

সমকাল

2 2 SEP 2025

এসএমই ফাউন্ডেশনের আলোচনা রপ্তানিতে নানা হয়রানির শিকার হন উদ্যোক্তারা

■ সমকাল প্রতিবেদক

পণ্য রপ্তানির ক্ষেত্রে ক্রেতার পক্ষ থেকে পাওনা পরিশোধ, স্যাম্পল পাঠানো, অনলাইন লেনদেনসহ বিভিন্ন ক্ষেত্রে কাস্টমস, বাংলাদেশ ব্যাংক, পেমেন্ট গেটওয়ে প্রতিষ্ঠান এবং ব্যাংকগুলোর পক্ষ থেকে নানা ধরনের হয়রানির শিকার হন এসএমই উদ্যোক্তারা। ফলে রপ্তানি পণ্যের ন্যায্য দাম, ক্রেতাকে সময়মতো পণ্য পাঠাতে আস্থার সংকটের পাশাপাশি নিজেদের ব্যবসায়ও লোকসানের মুখে পড়তে হয় তাদের।

গতকাল রোববার রাজধানীতে এক গোলটেবিল বৈঠকে এসএমই খাতের উদ্যোক্তারা এসব কথা তুলে ধরেন। এসএমই ফাউন্ডেশনের উদ্যোগে এবং ভিসার সহায়তায় আগারগাঁও পর্যটন ভবনের শেলপ্রপাত মিলনায়তনে আয়োজিত 'এসএমই উদ্যোক্তাদের পণ্য রপ্তানি সহজ করা এবং বিশ্ববাজারে যুক্ত করতে সহায়তার উপায়' শীর্ষক এই গোলটেবিল বৈঠকের আয়োজন করা হয়। এসএমই ফাউন্ডেশনের এক সংবাদ বিজ্ঞপ্তিতে এ তথ্য জানানো হয়।

বিজ্ঞপ্তিতে বলা হয়, অনুষ্ঠানের প্রধান অতিথি প্রধান উপদেষ্টার আন্তর্জাতিক বিষয়-সংক্রান্ত বিশেষ দূত লুৎফে সিদ্দিকী উদ্যোক্তাদের এসব সমস্যা শুনে তাৎক্ষণিকভাবে উপস্থিত সংশ্লিষ্ট সরকারি ও বেসরকারি প্রতিষ্ঠানের প্রতিনিধিদের সমাধানের নির্দেশনা প্রদান করেন। তিনি বলেন, এমএসএমই উদ্যোক্তাদের পণ্য রপ্তানির বাধা দূর করতে উদ্যোগ নেবে সরকার।

এসএমই ফাউন্ডেশনের চেয়ারপারসন মো. মুসফিকুর রহমানের সভাপতিত্বে আলোচনা সভায় বিশেষ অতিথি ছিলেন প্রধান উপদেষ্টার কার্যালয়ের সচিব (সংযুক্ত) মো. মাহমুদুল হোসাইন খান, বাংলাদেশ ব্যাংকের ডেপুটি গভর্নর নুরুল নাহার এবং উইমেন এন্ট্রাপ্রেনিওর অ্যাসোসিয়েশন বাংলাদেশের সভাপতি নাসরীন ফাতেমা আউয়াল। স্বাগত বক্তব্য দেন এসএমই ফাউন্ডেশনের ব্যবস্থাপনা পরিচালক আনোয়ার হোসেন চৌধুরী। মূল প্রবন্ধ উপস্থাপন করেন এসএমই ফাউন্ডেশনের উপব্যবস্থাপনা পরিচালক মো. নাজিম হাসান সাত্তার।





মালয়েশিয়ার কুয়ালালামপুরের বিভিন্ন সুপারমার্কেটে বাংলাদেশি প্রতিষ্ঠান প্রাণের বিভিন্ন পণ্য পাওয়া যায়। এর মধ্যে রয়েছে বিভিন্ন ধরনের জুস, স্ন্যাক্স, বিস্কুট, চকলেট প্রভৃতি। সম্প্রতি কুয়ালালামপুরের একটি সুপারমার্কেটে প্রাণের পণ্য কিনছেন দুই ক্রেতা। ছবি: প্রাণের সৌজন্যে

