

Why Bangladesh fails to diversify its exports

Thus far, the range of exportable goods remains critically narrow, which is why non-apparel products have struggled to gain significant traction in new markets.

When the list of products is small, the list of markets naturally stays small too

writes

Syed Muhammed Showaib

It is never wise to put all eggs in one basket where a single misstep can cause them all to break. A nation's "basket" is its export profile and over-reliance on a single sector makes it vulnerable to volatile global demand. Yet despite decades of discussion and repeated calls for diversification, Bangladesh's export structure has shifted very little since it first entered global markets. The decline of jute and jute goods from their once-dominant position did not trigger any meaningful broadening of the export base either. Instead, export concentration simply shifted to a narrow set of new products. Today, a handful of goods make up most of the export basket and a limited number of markets continue to absorb the bulk of what Bangladesh sends abroad. Over the past few decades, readymade garments came to define Bangladesh's export identity and it still influences where Bangladeshi products can reach. While some nations have moved away from apparel manufacturing and now import from Bangladesh, many others still produce their own garments and have limited demand for our supplies. But because the garment sector already guarantees a dependable global market, they draw most of the focus, leaving other exportable products without the push they need to grow. Until new products establish themselves, the expansion of destinations will continue to be limited. It is in this context that the recent gains in a few non-traditional sectors should be judged. Rather than signalling a sudden transformation, these trends highlight how long Bangladesh has waited for industries beyond apparel to gain a solid foothold. The toy industry and the wider plastics sector provide examples of what might have emerged much earlier and on a much bigger scale had there been sustained investment and consistent policy commitment. Recent figures show that toy exports could grow more than eightfold within the next five years, a pace that would have seemed unthinkable not long ago. In 2022-2023, toys from Bangladesh reached 88 countries and earned more than US\$75 million. Projections now suggest that by 2030 this amount could climb to nearly \$470 million. If Bangladesh stays on this path, it could even break into the ranks of the world's top 30 toy exporters soon. At home, plastics now serve a massive domestic market worth Tk 400 billion. The industry



change the fact that they remain isolated examples within an export basket still heavily dominated by one sector. The clearest evidence of this is that readymade garments continue to account for more than 82 per cent of export earnings. Policymakers and business leaders have acknowledged the need for a broader product base and more diverse destinations but this shift has not taken place. Businesses have simply responded to the incentives and market conditions in front of them, and those conditions have kept garments at the centre of the export earnings. This overconcentration doesn't stop with products but it extends to markets as well. Nearly two thirds still go to Europe and the United States for reasons understandable. According to the Export Promotion Bureau, 44 per cent of all exports go to the European

few emerging sectors, promising as they are, cannot change this underlying vulnerability. Without real diversification, Bangladesh will continue to depend on a small and fragile group of markets which keeps the economy exposed in ways that have persisted for years. Thus far, the range of exportable goods remains critically narrow, which is why non-apparel products have struggled to gain significant traction in new markets. When the list of products is small, the list of markets naturally stays small too, no matter how often diversification is discussed. This basic issue also explains why cash incentives for non-traditional exports have yielded only modest results. Today, these incentives cover more than 40 products, with garment exporters receiving an additional two per cent

specific products and specific destinations where progress can be clearly tracked, rather than being shaped by pressure from powerful industry groups. Outside the garment sector, most industries face a different set of challenges. Many struggle to meet international quality and certification standards while weak domestic testing and accreditation systems slow down market entry and drive up costs. High logistics expenses, chronic congestion and inefficient transport networks further weaken competitiveness. On top of that, the absence of free trade agreements blocks access to lower tariff rates in potential new markets. These barriers must be removed. The journey towards a more diverse export economy is challenging but it cannot be avoided. If Bangladesh wants lasting economic stability, the

Bangladesh sends abroad.

