

UDK: 339.923  
Bibliid 0543-3657, 62 (2011)  
God. LXII, br. 1144, str. 78–86.  
Pregledni članak  
Primljen: 12. oktobar 2011. godine

*Ivan VIG*  
*Prof. dr Pero PETROVIĆ<sup>1</sup>*

## Implementacija i konsolidacija *Trade Point* programa UNCTAD

### SAŽETAK

Konferencija Ujedinjenih nacija o trgovini i razvoju (UNCTAD) inicirala je 1992. godine program *Trade Point*, a 2000. potpisala ugovor o transferu sa Svetskom *Trade Point* federacijom (WTPF) koja je formirana kao međunarodna nevladina organizacija čiji je cilj da malim i srednjim preduzećima (MiSP) olakša pristup na međunarodna tržišta, naročito koristeći potpuno ažuriranje informacija i komunikacione tehnologije. Federacija nudi svoje usluge MiSP preko svog websajta [www.tradepoint.org](http://www.tradepoint.org), kao i preko mreže ljudskih resursa od preko 120 *Trade Point* članova lociranih u više od osamdeset zemalja širom sveta. *Trade Point* funkcioniše po principu *one-stop-shops* preko kojih klijenti dobijaju pun opseg trgovinskih informacija, trgovinsku asistenciju i usluge elektronske trgovine koje su im potrebne za trgovinu na međunarodnom planu. Korišćenjem usluga WTPF i njenih *Trade Point* članova, MiSP mogu da dobiju pristup najnovijim informacijama i telekomunikacionim tehnologijama i uslugama, da sa svojim proizvodima upoznaju potencijalne klijente i da nađu poslovne partnere u drugim zemljama. UNCTAD i dalje Federaciji pruža pomoć (kao domaćin njenog Sekretarijata u Ženevi) pod produženim mandatom dobijenom od strane njenih država članica.

*Ključne reči:* UNCTAD, WTPF, *Trade Point*, MiSP, međunarodna trgovina, informacije, mreža.

<sup>1</sup> Ivan Vig, master, predsednik *Trade Point* Beograd. E-mail: [vig@herm.us](mailto:vig@herm.us). Prof. dr Pero Petrović, naučni savetnik, Institut za međunarodnu politiku i privredu Beograd. E-mail: [pera@diplomacy.bg.ac.rs](mailto:pera@diplomacy.bg.ac.rs). Rad je realizovan u okviru projekta „Srbija u savremenim međunarodnim odnosima: strateški pravci razvoja i učvršćivanja položaja Srbije u međunarodnim integrativnim procesima – spoljnopolitički, međunarodno-ekonomski, pravni i bezbednosni aspekti” Ministarstva prosvete i nauke Republike Srbije, broj 179029, za period 2011–2014.

## 1. Predstavljanje

Generalna skupština Ujedinjenih nacija (UN), potvrđujući ubjeđenje da je međunarodna saradnja u trgovini i razvoju vitalna za svetski privredni rast, formirala je 1964. godine Konferenciju Ujedinjenih nacija o trgovini i razvoju – UNCTAD (*United Nations Conference on Trade and Development*), kao svoj glavni organ u oblasti trgovine i razvoja, i to kao međuvladinu organizaciju sa sedištem u Ženevi, sa međunarodnim članstvom, delokrugom posla, odnosno prisustvom na međunarodnoj sceni, čije su članice 193 suverene države. Cilj UNCTAD je da pomogne u oblikovanju aktuelnih političkih debata i razmatranja o razvoju, a posebno da obezbedi da domaće politike i međunarodne akcije obostrano podrže postizanje znatnog razvoja.

Na Konferenciji Ujedinjenih nacija o trgovini i razvoju 1992. godine diskutovalo se o efikasnosti trgovine i upotrebi elektronske razmene podataka radi smanjenja troškova transakcija. Jula 1995, UNCTAD je organizovao Svetski simpozijum o efikasnosti trgovine u Kolumbusu, Ohajo. Podnaslov simpozijuma bio je „Nove tehnologije za efikasnu globalnu trgovinu; Trgovinska mreža (*Trade Point Network*) UNCTAD”. Simpozijum je okupio ministre trgovine, izvršne direktore i više zvaničnike koji su se fokusirali na nove tehnologije u oblastima bankarstva, osiguranja, transporta, telekomunikacija i informacija za trgovinu. Unapređivanje međunarodnih standarda za elektronsko trgovanje bila je ključna komponenta simpozijuma. Simpozijum je takode lansirao i svetski proces ublažavanja tehničkih i proceduralnih barijera koje sprečavaju najsiromašnije zemlje da u potpunosti učestvuju u svetskoj trgovini. Na kraju 1999. godine, 114 zemalja učestvovalo je u Trgovinskom (*Trade Point*) programu UNCTAD.