সম্ভাবনা আটকে আছে শুষ্কবাধায়

মালয়েশিয়ার পণ্য বাজার

বাংলাদেশ ও মালয়েশিয়ার দ্বিপাক্ষীয় বাণিজ্য প্রায় ২৮০ কোটি ডলারের। বাংলাদেশের রপ্তানি ২৫-৩০ কোটি ডলার, যা মোট বাণিজ্যের ৮-১০ শতাংশ।

শফিকুল ইসলাম, কুয়ালালামপুর থেকে

দক্ষিণ-পূর্ব এশিয়ার দেশ মালয়েশিয়া বাংলাদেশের অন্যতম প্রধান শ্রমবাজার। আট লাখের বেশি প্রবাসী বাংলাদেশি শ্রমিক কাজ করেন দেশটিতে। দুই দেশের মধ্যে বাণিজ্যিক সম্পর্ক দিন দিন বৃদ্ধি পেলেও তাতে বাংলাদেশের হিস্যা অনেক কম। বিশেষ করে উচ্চ শুষ্ক বাধার কারণে দেশটিতে বাংলাদেশের পণ্য রপ্তানি আশানুরূপ বাড়ছে না।

বাংলাদেশ থেকে পণ্য রপ্তানির ক্ষেত্রে মালয়েশিয়াকে ২০ থেকে সর্বোচ্চ ৩০ শতাংশ পর্যন্ত শুষ্ক দেন বাংলাদেশি ব্যবসায়ীরা। অথচ ভারত, চীন ও পাকিস্তানের মতো প্রতিযোগী দেশগুলো শুষ্কমুক্ত বা কম শুষ্ক-সুবিধায় দেশটিতে পণ্য রপ্তানি করছে। কারণ, এসব দেশের সঙ্গে মালয়েশিয়ার দ্বিপাক্ষীয় মুক্ত বাণিজ্য চুক্তি বা এফটিএ রয়েছে। এফটিএ না থাকায় মালয়েশিয়াতে পণ্য রপ্তানির ক্ষেত্রে বাংলাদেশি রপ্তানিকারকেরা তীব্র প্রতিযোগিতার মুখে পড়ছেন।

২৮০ কোটি ডলারের বাণিজ্য

বর্তমানে বাংলাদেশ ও মালয়েশিয়ার মধ্যে মোট দ্বিপাক্ষীয় বাণিজ্যের পরিমাণ প্রায় ২৮০ কোটি মার্কিন ডলারের। এর মধ্যে বাংলাদেশ রপ্তানি করে মাত্র ২৫-৩০ কোটি ডলারের পণ্য, যা মোট বাণিজ্যের মাত্র ৮-১০ শতাংশ।

বাংলাদেশে তেল (বিশেষত পাম তেল), ইলেকট্রনিকস ও অন্যান্য যন্ত্রপাতি, রাসায়নিক ও সার, নির্মাণসামগ্রী ও খাদ্যপণ্য রপ্তানি করে মালয়েশিয়া। আর বাংলাদেশ থেকে মূলত তৈরি



প্রতিযোগী দেশগুলোর সঙ্গে পাল্লা দিয়ে রপ্তানি বাড়াতে হলে এফটিএর বিকল্প নেই। তবে পণ্যের পাশাপাশি সেবা খাতের মাধ্যমেও বাণিজ্য-ঘাটতি পূরণের সুযোগ রয়েছে।

মোসাম্মাত শাহানারা মনিকা, উপহাইকমিশনার, বাংলাদেশ হাইকমিশন, মালয়েশিয়া

পোশাক, বিভিন্ন ধরনের কৃষি প্রক্রিয়াজাত পণ্য, হিমায়িত খাদ্য এবং ভোক্তাসামগ্রী রপ্তানি হয় মালয়েশিয়াতে। বাংলাদেশের প্রাণ গ্রুপ, স্কয়ার, আকিজ গ্রুপ, ওয়ালটন, মুন্সু সিরামিকসহ বেশ কিছু প্রতিষ্ঠান এসব পণ্য রপ্তানি করে থাকে। এ ছাড়া তৈরি পোশাক খাতের বিভিন্ন কোম্পানি দেশটিতে পণ্য রপ্তানি করে।