Over the past few decades, readymade garments came to define Bangladesh's export identity and it still influences where Bangladeshi products can reach. While some nations have moved away from apparel manufacturing and now import from Bangladesh, many others still produce their own garments and have limited demand for our supplies. But because the garment sector already guarantees a dependable global market, they draw most of the focus, leaving other exportable products without the push they need to grow. Until new products establish themselves, the expansion of destinations will continue to be limited. It is in this context that the recent gains in a few non-traditional sectors should be judged. Rather than signalling a sudden transformation, these trends highlight how long Bangladesh has waited for industries beyond apparel to gain a solid foothold. The toy industry and the wider plastics sector provide examples of what might have emerged much earlier and on a much bigger scale had there been sustained investment and consistent policy commitment. Recent figures show that toy exports could grow more than eightfold within the next five years, a pace that would have seemed unthinkable not long ago. In 2022-2023, toys from Bangladesh reached 88 countries and earned more than US\$75 million. Projections now suggest that by 2030 this amount could climb to nearly \$470 million. If Bangladesh stays on this path, it could even break into the ranks of the world's top 30 toy exporters soon. At home, plastics now serve a massive domestic market worth Tk 400 billion. The industry contributes about Tk 35 billion in annual revenue and supports nearly 5,000 factories, most of which are small and medium enterprises that form the backbone of our local economy. This goes to show that there are industries in Bangladesh with genuine potential, ready to grow if given the right support. That said, the success of toys and plastic, impressive as it is, doesn't



change the fact that they remain isolated examples within an export basket still heavily dominated by one sector. The clearest evidence of this is that readymade garments continue to account for more than 82 per cent of export earnings. Policymakers and business leaders have acknowledged the need for a broader product base and more diverse destinations but this shift has not taken place. Businesses have simply responded to the incentives and market conditions in front of them, and those conditions have kept garments at the centre of the export earnings. This overconcentration doesn't stop with products but it extends to markets as well. Nearly two thirds still go to Europe and the United States for reasons understandable. According to the Export Promotion Bureau, 44 per cent of all exports go to the European Union alone because tariff-free and quota-free access is still available for least developed countries. Even as Bangladesh achieved a record \$48 billion in exports last year, the share going to these two markets declined only slightly from 65 per cent to 62 per cent over three years. Taken together, these trends show how firmly set our reliance has become. A

few emerging sectors, promising as they are, cannot change this underlying vulnerability. Without real diversification, Bangladesh will continue to depend on a small and fragile group of markets which keeps the economy exposed in ways that have persisted for years. Thus far, the range of exportable goods remains critically narrow, which is why non-apparel products have struggled to gain significant traction in new markets. When the list of products is small, the list of markets naturally stays small too, no matter how often diversification is discussed. This basic issue also explains why cash incentives for non-traditional exports have yielded only modest results. Today, these incentives cover more than 40 products, with garment exporters receiving an additional two per cent for shipments beyond the main markets of Europe, North America and the UK. Yet analysts are far from unanimous on how effective these measures really are. Because garments dominate the export structure so heavily, most of the incentives inevitably end up in that single sector. Many experts argue that support should instead target

specific products and specific destinations where progress can be clearly tracked, rather than being shaped by pressure from powerful industry groups. Outside the garment sector, most industries face a different set of challenges. Many struggle to meet international quality and certification standards while weak domestic testing and accreditation systems slow down market entry and drive up costs. High logistics expenses, chronic congestion and inefficient transport networks further weaken competitiveness. On top of that, the absence of free trade agreements blocks access to lower tariff rates in potential new markets. These barriers must be removed. The journey towards a more diverse export economy is challenging but it cannot be avoided. If Bangladesh wants lasting economic stability, the vision of diversification must move beyond rhetoric and translate into decisive action. The rise of the toy industry is a proof that steady effort can pay off. Applying the same commitment to other promising sectors is the surest way to build a balanced and resilient export future.

showaib434@gmail.com



১২২ দেশে এগিয়ে বাংলাদেশ, পিছিয়ে ১

দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্য

২০২৪-২৫ অর্থবছরে মোট বৈদেশিক বাণিজ্য ১১ হাজার ৪০১ কোটি ডলারের।
ঘাটতি ২ হাজার ৮৭ কোটি ডলার।

মাসুদ মিলাদ, চট্টগ্রাম

বিশ্বের ২২৬ দেশ ও অঞ্চলের সঙ্গে বাণিজ্য করে বাংলাদেশ; কিন্তু এ বাণিজ্য সব মহাদেশে সমান নয়। ইউরোপ ও উত্তর আমেরিকায় রপ্তানিতে সাফল্যের ওপর ভর করে বাংলাদেশ বৈদেশিক বাণিজ্যে এগিয়ে থাকলেও এশিয়া, আফ্রিকা ও দক্ষিণ আমেরিকায় বাংলাদেশ এখনো বাণিজ্যঘাটতির দেশ।