Na devetoj sednici UNCTAD, maja 1996, novi mandat UNCTAD tražio je da se bavi:

- interesima zemalja u razvoju;
- konkurencijom u odnosu na zakon i okruženje u zemljama u razvoju;
- pomoći malim i srednjim preduzećima; kao i da
- konsoliduje Trgovinsku mrežu.

## 2. Misija *Trade Point* kancelarije uz podršku Vlade

Misija *Trade Point* kancelarije je unapređenje privrednog razvoja pružanjem pomoći i podrške sektoru malih i srednjih preduzeća, jačanjem preduzetničkog duha i podsticanjem ekonomskog razvoja. *Trade Point* kancelarija u Beogradu sprovodi programe i projekte u saradnji sa Vladom i državnim sektorom, i uz uključivanje privatnog sektora.

### Podrška Vlade

Program *Trade Point* iniciran je od strane Konferencije Ujedinjenih nacija o trgovini i razvoju, koja je međuvladin organ sa zadatkom izveštavanja vlada njenih zemalja članica. UNCTAD može da pruži pomoć

samo ako to zahteva dotična zemlja. Zato je preduslov za osnivanje *Trade Pointa* dopis od strane vlade određene zemlje u kojem se izražava interes za osnivanje *Trade Pointa*, kao i preporuka odgovarajućeg nacionalnog organa sa kojim bi UNCTAD trebalo da sarađuje na projektu. Stoga su vlade tradicionalno – i odlučujuće – pružale političku pomoć *Trade Pointu*.

Pored toga, od samog početka, razvoj *Trade Pointa* najčešće je finansiran iz nacionalnih izvora, izuzev ograničenog broja tehničkih projekata saradnje koje podržavaju donatori. Prema podacima iz dobijenih izveštaja, 50% *Trade Point* – Trgovinskih centara, locirano je u javnom sektoru (obično u institucijama koje sponzorise vlada), i još 19% u entitetima u mešovitom/privatnom vlasništvu. Vlade stoga pružaju važan, ako ne i odlučujući doprinos osnivanju *Trade Pointa* (putem početne investicije) i njegovom poslovanju (pokrivanjem troškova poslovanja, kao što su troškovi za kancelarije, plate i/ili troškovi telekomunikacija).

Još jedna važna oblast u kojoj *Trade Point* može da profitira od podrške vlade jeste pristup trgovinskim informacijama u posedu vlade. Kao što je navedeno u poglavlju o uslugama, informacije o trgovinskim propisima i procedurama odlučujuće su za pružanje savetodavnih usluga kod transakcija međunarodne trgovine. Vlade takođe „poseduju” i statističke informacije, a ponekad i informacije o cenama izvezenih i uvezenih proizvoda, i druge podatke koji su vrlo relevantni za međunarodnu trgovinu.

Vlada, ili u širem smislu javni sektor, takođe može da pruži mogućnosti *Trade Pointu* u poslovima kojima se stvara prihod tako što će napraviti određene porudžbine.

Predstavništva međunarodnih organizacija sa sedištem u Beogradu registruje Protokol Ministarstva spoljnih poslova – MSP, kada prođu proceduru na Vladi Republike Srbije. Za otpočinjanje procedure potrebno je da predstavništvo Međunarodne organizacije inicira sporazum sa Vladom, o kojem svoje mišljenje daju nadležni resori.

Na osnovu Zakona o ministarstvima, član 3: „Ministarstvo spoljnih poslova obavlja poslove državne uprave koji se odnose na spoljnu politiku i održavanje odnosa Republike Srbije s drugim državama, međunarodnim organizacijama i institucijama.”

### 3. Ciljevi i usluge *Trade Pointa*

Ciljevi *Trade Pointa* su sledeći:

- aktivan doprinos privrednom razvoju pružanjem pomoći vladinim, državnim organima i privatnim društvima;
- pomoć socijalnim i privrednim telima sprovođenjem projekata za razvoj teritorija;
- povećanje učešća lokalnih, uglavnom malih i srednjih preduzeća, u svetskoj trgovini; i

- širenje informacija u vezi sa trgovinom i mogućnostima trgovine i ulaganja.