তবে মালয়েশিয়ার ভোক্তা বাজার অনেক বড়। সঠিক নীতি গ্রহণ করলে এই বাজারে প্রবেশের সুযোগ রয়েছে বাংলাদেশের সামনে। মালয়েশিয়ার পরিসংখ্যান বিভাগের তথ্য অনুসারে, দেশটিতে প্রায় সাড়ে তিন কোটি লোকের বাস। এ ছাড়া দেশটিতে ২১ লাখের বেশি বিদেশি কর্মী রয়েছেন, যার প্রায় ৩৮ শতাংশের বেশি বাংলাদেশি (৮ লাখের বেশি)।

হালাল পণ্যের বৃহৎ বাজার

মালয়েশিয়ার বহির্ভূর্তী বাণিজ্য উন্নয়ন করপোরেশনের (ম্যাট্রেড) তথ্য অনুসারে, দেশটিতে হালাল খাদ্যপণ্যের বাজার প্রায় ৫ হাজার কোটি (৫০ বিলিয়ন) ডলারের বেশি। এসব পণ্যের চাহিদা মেটাতে দেশটি ভারত, চীন, ইন্দোনেশিয়া, থাইল্যান্ডসহ প্রতিবেশী বিভিন্ন দেশ থেকে প্রায় ২ হাজার কোটি (২০ বিলিয়ন) ডলারের পণ্য আমদানি করে। বাংলাদেশও দেশটিতে হালাল পণ্য রপ্তানি শুরু করেছে। তবে এখনো তা পরিমাণে খুব কম, মাত্র ৪ থেকে ৫ কোটি ডলারের আশপাশে।

প্রাণ-আরএফএল গ্রুপের চেয়ারম্যান আহসান খান চৌধুরী বলেন, 'মালয়েশিয়াতে বাংলাদেশ থেকে পণ্য রপ্তানির সবচেয়ে বড় বাধা দেশটির সঙ্গে কোনো ব্যবসায়িক চুক্তি না থাকা। এ কারণে ভারত, পাকিস্তান ও চীনের সঙ্গে প্রতিযোগিতা সক্ষমতায় পিছিয়ে পড়তে হচ্ছে।'

বাংলাদেশ-মালয়েশিয়া চেম্বার অব কমার্সের পরিচালক মাহবুব আলম শাহ বলেন, 'ভারত-পাকিস্তানের সঙ্গে বাণিজ্য চুক্তি থাকায় তারা বাজার দখল করেছে। এ বাজারে বাংলাদেশি পণ্যের ৩০ শতাংশ শুষ্ক দিয়ে টিকে থাকা কঠিন।'

বাণিজ্য চুক্তির অগ্রগতি কম

মালয়েশিয়ার সঙ্গে প্রায় এক দশক ধরে এফটিএ নিয়ে অনানুষ্ঠানিক আলোচনা করছে বাংলাদেশ। কিন্তু সেটি এখনো আনুষ্ঠানিক আলোচনার টেবিলে ওঠেনি। তবে সাম্প্রতিক সময়ে এই প্রক্রিয়ায় কিছুটা গতি এসেছে।

মালয়েশিয়ায় বাংলাদেশ দূতাবাস জানিয়েছে, বর্তমানে মালয়েশিয়ার সঙ্গে ভারত, পাকিস্তানসহ প্রায় ১৪টি দেশের মুক্ত বাণিজ্য চুক্তি (এফটিএ) রয়েছে। গত প্রায় এক দশক ধরে বাংলাদেশের সঙ্গে এফটিএ করার জন্য নানা সময়ে উদ্যোগ নেওয়া হলেও তা আলোর মুখ দেখেনি। তবে অন্তর্বর্তী সরকারের প্রধান অধ্যাপক মুহাম্মদ ইউনুস গত আগস্টের মাঝামাঝি সময়ে মালয়েশিয়া সফর করেন। এর পর থেকে দুই দেশের মধ্যে এফটিএ নিয়ে পুনরায় আলোচনা শুরু হয়েছে।

