodobu na nich pôsobiť. **Exportný potenciál podniku je posudzovaný najmä na základe týchto kritérií:**

- existencia vlastného produktu, služby alebo technologického riešenia, ktoré je výsledkom vlastného vývoja, výroby alebo integrácie (in-house),
- pripravenosť produktu alebo služby na komercializáciu na zahraničných trhoch,
- identifikovaná cieľová skupina a trh.

Pre účely tejto výzvy sa rozlišujú nasledovné formy exportných aktivít:

#### 1.1 Priama forma exportu

Priamou podporou exportu sa rozumie podpora aktivít podniku, ktoré smerujú k prezentácii, ponuke a predaju vlastných produktov alebo služieb na zahraničných trhoch prostredníctvom:

- prezentácie vlastných výrobkov, technológií alebo služieb,
- aktívnej účasti na obchodných rokovaniach s potenciálnymi odberateľmi.

Priama forma exportu predstavuje oprávnenú aktivitu na financovanie prostredníctvom vouchera.

#### 1.2 Nepriama forma exportu

Nepriamou podporou exportu sa rozumie podpora aktivít, ktoré majú sprostredkovaný charakter.

Jedná sa najmä o:

- účasť na vzdelávacích, konferenčných alebo networkingových podujatiach bez aktívnej prezentácie vlastného riešenia,
- využívanie alebo propagácia riešení tretích strán, najmä napr. marketingové nástroje, e-commerce platformy, agregátory, marketplace riešenia,
- aktivity zamerané primárne na zvyšovanie marketingových alebo obchodných kompetencií bez priamej väzby na konkrétny exportný produkt.

Nepriama forma exportu nie je oprávnenou aktivitou na financovanie prostredníctvom vouchera.

### 2. OPIS - OPRÁVNENÉ A NEOPRÁVNENÉ PODUJATIA

#### 2.1 Opis oprávnených podujatí – veľtrhy a výstavy

Za veľtrh alebo výstavu sa považuje podujatie, ktoré spĺňa nasledovné charakteristiky:

- ekonomicky orientované podujatie zamerané na prezentáciu produktov a služieb, a nadväzovanie obchodných vzťahov,
- zahŕňa fyzickú výstavnú časť (expozičné stánky), kde vystavovatelia prezentujú svoje riešenia,
- umožňuje priamu interakciu medzi ponukou a dopytom (B2B alebo B2C rokovania),

- vytvára priestor pre obchodné rokovania a prezentáciu produktov.
- Veľtrhy predstavujú platformu, kde dochádza k stretu výrobcov, dodávateľov a odberateľov, pričom ich podstatou je prezentácia exponátov a riešení a priama obchodná komunikácia.

## 2.2 Opis neoprávnených podujatí

Za neoprávnené podujatia sa považujú najmä:

- konferencie, semináre, workshopy alebo networkingové podujatia bez výstavnej časti,
- podujatia, kde výstavná časť tvorí len doplnkovú alebo marginálnu aktivitu bez významnej účasti vystavovateľov,
- podujatia zamerané primárne na vzdelávanie alebo marketing (napr. e-commerce konferencie bez relevantnej expo časti).

## 2.3 Iné:

Podujatie kombinujúce konferenčnú a výstavnú časť môže byť považované za oprávnené v prípade, ak:

- výstavná časť tvorí podstatnú časť podujatia,
- počet a rozsah vystavovateľov zodpovedá charakteru veľtrhu,
- podnik sa zúčastňuje ako vystavovateľ (nie ako návštevník alebo účastník konferencie).

## 3. PRÍKLADY – OPRÁVVENÉ A NEOPRÁVVENÉ AKTIVITY

### 3.1 Príklady oprávnených aktivít:

- podnik prezentuje na veľtrhu vlastný fyzický produkt (napr. strojársky výrobok, technologické zariadenie, spotrebný produkt) prostredníctvom vlastného výstavného stánku,
- IT spoločnosť prezentuje vlastnú softvérovú platformu alebo SaaS riešenie, ktoré bolo vyvinuté in-house,
- startup prezentuje vlastnú digitálnu službu alebo aplikáciu, pričom vystupuje ako vystavovateľ a vedie obchodné rokovania,
- e-commerce spoločnosť prezentuje vlastnú technologickú platformu alebo riešenie (napr. vlastný e-shop engine, logistický systém, analytický nástroj), ktorý sama vyvinula a ponúka na trhu ako produkt.

### 3.2 Príklady neoprávnených aktivít:

- účasť na podujatí, ktoré nemá výstavný charakter,
- účasť na networkingovom alebo vzdelávacom podujatí bez prezentácie vlastného produktu alebo služby,
- prezentácia marketingových stratégií alebo obchodných postupov bez väzby na vlastný produkt,
- prezentácia platformami tretích strán bez vlastného technologického riešenia.

### 3.3 Osobitné ustanovenie pre digitálne riešenia a e-commerce:

V prípade digitálnych riešení, vrátane e-commerce, sa za oprávnený považuje produkt alebo služba, ktorá predstavuje vlastnú technologickú platformu alebo riešenie podniku.