**Usluge koje pruža Trade Point** kancelarija mogu se podeliti na tri glavne kategorije:

*Usluge koje se odnose na ekonomski i socijalni razvoj teritorija, i to:*

- savetovanje, obuka i podrška za lokalne, evropske i međunarodne programe i projekte;
- planovi i projekti koji se odnose na lokalni i evropski razvoj u vezi sa programima i procedurama Ujedinjenih nacija, Evropske komisije i drugih međunarodnih tela;
- pomoć za strategije razvoja, marketinga i planova prodaje, ekonomske, finansijske i marketinške studije izvodljivosti;
- pomoć u podršci teritorijama, javnim i/ili privatnim institucijama, međunarodnim organizacijama i preduzetnicima, tokom procesa upravljanja;
- pomoć pri sakupljanju sredstava i prijava za donacije i zajmove programa međunarodnih institucija (Svetske banke, Evropske investicione banke, Evropske Unije); i
- usluge koje se odnose na inicijative ekonomskog razvoja.

*Usluge koje se odnose na proces internacionalizacije, i to:*

- međunarodna vidljivost kompanija članica na veb sajtu Svetske federacije trgovačkih punktova i na veb sajtu *Trade Pointa*;
- organizacija trgovinskih seminara i posebnih događaja, trgovinskih misija i učešća u trgovinskim sajmovima, organizacija poslovne saradnje;
- slanje ponuda i zahteva sistemu Elektronskih trgovinskih mogućnosti (*Electronic Trading Opportunities, ETO*) preko WTPF veb sajta;
- registracija u Sistem imenika globalne trgovine WTPF (GTDS);
- traganje za poslovnim partnerima;
- istraživanje i proučavanje tržišta, analiza stranog tržišta;
- informacije o investicionim projektima i programima zemalja koje učestvuju u programu *Trade Pointa*; i
- savetodavne usluge koje se odnose na trgovinske transakcije i međunarodna partnerstva, usluge prevođenja i pomoći u poslovnoj komunikaciji.

*Usluge koje se odnose na informacije i trgovinsku pomoć, i to:*

- informacije o spoljnotrgovinskim postupcima koji se primenjuju u drugim zemljama;
- korisne adrese organizacija i usluga u vezi sa trgovinom, u zemljama u kojima se primenjuje program *Trade Pointa*;
- pristup imenicima proizvođača, trgovinskih kompanija, savetodavnih kompanija, itd., u ponudi svakog od trgovačkih punktova;

- česta obaveštenja u vezi sa vestima, razvojem, međunarodnim sporazumima i odlukama i investicijama u celom svetu; i
- savetodavne usluge koje se odnose na međunarodne trgovinske transakcije.

Usluge *Trade Pointa* obezbeđuju se po umerenoj ceni (a ponekad i besplatno), sa opštim ciljem povećanja učešća MiSP u međunarodnoj trgovini.

#### 4. Osnovne karakteristike *Trade Point* kancelarije

Želimo da naglasimo koje su ključne uloge i nadležnosti *Trade Point* kancelarije. Svetska *Trade Point* federacija (*World Trade Point Federation*, WTPF) osnovana je novembra 2000. od strane UNCTAD kao međunarodna nevladina organizacija, sa ciljem da međunarodna tržišta otvori novim učesnicima i učini ih konkurentnijim dajući im pristup najnaprednijim tehnologijama elektronskog trgovanja i mrežama informacija. Cilj WTPF je razvoj *Trade Point* mreže u bliskoj saradnji sa zemljama članicama, uz pridržavanje svojih razvojnih ciljeva i pomoći slabijim igračima u međunarodnoj trgovini. Nadležno državno telo šalje službeni zahtev za otvaranje *Trade Point* kancelarije na osnovu kojeg će u zakonskim okvirima biti formirana kancelarija.

WTPF je potreban partner na kojeg se može osloniti i koji će pomoći u otvaranju *Trade Point* centra. Na ovaj način WTPF je od samog početka siguran da projekat otvaranja *Trade Point* kancelarija ima podršku vlade određene zemlje. Zvanični zahtev predstavlja garanciju da u toj državi postoji obaveza prema filozofiji i principima delovanja *Trade Pointa* i da će novootvorena kancelarija imati svu potrebnu podršku tokom razvoja i poslovanja.