মালয়েশিয়ায় নিযুক্ত বাংলাদেশের ভারপ্রাপ্ত হাইকমিশনার (উপহাইকমিশনার) মোসাম্মাত শাহানারা মনিকা বলেন, 'মালয়েশিয়ায় আমাদের বাজার সম্ভাবনা প্রচুর, কিন্তু শুষ্ক ও বিধিনিষেধের সহজীকরণ ছাড়া টিকে থাকা কঠিন।' তিনি জানান, এফটিএ নিয়ে আলোচনায় অগ্রগতি হয়েছে। ২০২৫ সালের মাঝামাঝি সময়ে আনুষ্ঠানিক আলোচনা শুরু হতে পারে।

শাহানারা মনিকা আরও বলেন, প্রতিযোগী দেশগুলোর সঙ্গে পাল্লা দিয়ে রপ্তানি বাড়াতে হলে এফটিএর বিকল্প নেই। পণ্যের পাশাপাশি সেবা খাতের মাধ্যমেও বাণিজ্য-ঘাটতি পূরণের সুযোগ রয়েছে।

বণিক বার্তা

22 SEP 2025

ব্রাজিলের সয়াবিন রফতানিতে ধীরগতি

বণিক বার্তা ডেস্ক ■

ব্রাজিলের সয়াবিন রফতানি সেপ্টেম্বরে গত বছরের একই সময়ের তুলনায় কমেছে। দেশটির সেক্রেটারিয়েট অব ফরেন ট্রেড (এসইসিইএক্স) জানিয়েছে, ১-১২ সেপ্টেম্বর পর্যন্ত ব্রাজিলের মোট সয়াবিন রফতানির পরিমাণ ছিল ২৭ লাখ ১৮ হাজার টন। গত বছরের একই সময় এ পরিমাণ ছিল ৬১ লাখ ৬ হাজার টন। খবর ইউকেআরএগ্রোকনসাল্ট। এসইসিইএক্সের হিসাব অনুযায়ী, সেপ্টেম্বর পর্যন্ত ব্রাজিলের দৈনিক গড় সয়াবিন রফতানির পরিমাণ হতে পারে ২ লাখ ৭১ হাজার ৮০০ টন, যা বার্ষিক গড়ের তুলনায় ৬ দশমিক ৫ শতাংশ কম এবং গত বছরের একই সময়ের তুলনায় ৩০ শতাংশ কম। এ সময় রফতানি থেকে আয় হতে পারে ১১৪ কোটি ডলার, যা গত বছরের সেপ্টেম্বরের ২৫৯ কোটি ডলারের তুলনায় অর্ধেকেরও কম। এ সময় গড় রফতানি মূল্যও কিছুটা কমেছে। সেপ্টেম্বরে প্রতি টন সয়াবিনের দাম ছিল ৪১৯ ডলার ১০ সেন্ট, যা গত বছরের একই সময়ের তুলনায় ১ শতাংশ কম। এর আগে আগস্টে ব্রাজিলের সয়াবিন রফতানি পরিমাণ ছিল ৯৩ লাখ ৪০ হাজার টন, যা গত বছরের একই সময়ের তুলনায় ১৬ দশমিক ১ শতাংশ বেশি।



BD eyes vast Japanese RMG mkt

JASIM UDDIN

Bangladeshi apparel exporters are increasingly focusing on the Japanese market after understanding its vast untapped potential.

Many readymade garment (RMG) manufacturers and buying houses are preparing to expand their presence in this high-value destination.

With an imminent economic partnership agreement (EPA), growing Japanese interest in China Plus One sourcing, and a shared commitment to quality and sustainability, Bangladesh has a unique opportunity to expand its exports to Japan significantly, according to industry leaders.

