সমকাল
23 AUG 2025

রপ্তানি আয়ের ৭০ শতাংশ এসেছে ১০ দেশ থেকে

আবু হেনা মুহিব

রপ্তানি বাণিজ্যে কিছু দেশের ওপর অতিনির্ভরতা দীর্ঘদিন ধরে। এ কারণে উচ্চ ঝুঁকিতে রয়েছে দেশের রপ্তানি খাত। কেননা বড় দু-একটি বাজারে কোনো কারণে সংকট তৈরি হলে সার্বিকভাবে রপ্তানি ক্ষতিগ্রস্ত হবে। সম্প্রতি যুক্তরাষ্ট্রের শুল্ক নিয়ে সরকারি-বেসরকারি পর্যায়ে উদ্বেগ তার বড় প্রমাণ।

তথ্য-উপাত্ত বলছে, বাজার বৈচিত্র্যের আলোচনা বছরের পর বছর চললেও নির্দিষ্ট বাজারনির্ভরতা কমছে না, বরং বাড়ছেই। ঘুরেফিরে যুক্তরাষ্ট্র এবং ২৭ জাতির জোট ইউরোপীয় ইউনিয়নে (ইইউ) নিরঙ্কুশ নির্ভরতা রয়েই গেছে। রপ্তানি আয়ের বিবেচনায় একক রাষ্ট্র হিসেবে বরাবরের মতো যুক্তরাষ্ট্রই রয়েছে শীর্ষে। একক দেশ হিসেবে ইইউর ছয়টি দেশ এবং যুক্তরাজ্য রয়েছে শীর্ষ ১০ রপ্তানি বাজারের তালিকায়। ইউরোপ, আমেরিকার বাইরে আছে কানাডা এবং এশিয়ার বড় অর্থনীতি জাপান। যদিও বিশ্বের দেড় শতাধিক দেশে বাংলাদেশের পণ্য রপ্তানি হয়ে থাকে। এসব দেশ থেকে মোট রপ্তানি আয়ের প্রায় ৭০ শতাংশ আসে। অন্যদিকে সব দেশেই প্রধান রপ্তানি পণ্য তৈরি পোশাক।

ঐতিহাসিক প্রবণতা বিশ্লেষণে দেখা যায়, বাংলাদেশ বেশি উৎপাদন করে এমন পণ্যের চাহিদা যেসব দেশে বেশি, সেখানে রপ্তানি বাড়ছে। অর্থাৎ নির্দিষ্ট পণ্য নির্ভরতার কারণে বাজারেও বৈচিত্র্য আনা সম্ভব হচ্ছে না। ইউরোপ-আমেরিকায় রপ্তানি বেড়ে চলার যা প্রধান কারণ। অন্য কারণের মধ্যে রয়েছে রপ্তানিকারকদের অভ্যস্ততা। যেসব দেশের ব্র্যান্ড-ক্রেতাদের সঙ্গে একটা ভালো বোঝাপড়া তৈরি হয়েছে, সেখান থেকে সরে আসতে চান না তারা। বিজিএমইএর একজন সাবেক সভাপতির কারখানা প্রতিষ্ঠার পর থেকে ৫০ বছর ধরে শুধু ব্রিটিশ একটি ব্র্যান্ড প্রতিষ্ঠানের পোশাক সরবরাহ করে আসছে। এ রকম উদাহরণ অসংখ্য।

নির্দিষ্ট বাজার নির্ভরতার ঝুঁকি কোথায়

সোয়েটার জাতীয় পণ্যের রপ্তানির পরিমাণ ছিল ২৬০ কোটি ডলার। নিটওয়্যারে অংশ ১২ শতাংশ। অন্য পণ্যের মধ্যে ক্যাপ বা টুপি জাতীয় পণ্য গেছে ২৬ কোটি ডলারের। হোমটেক্সটাইল রপ্তানি হয় ১৭ কোটি ১৬ লাখ ডলারের।

দ্বিতীয় প্রধান বাজার জার্মানি

২৭ জাতির জোট ইউরোপীয় ইউনিয়নের (ইইউ) দেশ জার্মানি বাংলাদেশের রপ্তানি পণ্যের দ্বিতীয় প্রধান গন্তব্য। গত অর্থবছর দেশটিতে ৫২৯ কোটি ডলারের পণ্য রপ্তানি হয়, যা বাংলাদেশের মোট রপ্তানি আয়ের ১০ দশমিক ৯৬ শতাংশ।