Pored ovoga, podrška vlade: pruža dodatno poverenje; pomaže da se slika o *Trade Point* centru poboljša; omogućava lakši pristup informacijama kroz postojeće mreže na lokalnom ili državnom nivou; pruža priliku da se na pozitivan način u samoj državi donesu mere koje će olakšati trgovinu i razvoj.

*Trade Point* će poštovati filozofiju i principe navedene u programu *Trade Pointa* i imaće jasan pravni identitet na osnovu kojeg će obavljati poslovanje.

#### 5. Kako dobiti operativni status

Postoji čitav niz smernica za osnivanje *Trade Point* centra. Ove smernice nisu samo niz formalnosti. Mnogo rada uloženo je kako bi se one pripremile i svaki navedeni korak u planu rada ima svoj smisao. Ključni elementi u planu rada za otvaranje i početak poslovanja *Trade Point* centra su sledeći:

**Zvanični zahtev** – Prvi korak je da nadležno državno telo pošalje službeni zahtev u kojem se zahteva otvaranje *Trade Point* kancelarije i da

odredi koje će telo na lokalnom nivou biti nadležno za izvršenje ovog zadatka i otvaranje kancelarije, zato što:

- WTPF ima potrebu za partnerom na kojeg može da se osloni i koji će pružiti pomoć u otvaranju *Trade Point* centra;
- na ovaj način WTPF od samog početka može da bude siguran da projekat otvaranja *Trade Point* kancelarija ima podršku vlade; i
- zvanični zahtev predstavlja garanciju da u toj državi postoji obaveza prema filozofiji i principima delovanja *Trade Pointa* i da će novoootvorena kancelarija imati svu potrebnu podršku tokom svog razvoja i poslovanja.

**Pravni okvir za otvaranje *Trade Point* centra** – Cilj smernica koje se odnose na pravni okvir za otvaranje *Trade Point* centra je da se osigura da će *Trade Point* biti osnovan kao vladina, međuvladina ili nevladina neprofitna organizacija i da će poštovati filozofiju i principe navedene u programu *Trade Pointa*, kao i da će imati jasan pravni identitet na osnovu kojeg će obavljati poslovanje, i to:

- da bi *Trade Point* počeo sa radom na jasnim i čvrstim pravnim temeljima, što podiže ugled institucije; i
- da bi to bio garant uspešnosti i trajnosti *Trade Pointa*.

Nedostatak adekvatnog pravnog okvira dovodi u opasnost samo postojanje *Trade Pointa*, posebno u uslovima kada je politička situacija u državi promenljive prirode ili takva da smanjuje mogućnosti ostvarenja budžeta.

**Potpisivanje „Uslova i odredbi“** – To je dokument koji bi trebalo da potpiše ono pravno lice koje osniva *Trade Point* čim se ispune svi preuslovi za osnivanje i otvaranje *Trade Point* centra. Dokument je službeni, pravno obavezujući akt koji potpisuju WTPF i *Trade Point* ili pravno lice, a u njemu se navode sve obaveze i dužnosti obe ugovorne strane. Ovo zato što:

- kada obe ugovorne strane potpišu ovaj dokument to je za UNCTAD garancija da će se od samog početka poštovati i ispunjavati ciljevi navedeni u programu *Trade Pointa*;
- istovremeno to je garancija za WTPF da će svi *Trade Point* centri težiti da ispune ove ciljeve i da će poštovati politiku WTPF;
- predstavlja garanciju za *Trade Point* da će WTPF ispunjavati svoje obaveze; i
- predstavlja garanciju svim stranama da će program *Trade Pointa* biti održiv tokom dužeg perioda i da će se primenjivati kroz pravno obavezujuće odredbe.