জাতীয় রাজস্ব বোর্ডের (এনবিআর) তথ্য বিশ্লেষণে দেখা যায়, সর্বশেষ গত ২০২৪-২৫ অর্থবছরে ১২২ দেশের সঙ্গে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে এগিয়ে ছিল বাংলাদেশ। তবে এ সাফল্য ঢাকা পড়ে গেছে ১০৪ দেশের সঙ্গে বাণিজ্যঘাটতিতে। কারণ, ঘাটতি এত বেশি যে ১২২ দেশে এগিয়ে থেকেও বাংলাদেশের বৈদেশিক বাণিজ্যঘাটতি বেশি।

এনবিআরের হিসাবে, গত অর্থবছরে বাংলাদেশ বিশ্বের ২০১ দেশে ৪ হাজার ৬৫৭ কোটি মার্কিন ডলারের পণ্য রপ্তানি করেছে। একই সময়ে বিশ্বের ২০৬ দেশ থেকে আমদানি করেছে ৬ হাজার ৭৪৪ কোটি ডলারের পণ্য। তাতে অর্থবছর শেষে বাংলাদেশের বৈদেশিক বাণিজ্যঘাটতির পরিমাণ দাঁড়ায় ২ হাজার ৮৭ কোটি ডলারের। আমদানি-রপ্তানি মিলিয়ে গত অর্থবছরে বাংলাদেশের মোট বৈদেশিক বাণিজ্যের পরিমাণ ছিল প্রায় ১১ হাজার ৪০১ কোটি ডলার।

সবচেয়ে এগিয়ে যুক্তরাষ্ট্রে

বিশ্বের বৃহৎ ভোক্তার বাজার যুক্তরাষ্ট্রের সঙ্গে বাণিজ্যে বাংলাদেশ সবচেয়ে সুবিধাজনক অবস্থায় রয়েছে। গত অর্থবছরে দেশটিতে ৮৭৬ কোটি ডলারের পণ্য রপ্তানি করেছে বাংলাদেশ। তার বিপরীতে আমদানি করেছে ২৫০ কোটি ডলারের পণ্য। সেই হিসাবে দেশটির সঙ্গে বাংলাদেশের উদ্বৃত্ত বাণিজ্য ৬২৬ কোটি ডলারে, যা অন্য যেকোনো দেশের চেয়ে বেশি।

চার দশক আগে বাংলাদেশের মতো দেশগুলোকে কোটাসুবিধা দিয়েছিল যুক্তরাষ্ট্র। সেই সুবিধা নিয়ে বাংলাদেশের রপ্তানি এগিয়েছে দেশটিতে। শুধু এগিয়ে নয়, একক বাজার হিসেবে যুক্তরাষ্ট্র বাংলাদেশের রপ্তানি পণ্যের বড় বাজারে পরিণত হয়েছে। পাল্টা শুষ্ক আরোপের পরও এখনো দেশটিতে সুবিধাজনক অবস্থায় রয়েছে বাংলাদেশ।

যুক্তরাষ্ট্র ছাড়াও উত্তর আমেরিকার কানাডা,

বাংলাদেশের বৈদেশিক বাণিজ্য

মোট বাণিজ্য
১১,৪০১
কোটি ডলার

আমদানি (কোটি ডলারে)

রপ্তানি (কোটি ডলারে)

ঘাটতি (কোটি ডলারে)

২০২৩-২৪

২০২৪-২৫

২০২৩-২৪

২০২৪-২৫

বাণিজ্যে এগিয়ে থাকা শীর্ষ পাঁচ দেশের তালিকা

দেশের নাম	রপ্তানি	আমদানি	উদ্বৃত্ত
যুক্তরাষ্ট্র	৮৭৬	২৫০	৬২৬
জার্মানি	৫৩২	৮২	৪৫০
যুক্তরাজ্য	৪৬৫	২৮	৪৩৭
স্পেন	৩৫৭	১৬	৩৪১
নেদারল্যান্ডস	২৩৭	১৬	২২১

হিসাব কোটি ডলারে

বাণিজ্যে পিছিয়ে থাকা শীর্ষ পাঁচ দেশের তালিকা

দেশের নাম	রপ্তানি	আমদানি	ঘাটতি
চীন	৭৪	২,০৬১	১,৯৮৭
ভারত	১৮২	৯৬৮	৭৮৬
ইন্দোনেশিয়া	৬	৪৩১	৪২৫
ব্রাজিল	১৯	২৭৭	২৫৮
সিঙ্গাপুর	১১	২১৪	২০২