However, they stress that this will require strategic planning, consistent engagement, and investment in innovation to meet Japan's exacting standards and fully capture the potential of the lucrative market.

According to the International Trade Centre (ITC), Japan imported apparel worth \$22.86 billion in 2024.

However, Bangladesh accounted for only \$1.26 billion, representing 5.5 per cent of the imports.

This underscores a huge opportunity for Bangladesh to grow its market share in a country renowned for premium pay rates, demanding quality standards, and fast-evolving fashion trends.

Kutubuddin Ahmed, founder and chairman of Envoy Textiles, the world's first LEED Platinum-certified denim mill, emphasises that honesty and transparency are non-negotiable when working with Japanese buyers. He says Japanese buyers often take time before placing their initial orders as they want to ensure integrity and reliability in every aspect - from raw materials like cotton and chemicals

are loyal and consistent, rarely ending relationships abruptly.

"We have a strong business relationship with Marubeni and Uniqlo. We are working on further increasing our volume," he adds. Mahbub Milton, executive director of Masco Group, says his company currently works with three Japanese buyers, including Japan Airlines.

"We are producing around 100,000 knit items, mainly T-shirts, for these buyers," he says, adding that all orders are managed through agents, such as Toyoshima.

squeezing suppliers' margins.

"Despite this challenge, there is a huge potential for Bangladesh to increase its Japan export share," he adds.

Explaining Japan's ongoing China Plus One strategy, which encourages diversifying suppliers beyond China, he says China at one point dominated about 86 per cent of the Japanese apparel market, while Bangladesh's share was only around 6 per cent.

According to Milton, long-term communication and consistent efforts are essential to building trust and successfully entering the

Tokyo) Autumn Edition, will be held from October 1 to 3, he says.

"This fair is similar to Paris Fashion Week, attracting European and Korean customers. Considering the potential of the Japanese market, we have booked a stall for the first time to showcase our products," he says. Several Bangladeshi manufacturers and buying houses will also participate this year, he adds. Last year, more than 40 leading apparel manufacturers and buying houses joined the event. The number of buying houses - both local and

APPAREL EXPORT OPPORTUNITY IN JAPAN

JAPAN'S 2024 APPAREL IMPORTS

BD's share
\$1.26b

Rest of the world
\$21.6b



KEY GROWTH DRIVERS

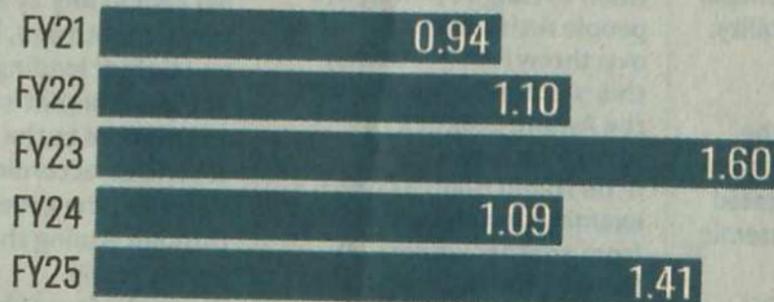
Imminent EPA

China Plus One strategy

Shared commitment to quality, sustainability

BD'S TOTAL EXPORTS TO JAPAN

(Figures in Billion US dollar)



WHAT BANGLADESH NEEDS

- Strategic planning
- Consistent engagement
- Investment in innovation

worth \$22.86 billion in 2024.

However, Bangladesh accounted for only \$1.26 billion, representing 5.5 per cent of the imports.

This underscores a huge opportunity for Bangladesh to grow its market share in a country renowned for premium pay rates, demanding quality standards, and fast-evolving fashion trends.

Kutubuddin Ahmed, founder and chairman of Envoy Textiles, the world's first LEED Platinum-certified denim mill, emphasises that honesty and transparency are non-negotiable when working with Japanese buyers. He says Japanese buyers often take time before placing their initial orders as they want to ensure integrity and reliability in every aspect - from raw materials like cotton and chemicals to the entire production process.