**Biznis plan** – WTPF je svestan da postoje ogromne razlike među situacijama na lokalnom nivou širom sveta, i zbog toga se slaže da bi struktura i način poslovanja *Trade Point* centara trebalo da se razlikuje od zemlje do zemlje. Ne postoji univerzalni model koji bi odgovarao svim uslovima, te sama ova fleksibilnost još više naglašava potrebu da svaki

*Trade Point* ima svoj biznis plan u kojem će objasniti kako planira da posluje na lokalnom nivou, i kako da oblikuje svoje usluge prema zahtevima sredine, a da ostane ekonomski održiv. Dobar biznis plan svakako je fundamentalan u svakom poslu, a *Trade Point* centri nisu izuzetak u tom pogledu. WTPF nudi centralizovane usluge i razvija pomoćni materijal koji može da bude koristan u radu *Trade Point* centara na rešenjima na lokalnom nivou, da osmisle izlaz na tržište, da obezbede finansijsku održivost i doprinesu dobrom poslovanju cele *Trade Point* mreže. Ovo se postiže biznis planom.

„Mreža” je ovde ključna reč: ne smemo zaboraviti da smo svi mi deo mreže, a ne niz izolovanih centara koji su svi povezani sa jednim centrom. Ovakva koncepcija mreže oslanja se na ideju da se zajednički olakša trgovina i razmene relevantne informacije, što doprinosi uzajamnom jačanju uz zajednički napor.

Biznis plan je analitičko sredstvo koje omogućava *Trade Point* centru da: oceni uslove na lokalnom tržištu; jasno definiše ciljeve; odredi ciljnu grupu; osmisli realnu marketinšku strategiju; napravi realno ostvarivu strukturu usluga; pruži neophodne informacije; projektuje realan budžet; osmisli buduće planove i projekte; na ovaj način napravi okvir koji je dovoljno fleksibilan da se adaptira na licu mesta, ako to situacija bude zahtevala.

Nakon potpisivanja „Uslova i odredbi”, osnivanja *Trade Point* centra i završnih priprema za početak poslovanja, prvi preduslovi za početak rada su ispunjeni, ostalo je još samo da WTPF odobri biznis plan koji je napravila *Trade Point* kancelarija u osnivanju.

**Integrisani vebsajt** – Ovo je riznica podataka koja *Trade Point* centrima pruža priliku da pokažu svoje podatke o situaciji na lokalnom nivou potencijalnim kupcima, prodavcima i investitorima iz inostranstva. On je jedinstvena prilika da lokalno postane globalno i isplati se svaki napor da se istražuju svi linkovi i podlinkovi na sajtu, i to:

- zato što je sajt operativan i koristan samo ako ga koriste svi centri;
- zato što se na taj način ostvaruje vizuelni utisak i veći uticaj;
- zato što se strategija WTPF brenda oslanja na to; i
- zato što čitava filozofija WTPF mreže počiva na tome.

Da bi počeo sa radom, jedan *Trade Point* centar mora najpre da usvoji integrisani vebsajt i ugasi ostale elektronske prezentacije koje ima.

**Upis preduzeća u GTDS** (*Global Trade Directory System*) napravljen je sa ciljem da bude prvi centar koji ostvaruje prihod, a *Trade Point* centri nude ga svojim klijentima kao deo osnovnog paketa usluga koji ide uz članstvo u *Trade Pointu*. Važno je napomenuti da:

- GTDS ostaje prazan okvir sa malo novoostvarene vrednosti koja se može ponuditi, ako *Trade Point* centri ne podstiču lokalna preduzeća da se upišu;
- upis u GTDS otvara put ka ostalim uslugama koje nude *Trade Point* centri, a na taj način stvara se i veći prihod; i

- upisivanjem preduzeća u GTDS širi se koncepcija „lanca poverenja“.

Kada novi *Trade Point* centri i WTPF potpišu „Uslove i odredbe“, obavezuju se da će pridoneti upisu određenog broja preduzeća u GTDS. Podrazumeva se da je potrebno izvesno vreme kako bi marketinška strategija *Trade Point* centra zaživela i da je najverovatnije nemoguće na samom početku doprineti upisu dogovorenog broja preduzeća, ali kako bi krenuo sa poslovanjem jedan *Trade Point* centar mora pokazati da ostvaruje značajan napredak po ovom pitanju, da je počeo sa upisom preduzeća i da se spisak upisanih preduzeća već može naći na sajtu zajedno sa spiskom proizvoda koje nude.