হিসাব কোটি ডলারে

29 NOV 2025

মহাদেশভিত্তিক বাণিজ্যে এগিয়ে-পিছিয়ে

মহাদেশের নাম	রপ্তানি	আমদানি	ঘাটতি/উদ্বৃত্ত
এশিয়া	৭১৩	৫,০২৩	-৪,৩১০
ইউরোপ	২,৬৭৬	৫১০	২,১৬৬
উত্তর আমেরিকা	১,০৬৭	৩৪৮	৭১৯
দক্ষিণ আমেরিকা	৬০	৩৮৯	-৩২৯
আফ্রিকা	৪৪	২৮১	-২৩৭
অন্যান্য	১০৩	১৮৫	-৮৮

হিসাব কোটি ডলারে

মেক্সিকো, পানামার মতো দেশগুলোয় বাংলাদেশের আমদানির তুলনায় রপ্তানি বেশি। গত অর্থবছরে এই মহাদেশের ২৫টি দেশ ও অঞ্চলে বাংলাদেশ রপ্তানি করেছে ১ হাজার ৬৭ কোটি ডলারের পণ্য। এর বিপরীতে আমদানি করেছে ৩৪৮ কোটি ডলারের পণ্য। সেই হিসাবে ৭১৯ কোটি ডলারের বাণিজ্য উদ্বৃত্ত বাংলাদেশের।

পোশাকে ভর করে এগিয়ে ইউরোপেও

ইউরোপ মহাদেশের দেশগুলোর সঙ্গে বাণিজ্যেও ভালো অবস্থানে রয়েছে বাংলাদেশ। এসব দেশ থেকে বাংলাদেশের মোট আমদানি কম, রপ্তানি বেশি। বাংলাদেশের পোশাকের বড় বাজার ইউরোপের দেশগুলো। মূলত এই একটি পণ্য দিয়েই ইউরোপীয় ইউনিয়নের দেশগুলোর সঙ্গে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে এগিয়ে রয়েছে বাংলাদেশ।

গত অর্থবছর ইউরোপ মহাদেশের ৫১টি দেশ ও স্বায়ত্তশাসিত অঞ্চলে বাংলাদেশ দশ হাজার ৬৭৬ কোটি ডলারের পণ্য রপ্তানি করেছে। একই সময়ে এসব দেশ থেকে আমদানি হয়েছে ৫১০ কোটি ডলারের পণ্য। তাতে এই মহাদেশের দেশগুলোর সঙ্গে বাণিজ্যে বাংলাদেশের উদ্বৃত্ত রয়েছে ২ হাজার ১৬৬ কোটি ডলার।

ইউরোপের দেশগুলোর মধ্যে জার্মানির সঙ্গে বাণিজ্যে সবচেয়ে ভালো অবস্থানে রয়েছে বাংলাদেশ। গত অর্থবছর দেশটিতে পণ্য রপ্তানি

দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে কোনো দেশের সঙ্গে ঘাটতি থাকবে, কোনো দেশের সঙ্গে উদ্বৃত্ত থাকবে। তবে মোট বৈদেশিক বাণিজ্য যাতে উদ্বৃত্ত থাকে, সেই চেষ্টা থাকতে হবে।

মোস্তাফিজুর রহমান, সম্মাননীয় ফেলো, সিপিডি

হয়েছে ৫৩২ কোটি ডলারের পণ্য। আর আমদানি হয়েছে ৮২ কোটি ডলারের। দেশটির সঙ্গে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে বাংলাদেশের উদ্বৃত্তের পরিমাণ ৪৫০ কোটি ডলার। জার্মানি ছাড়াও যুক্তরাজ্য, স্পেন, নেদারল্যান্ডস, ফ্রান্স, পোল্যান্ড, ইতালি, ডেনমার্ক, সুইডেন, বেলজিয়ামের সঙ্গেও দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে এগিয়ে আছে বাংলাদেশ।

বড় ঘাটতি চীন-ভারতে

এশিয়া মহাদেশে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে বাংলাদেশের বড় ঘাটতি চীনের সঙ্গে। দেশটি থেকে গত অর্থবছরে পণ্য আমদানি হয়েছে ২ হাজার ৬১ কোটি ডলারের। এর বিপরীতে বাংলাদেশ রপ্তানি করেছে ৭৪ কোটি ডলারের পণ্য। তাতে দেশটির সঙ্গে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে

নিরবচ্ছিন্ন গ্যাস-বিদ্যুৎ সরবরাহ নিশ্চিত করা গেল শিল্প গড়ে উঠবে। রপ্তানি পণ্যের বৈচিত্র্যকরণ ঘটবে। তাতে রপ্তানি বাড়িয়ে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে ঘাটতি কমানো সম্ভব।

আমিরুল হক, এমডি, সিকম গ্রুপ

বাংলাদেশের ঘাটতি ১ হাজার ৯৮৭ কোটি ডলারের। চীনের পরেই বড় ঘাটতি ভারতের সঙ্গে। যদিও প্রতিবেশী দেশটিতে রপ্তানি বাড়তে থাকায় ঘাটতি কমছে। এরপরও গত অর্থবছরে দেশটি থেকে আমদানি হয়েছে ৯৬৮ কোটি ডলার পণ্য। রপ্তানি হয়েছে ১৮২ কোটি ডলারের পণ্য। তাতে বছর শেষে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে বাংলাদেশের ঘাটতি ৭৮৬ কোটি ডলারের।

তথ্য বিশ্লেষণে দেখা যায়, চীন-ভারত থেকে আমদানি বেশি হলেও তা আবার ইউরোপ-আমেরিকায় রপ্তানিতে ভূমিকা রাখছে। কারণ, এই দুই দেশ থেকে বাংলাদেশ রপ্তানির কাঁচামাল আমদানি করে বেশি, যা দিয়ে ইউরোপ-আমেরিকার দেশগুলোতে পণ্য রপ্তানি হচ্ছে।

এনবিআরের তথ্য অনুযায়ী, গত অর্থবছরে আমদানি হওয়া পণ্যের ৫১% রপ্তানিমুখী শিল্পের কাঁচামাল। বাকি বাণিজ্যিক পণ্য। একইভাবে ভারত অর্থবছরে আমদানি হওয়া পণ্যের ৩৩% রপ্তানিমুখী শিল্পের কাঁচামাল।

চীন-ভারতের মতো মহাদেশ থেকেও আমাদের আমদানি বেশি। সবমিলিয়ে এশিয়া মহাদেশের ৫১% বাংলাদেশের দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্য অর্থবছরে বাংলাদেশের দ্বিপক্ষীয় শতাংশ হয়েছে এই মহাদেশের দেশ

ক্ষুদ্র বাজার, তবু ঘাটতি

দক্ষিণ আমেরিকা, আফ্রিকা ও অন্যান্য দেশগুলোতে বাংলাদেশ দ্বিপক্ষীয় পিছিয়ে আছে। দক্ষিণ আমেরিকার আর্জেন্টিনা ও প্যারাগুয়ে থেকে আমদানি বেশি, রপ্তানি কম। এই মূলত সয়াবিন তেল, সয়াবিন বীজ, আমদানি করা হয়। গত অর্থবছরে দেশগুলো থেকে ৩৮৯ কোটি ডলারের পণ্য। তাতে অর্থবছর শেষে ৩২৯ কোটি ডলারে।

আফ্রিকার দেশগুলোতেও বাংলা

শে এগিয়ে বাংলাদেশ, পিছিয়ে ১০৪ দেশে

বাংলাদেশের বৈদেশিক বাণিজ্য

মোট বাণিজ্য
১১,৪০১
কোটি ডলার

আমদানি (কোটি ডলারে)

৬,৫১৪ ৬,৭৪৪

রপ্তানি (কোটি ডলারে)

৪,২৯৬ ৪,৬৫৭

ঘাটতি (কোটি ডলারে)

২০২৩-২৪ : -২,২১৮

২০২৪-২৫ : -২,০৮৭

২০২৩-২৪

২০২৪-২৫

২০২৩-২৪

২০২৪-২৫

বাণিজ্যে এগিয়ে থাকা শীর্ষ পাঁচ দেশের তালিকা

দেশের নাম	রপ্তানি	আমদানি	উদ্বৃত্ত
যুক্তরাষ্ট্র	৮৭৬	২৫০	৬২৬
জার্মানি	৫৩২	৮২	৪৫০
যুক্তরাজ্য	৪৬৫	২৮	৪৩৭
স্পেন	৩৫৭	১৬	৩৪১
নেদারল্যান্ডস	২৩৭	১৬	২২১