"They are also very particular about product quality, working environment, innovation, and professional behaviour," he tells The Financial Express.

He further notes that Japanese buyers

FY24

1.09

FY25

1.41

1.60

are loyal and consistent, rarely ending relationships abruptly.

"We have a strong business relationship with Marubeni and Uniqlo. We are working on further increasing our volume," he adds.

Mahbub Milton, executive director of Masco Group, says his company currently works with three Japanese buyers, including Japan Airlines.

"We are producing around 100,000 knit items, mainly T-shirts, for these buyers," he says, adding that all orders are managed through agents, such as Toyoshima.

He notes that Japanese companies have zero tolerance for quality issues.

"They conduct self-inspections of every single piece before accepting the goods," he says.

However, Milton points out that working through agents often makes the market highly price-competitive,

squeezing suppliers' margins.

"Despite this challenge, there is a huge potential for Bangladesh to increase its Japan export share," he adds.

Explaining Japan's ongoing China Plus One strategy, which encourages diversifying suppliers beyond China, he says China at one point dominated about 86 per cent of the Japanese apparel market, while Bangladesh's share was only around 6 per cent.

According to Milton, long-term communication and consistent efforts are essential to building trust and successfully entering the Japanese market.

Requesting anonymity, the head of business development at a leading multinational buying house tells The Financial Express, "We are planning to leave for Japan on September 28 to participate in a three-day fair."

The event, Fashion World Tokyo (FaW

• Strategic planning

• Consistent engagement

• Investment in innovation

Tokyo) Autumn Edition, will be held from October 1 to 3, he says.

"This fair is similar to Paris Fashion Week, attracting European and Korean customers. Considering the potential of the Japanese market, we have booked a stall for the first time to showcase our products," he says. Several Bangladeshi manufacturers and buying houses will also participate this year, he adds.

Last year, more than 40 leading apparel manufacturers and buying houses joined the event. The number of buying houses - both local and international - was almost equal to that of manufacturers, he also says.

His organisation currently has a strong presence in the Korean market, supplying to several large retailers.

"We hope this fair will help us explore new customers in Japan. Japanese and Korean quality standards, fashion preferences, and fabric choices are very similar. Our long experience with Korean brands gives us a competitive edge," he further says. Mohiuddin Rubel, former director of the Bangladesh Garment Manufacturers and Exporters Association (BGMEA), says expanding into Japan is strategically vital.

"Diversifying our market focus beyond Europe and the US to include non-traditional markets like Japan will help reduce reliance on traditional trade partners," he says.

"Japan's fashion-forward, quality-conscious market could open new avenues for growth and success," he adds. Mohammad Hatem,

president of the Bangladesh Knitwear Manufacturers and Exporters Association (BKMEA), echoes similar views.

"We have been working on increasing exports to Japan for more than a decade. Japan is a high-potential market, and once the EPA is signed, exports are expected to rise significantly."

He stresses the importance of research and development (R&D) to capture the Japanese market effectively.

"We need a dedicated R&D cell, initiated by the government or trade bodies, to analyse the buyer-country demands, trends, challenges, and opportunities," he adds.

The seventh round of EPA negotiations between Japan and Bangladesh was held in Tokyo from September 3 to 12, with officials from both sides discussing trade in

goods, rules of origin, services, investment, e-commerce, and intellectual property.

Mahbubur Rahman, secretary of the Ministry of Commerce, says the negotiations are nearing completion.

"We expect to finalise the discussions by the end of this month or early next month, paving the way for signing the agreement," he says.

Bangladesh's exports to Japan saw steady growth over the past few years, rising from \$944.82 million in FY21 to \$1.41 billion in FY25, according to Export Promotion Bureau (EPB) data. Exports reached \$1.10 billion in FY22 and further grew to \$1.60 billion in FY23, before dipping to \$1.09 billion in FY24.