**Primena smernica za brendiranje** – Brendiranje WTPF primenjuje se ne samo putem interneta već i na *Trade Point* kancelarijskom materijalu, vizitkartama, poslovnim oznakama, svom reklamnom i promotivnom materijalu i oglasima tokom trgovačkih promocija. Zašto je važno koristiti isključivo usvojeni *Trade Point* logo koji se nalazi u smernicama za brendiranje? Zato što:

- najjači uticaj na tržište postiže se jedinstvom;
- ako svaki *Trade Point* centar koristi svoj logo, to šteti jedinstvenom nastupu WTPF; i
- ako se ne koristi službeni logo to takođe narušava snagu *Trade Point* mreže kao celine.

Kako bi jedan *Trade Point* centar počeo sa radom, mora unapred u potpunosti da primeni sve što je navedeno u smernicama, a posebno da prestane da koristi neke druge simbole ili logo osim službenih, i da započne sa: stalnom upotrebom integrisanog vebsajta i zatvaranjem i gašenjem ostalih internet prezentacija; stalnom primenom smernica za brendiranje i isključivom upotrebom službenog logoa na internetu, na štampanim materijalima, plakatima, oznakama i sl.; obavezanim popunjavanjem godišnjeg obrasca o aktivnostima *Trade Pointa*, svake godine; upisivanjem lokalnih preduzeća u GTDS; redovnim ETO; zadržavanjem neprofitnog karaktera *Trade Point* centra; kao i očuvanjem svih *Trade Point* principa.

Delokrug posla UNCTAD i njegovi ciljevi od sveopšteg su javnog interesa, ali često imaju konkretan cilj pred sobom, kao što je formiranje *Trade Point* kancelarije.

Predmet i sadržaj rada *Trade Pointa* kao sastavnog dela UNCTAD, realizacija je njegovog projekta. Preduslov za osnivanje *Trade Point* kancelarije je dopis vlade jedne države, u kojem izražava svoju zainteresovanost za osnivanje *Trade Pointa* i preporuku odgovarajućeg nacionalnog organa sa kojim bi UNCTAD trebalo da sarađuje na projektu. Stoga vlade tradicionalno – i suštinski – pružaju političku podršku *Trade Pointu*.

Ovakav zahtev svojevremeno je uputila i Vlada Srbije, a sa njim se saglasio nadležni resor, Ministarstvo za međunarodne ekonomske odnose.

Pošto je Srbija država kontinuiteta, podrazumeva se da su zahtev i pozitivno mišljenje i dalje na snazi.

S obzirom na to da je 50% *Trade Pointova* locirano u javnom sektoru, vlade pružaju važan, ako ne i odlučujući doprinos u razvoju *Trade Point* kancelarije. U konkretnom slučaju, u Srbiji *Trade Point* kancelarija ima obezbeđena sredstva donatora i nudi programe koji su definisani samom Deklaracijom. Vlada, ili u širem smislu korišćen termin „javni sektor“, pruža podršku *Trade Point* kancelariji, angažovanjem za određene projekte.

### *Bibliografija*

1. Konferencija Ujedinjenih nacija o trgovini i razvoju 1992. godine.
2. *Trade Point* program UNCTAD 1999. godine.
3. Novembra 2000. osnivanje međunarodne nevladine organizacije WTPF.
4. Smernice, Izjava o misiji, Odredbe i uslovi, Priručnik, Plan i program WTPF.
5. Bilteni WTPF.

Ivan VIG, MA  
Pero PETROVIĆ, Ph.D.

### IMPLEMENTATION AND CONSOLIDATION OF UNCTAD TRADE POINT PROGRAMME

#### ABSTRACT

In 1992, the United Nations Conference on Trade and Development (UNCTAD) had launched the Trade Point Programme, while in 2000 it signed the Agreement of Transfer with the World Trade Point Federation (WTPF). This institution was established as a non-governmental organisation. Its objective is to facilitate the access to international markets to small and medium enterprises (SMEs), especially by using full information update and communication technology. The Federation offers its services to SMEs through its web site [www.tradepoint.org](http://www.tradepoint.org) as well through the human resources network, which includes more than 120 Trade Points that are located in more than 80 countries all over the world. The Trade Point works as “one-stop-shops” through which a client gains a full range of trade information, trade assistance and e-trading. In order to do business on international markets by using the services of WTPF and its Trade Point members SMEs can make access to the latest information and telecommunication technologies and services, inform their potential partners of their products and find business partners in other countries. UNCTAD keeps on helping the Federation (as a host of its Secretariat in Geneva) under the extended mandate of its member states.

*Key words:* UNCTAD, WTPF, Trade Point, SME, international trade, information, network.