হিসাব কোটি ডলারে

বাণিজ্যে পিছিয়ে থাকা শীর্ষ পাঁচ দেশের তালিকা

দেশের নাম	রপ্তানি	আমদানি	ঘাটতি
চীন	৭৪	২,০৬১	১,৯৮৭
ভারত	১৮২	৯৬৮	৭৮৬
ইন্দোনেশিয়া	৬	৪০১	৪২৫
ব্রাজিল	১৯	২৭৭	২৫৮
সিঙ্গাপুর	১১	২১৪	২০২

হিসাব কোটি ডলারে

29 NOV 2025

মহাদেশভিত্তিক বাণিজ্যে এগিয়ে-পিছিয়ে

মহাদেশের নাম	রপ্তানি	আমদানি	ঘাটতি/উদ্বৃত্ত
এশিয়া	৭১৩	৫,০২৩	-৪,৩১০
ইউরোপ	২,৬৭৬	৫১০	২,১৬৬
উত্তর আমেরিকা	১,০৬৭	৩৪৮	৭১৯
দক্ষিণ আমেরিকা	৬০	৩৮৯	-৩২৯
আফ্রিকা	৪৪	২৮১	-২৩৭
অন্যান্য	১০৩	১৮৫	-৮২

হিসাব কোটি ডলারে

সং: জনকিত্তার

মেজিকো, পানামার মতো দেশগুলোয় বাংলাদেশের আমদানির তুলনায় রপ্তানি বেশি। গত অর্ধবছরে এই মহাদেশের ২৫টি দেশ ও অঞ্চলে বাংলাদেশ রপ্তানি করেছে ১ হাজার ৬৭ কোটি ডলারের পণ্য। এর বিপরীতে আমদানি করেছে ৩৪৮ কোটি ডলারের পণ্য। সেই হিসাবে ৭১৯ কোটি ডলারের বাণিজ্য উদ্বৃত্ত বাংলাদেশের।

পোশাকে ভর করে এগিয়ে ইউরোপেও

ইউরোপ মহাদেশের দেশগুলোর সঙ্গে বাণিজ্যেও ভালো অবস্থানে রয়েছে বাংলাদেশ। এসব দেশ থেকে বাংলাদেশের মোট আমদানি কম, রপ্তানি বেশি। বাংলাদেশের পোশাকের বড় বাজার ইউরোপের দেশগুলো। মূলত এই একটি পণ্য দিয়েই ইউরোপীয় ইউনিয়নের দেশগুলোর সঙ্গে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে এগিয়ে রয়েছে বাংলাদেশ।

গত অর্ধবছর ইউরোপ মহাদেশের ৫১টি দেশ ও স্বায়ত্তশাসিত অঞ্চলে বাংলাদেশ দ্বি-হাজার ৬৭৬ কোটি ডলারের পণ্য রপ্তানি করেছে। একই সময়ে এসব দেশ থেকে আমদানি হয়েছে ৫১০ কোটি ডলারের পণ্য। তাতে এই মহাদেশের দেশগুলোর সঙ্গে বাণিজ্যে বাংলাদেশের উদ্বৃত্ত রয়েছে ২ হাজার ১৬৬ কোটি ডলার।

ইউরোপের দেশগুলোর মধ্যে জার্মানির সঙ্গে বাণিজ্যে সবচেয়ে ভালো অবস্থানে রয়েছে বাংলাদেশ। গত অর্ধবছর দেশটিতে পণ্য রপ্তানি

দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে কোনো দেশের সঙ্গে ঘাটতি থাকবে, কোনো দেশের সঙ্গে উদ্বৃত্ত থাকবে। তবে মোট বৈদেশিক বাণিজ্য যাতে উদ্বৃত্ত থাকে, সেই চেষ্টা থাকতে হবে।

মোস্তাফিজুর রহমান, সম্মাননীয় ফেলো, সিপিডি

হয়েছে ৫৩২ কোটি ডলারের পণ্য। আর আমদানি হয়েছে ৮২ কোটি ডলারের। দেশটির সঙ্গে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে বাংলাদেশের উদ্বৃত্তের পরিমাণ ৪৫০ কোটি ডলার। জার্মানি ছাড়াও যুক্তরাজ্য, স্পেন, নেদারল্যান্ডস, ফ্রান্স, পোল্যান্ড, ইতালি, ডেনমার্ক, সুইডেন, বেলজিয়ামের সঙ্গেও দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে এগিয়ে আছে বাংলাদেশ।