In FY25, exports again rose, standing at \$1.41 billion.

newsmanjasi@gmail.com



22 SEP 2025

AUTOMOBILES AND AGRO-MACHINERY FAIR ENDS

Strengthen domestic production to diversify exports: Adviser

FE REPORT

Commerce Adviser Sk Bashir Uddin has stressed the need to strengthen domestic production capacity in agriculture technology, automobiles, and light engineering to explore alternative export sectors beyond ready-made garments (RMG).

"Bangladesh assembles around 400,000 to 500,000 motorcycles annually. But regrettably, we cannot yet manufacture an engine. Our entrepreneurs should move from mere assembling to engine production," he said.

The commerce adviser made the remarks at the closing ceremony of a two-day exhibition titled 'Automobiles and Agro-Machinery Fair 2025 -- Road to Made in Bangladesh,' held at the Bangladesh Chamber of Industries (BCI) office in Dhaka on Sunday.

Organised by the BCI, the fair took place on the rooftop of Edison Prime Bhaban in the Tejgaon Industrial Area, where the BCI office is located.

Speaking as the chief guest, the

commerce adviser also noted that, aside from the RMG sector, Bangladesh has made little progress in other industries.

"Although we enjoy tariff- and duty-free trade opportunities, the country has largely failed to diversify exports beyond the RMG sector," he said.

Hossain Zillur Rahman, executive chairman of the Power and Participation Research Centre, was present as the guest of honour, while BCI President Anwar-ul Alam Chowdhury (Parvez) delivered the welcome address.

Dr. Mohammad Emdad Ullah Mian, Secretary of the Ministry of Agriculture; former FBCCI president AK Azad; and Dhaka Chamber of Commerce and Industry (DCCI) president Taskeen Ahmed attended the event as special guests.

Speaking at the programme, Hossain Zillur Rahman underscored the need to identify new drivers of economic growth beyond ready-made garments and remittances.

"For 30 years, Bangladesh's growth has relied on ready-made garments and

remittances. Now, we need to identify new engines of economic growth," he said.

He identified three sectors as future growth drivers: agriculture, SMEs, and technology, particularly IT. "In the coming years, agriculture will play a major role, SMEs will be the second growth driver, and technology will emerge as the third."

Dr. Mohammad Emdad Ullah Mian said that agricultural mechanisation in the country remains largely import-dependent.

He noted that the government has taken several initiatives to modernise and mechanise the agricultural sector and is working to further strengthen the agro-economy.

Former FBCCI president AK Azad pointed out that private investment is slowing down, while employment, particularly among the educated, is increasing. Azad also highlighted the need to facilitate access to finance for CMSMEs, noting that their non-performing loans remain very low.

sajibur@gmail.com



22 SEP 2025

Govt to address SME export barriers

Says CA's special envoy

STAR BUSINESS REPORT

The government will take initiatives to address hurdles faced by micro, small, and medium enterprise (MSME) entrepreneurs in exporting their products, said Lutfe Siddiqi, special envoy on international affairs to the chief adviser.

He gave the assurance at a roundtable titled "Ways to Facilitate SME Entrepreneurs' Exports and Connect Them to Global Markets," organised by the SME Foundation at Parjatan Bhaban in Dhaka, according to a statement issued yesterday.

The roundtable was chaired by SME Foundation Chairperson Md Mushfiqur Rahman.

Entrepreneurs attending the discussion highlighted the challenges they face in exports, including delayed payments from buyers, obstacles in sending product samples, online transactions, and alleged harassment from customs, Bangladesh Bank, payment gateway companies, and commercial banks.

These issues, they said, lead to losses and undermine buyer confidence in timely product delivery.

FROM PAGE B1
Responding to their concerns, Siddiqi immediately instructed government and private sector representatives present at the event to work on solutions.

SMEs currently contribute around 30 percent to Bangladesh's economy. Over 85 percent of industrial employment is generated by this sector, the statement read.

The SME Foundation, established in 2006 under the Ministry of Industries, has so far supported about two million small and medium entrepreneurs, 60 percent of whom are women, according to the statement.