বড় ঘাটতি চীন-ভারতে

এশিয়া মহাদেশে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে বাংলাদেশের বড় ঘাটতি চীনের সঙ্গে। দেশটি থেকে গত অর্ধবছরে পণ্য আমদানি হয়েছে ২ হাজার ৬১ কোটি ডলারের। এর বিপরীতে বাংলাদেশ রপ্তানি করেছে ৭৪ কোটি ডলারের পণ্য। তাতে দেশটির সঙ্গে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে

নিরবচ্ছিন্ন গ্যাস-বিদ্যুৎ সরবরাহ নিশ্চিত করা গেল শিল্প গড়ে উঠবে। রপ্তানি পণ্যের বৈচিত্র্যকরণ ঘটবে। তাতে রপ্তানি বাড়িয়ে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে ঘাটতি কমানো সম্ভব।

আমিরুল হক, এমডি, সিকম গ্রুপ

বাংলাদেশের ঘাটতি ১ হাজার ৯৮৭ কোটি ডলারের। চীনের পরেই বড় ঘাটতি ভারতের সঙ্গে। যদিও প্রতিবেশী দেশটিতে রপ্তানি বাড়তে থাকায় ঘাটতি কমছে। এরপরও গত অর্ধবছরে দেশটি থেকে আমদানি হয়েছে ৯৬৮ কোটি ডলার পণ্য। রপ্তানি হয়েছে ১৮২ কোটি ডলারের পণ্য। তাতে বছর শেষে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে বাংলাদেশের ঘাটতি ৭৮৬ কোটি ডলারের।

তথ্য বিশ্লেষণে দেখা যায়, চীন-ভারত থেকে আমদানি বেশি হলেও তা আবার ইউরোপ-আমেরিকায় রপ্তানিতে ভূমিকা রাখছে। কারণ, এই দুই দেশ থেকে বাংলাদেশ রপ্তানির কাঁচামাল আমদানি করে বেশি, যা দিয়ে ইউরোপ-আমেরিকার দেশগুলোতে পণ্য রপ্তানি হচ্ছে।

এনবিআরের তথ্য অনুযায়ী, গত অর্ধবছরে চীন থেকে আমদানি হওয়া পণ্যের ৫৪ শতাংশই ছিল রপ্তানিমুখী শিল্পের কাঁচামাল। বাকি ৪৬ শতাংশ ছিল বাণিজ্যিক পণ্য। একইভাবে ভারত থেকে গত অর্ধবছরে আমদানি হওয়া পণ্যের ৩১ শতাংশই ছিল রপ্তানিমুখী শিল্পের কাঁচামাল।

চীন-ভারতের মতো মধ্যপ্রাচ্যের দেশগুলো থেকেও আমাদের আমদানি বেশি, রপ্তানি কম। সবমিলিয়ে এশিয়া মহাদেশের ৫১টি দেশের সঙ্গে বাংলাদেশের দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্য রয়েছে। গত অর্ধবছরে বাংলাদেশের দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যের ৫০ শতাংশ হয়েছে এই মহাদেশের দেশগুলোর সঙ্গে।

ক্ষুদ্র বাজার, তবু ঘাটতি

দক্ষিণ আমেরিকা, আফ্রিকা ও ওশেনিয়া মহাদেশের দেশগুলোতে বাংলাদেশ দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে বেশ পিছিয়ে আছে। দক্ষিণ আমেরিকার দেশ ব্রাজিল, আর্জেন্টিনা ও প্যারাগুয়ে থেকে বাংলাদেশের আমদানি বেশি, রপ্তানি কম। এই তিন দেশ থেকে মূলত সয়াবিন তেল, সয়াবিন বীজ, গমসহ কৃষিপণ্য আমদানি করা হয়। গত অর্ধবছরে এই মহাদেশের দেশগুলো থেকে ৩৮৯ কোটি ডলারের পণ্য আমদানি হয়েছে, রপ্তানি হয়েছে ৬০ কোটি ডলারের পণ্য। তাতে অর্ধবছর শেষে ঘাটতি দাঁড়ায় ৩২৯ কোটি ডলারে।

আফ্রিকার দেশগুলোতেও বাংলাদেশের রপ্তানি

কম, আমদানি বেশি। গত অর্ধবছরে এই মহাদেশের দেশগুলো থেকে ২৮১ কোটি ডলারের পণ্য আমদানি হয়েছে, রপ্তানি হয়েছে ৪৪ কোটি ডলার। তাতে অর্ধবছর শেষে ঘাটতি দাঁড়ায় ২৩৭ কোটি ডলারে।

আমদানি কেন বেশি, রপ্তানি কেন কম

ব্যবসায়ীরা বলছেন, শিল্পের কাঁচামাল থেকে প্রস্তুত পণ্যে বাংলাদেশের আমদানিনির্ভরতা বেশি। আমদানি প্রতিস্থাপক কারখানা গুটিকয় পণ্যেই ঘুরপাক খাচ্ছে। ফলে আমদানিনির্ভরতাও কমছে না। আবার রপ্তানির বুদ্ধিতে পণ্যের সংখ্যাও কম। প্রযুক্তিনির্ভর পণ্য রপ্তানিতে অগ্রগতি নেই। যেমন গত অর্ধবছরে রপ্তানির প্রায় ৮৫ শতাংশই বা ৩ হাজার ৯৪৭ কোটি ডলার ছিল তৈরি পোশাক। দ্বিতীয় স্থানে থাকা চামড়া ও চামড়াজাত পণ্যের হিস্যা মোট রপ্তানির ২ শতাংশের কাছাকাছি বা ১১৩ কোটি ডলারের। আর কোনো খাতের রপ্তানি আয় বিলিয়ন ডলার অতিক্রম করেনি।

আমদানি বেশি হওয়ায় বাংলাদেশমুখী পণ্যে পরিবহনভাড়া তুলনামূলক বেশি, যা মূলত পরিশোধ করে আমদানিকারকের। কিন্তু রপ্তানি কম থাকায় রপ্তানিতে পরিবহনভাড়া কম, যা মূলত পরিশোধ করেন বিদেশি ক্রেতারা।

ঘাটতি কমাতে যা দরকার

বেসরকারি গবেষণা সংস্থা সেন্টার ফর পলিসি ডায়ালগের (সিপিডি) সম্মাননীয় ফেলো মোস্তাফিজুর রহমান প্রথম আলোকে বলেন, দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে কোনো দেশের সঙ্গে ঘাটতি থাকবে, কোনো দেশের সঙ্গে উদ্বৃত্ত থাকবে। তবে মোট বৈদেশিক বাণিজ্য যাতে উদ্বৃত্ত থাকে, সেই চেষ্টা থাকতে হবে। এ জন্য বিনিয়োগ, বাণিজ্য ও যোগাযোগ—এই তিনের সংশ্লেষ ঘটিয়ে প্রতিযোগিতা সক্ষমতা বাড়াতে হবে। তাতে রপ্তানি বাড়তে পারে। মানবতত্ত্ব দিয়ে তৈরি পোশাকের বৈচিত্র্য যেমন বাড়তে হবে, তেমনি বহুমুখী পণ্যের রপ্তানি বৈচিত্র্যকরণ দরকার।

দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে ঘাটতির বিষয়ে জানতে চাইলে সিকম গ্রুপের ব্যবস্থাপনা পরিচালক (এমডি) আমিরুল হক প্রথম আলোকে বলেন, 'বাণিজ্যঘাটতি কমাতে দুটি বিষয় জরুরি। এক, সরকারি বা নীতিনির্ধারণী পর্যায়ে বাণিজ্যে সমঝোতার দক্ষতা। যেসব দেশের সঙ্গে আমাদের আমদানি বেশি তাদের বলতে হবে, তুমি কী কিনবে? যেমন ভারতের সঙ্গে আমাদের শুষ্ক-অশুষ্ক বাধা অনেক। ভিসাও পাওয়া যায় না। তাহলে রপ্তানি বাড়বে কীভাবে? দুই, সহায়তা নয়, একজন উদ্যোক্তার অধিকার নিশ্চিত করতে হবে সরকারকে। যেমন নিরবচ্ছিন্ন গ্যাস-বিদ্যুৎ সরবরাহ নিশ্চিত করা গেল শিল্প গড়ে উঠবে। রপ্তানি পণ্যের বৈচিত্র্যকরণ ঘটবে। তাতে রপ্তানি বাড়িয়ে দ্বিপক্ষীয় বাণিজ্যে ঘাটতি কমানো সম্ভব।'