ডলারের কিছু বেশি। এই আয় বাংলাদেশের মোট রপ্তানি আয়ের ৭ দশমিক ৩৬ শতাংশ। স্পেনেও নিটওয়্যার পণ্যের চাহিদা বেশি। গত অর্থবছর নিট পণ্যের রপ্তানি আয় ছিল ১৯৫ কোটি ডলারের মতো। ওভেনের ছিল ১৪৫ কোটি ডলার। হোমটেক্সটাইল রপ্তানি হয় ৪ কোটি ডলার। চামড়া ও চামড়া পণ্য এবং পাদুকা উল্লেখযোগ্য পরিমাণ রপ্তানি হয়ে থাকে। আগের অর্থবছরের চেয়ে গত অর্থবছর রপ্তানি বেড়েছে ২ দশমিক ৩২ শতাংশ। ওই অর্থবছর রপ্তানির পরিমাণ ছিল ৩৪৭ কোটি ডলার।

দশমিক ৪৫ শতাংশ। রপ্তানি পণ্যের মধ্যে প্রধান হলো নিটওয়্যার। রপ্তানির পরিমাণ প্রায় ৯৬ কোটি ডলার। অন্যদিকে ওভেন পোশাকের রপ্তানির পরিমাণ ৫৮ কোটি ডলার। উল্লেখযোগ্য অন্য পণ্যের মধ্যে রয়েছে হোমটেক্সটাইল, চামড়া-চামড়াজাত পণ্য ও পাদুকা । আগের অর্থবছরের চেয়ে রপ্তানি বেশি হয়েছে ৪ দশমিক ৩২ শতাংশ।

কানাডা অষ্টম

বাংলাদেশের রপ্তানি পণ্যের প্রচলিত বাজার কানাডা। রপ্তানি গন্তব্য হিসেবে দেশটির অবস্থান অষ্টম। গত অর্থবছর বাংলাদেশের মোট রপ্তানি

যদিও বিশ্বের দেড় শতাধিক দেশে বাংলাদেশের পণ্য রপ্তানি হয়ে থাকে। এসব দেশ থেকে মোট রপ্তানি আয়ের প্রায় ৭০ শতাংশ আসে। অন্যদিকে সব দেশেই প্রধান রপ্তানি পণ্য তৈরি পোশাক।

ঐতিহাসিক প্রবণতা বিশ্লেষণে দেখা যায়, বাংলাদেশ বেশি উৎপাদন করে এমন পণ্যের চাহিদা যেসব দেশে বেশি, সেখানে রপ্তানি বাড়ছে। অর্থাৎ নির্দিষ্ট পণ্য নির্ভরতার কারণে বাজারেও বৈচিত্র্য আনা সম্ভব হচ্ছে না। ইউরোপ-আমেরিকায় রপ্তানি বেড়ে চলার যা প্রধান কারণ। অন্য কারণের মধ্যে রয়েছে রপ্তানিকারকদের অভ্যস্ততা। যেসব দেশের ব্র্যান্ড-ক্রেতাদের সঙ্গে একটা ভালো বোঝাপড়া তৈরি হয়েছে, সেখান থেকে সরে আসতে চান না তারা। বিজিএমইএর একজন সাবেক সভাপতির কারখানা প্রতিষ্ঠার পর থেকে ৫০ বছর ধরে শুধু ব্রিটিশ একটি ব্র্যান্ড প্রতিষ্ঠানের পোশাক সরবরাহ করে আসছে। এ রকম উদাহরণ অসংখ্য।

নির্দিষ্ট বাজার নির্ভরতার ঝুঁকি কোথায়

বাণিজ্য বিশেষজ্ঞদের মতে, কোনো দেশের বাজারে অতি নির্ভরতা থাকলে এক ধরনের দায়বদ্ধতা তৈরি হয়। কোনো কারণে সে দেশের সঙ্গে কূটনৈতিক সমস্যা হলে রপ্তানিতে কমে যেতে পারে, এমনকি বন্ধ হয়ে যেতে পারে। যুক্তরাষ্ট্রের সাম্প্রতিক কর্মকাণ্ড তার প্রকৃষ্ট উদাহরণ। আবার কোনো দেশের ওপর বাণিজ্য নিষেধাজ্ঞা আরোপ হলেও একই পরিণতি হতে পারে। আমদানিকারক দেশে প্রাকৃতিক দুর্যোগ কিংবা অর্থনৈতিক মন্দার কারণেও রপ্তানি কমে যেতে পারে। অতিমারি করোনা সাম্প্রতিককালের এ ধরনের বড় উদাহরণ। করোনার অভিঘাত হিসেবে ইউরোপ, আমেরিকায় অর্থনৈতিক মন্দা এবং উচ্চ মূল্যস্ফীতির কারণে স্থানীয়দের ভোগক্ষমতা কমে যাওয়ার উদাহরণও খুব বেশি দিন আগের নয়। এসব কারণে বিশেষজ্ঞরা দীর্ঘদিন ধরে পণ্য এবং বাজার বৈচিত্র্য সৃষ্টির তাগিদ দিচ্ছেন।

যুক্তরাষ্ট্র প্রধান গন্তব্য

দীর্ঘদিন ধরে যুক্তরাষ্ট্র বাংলাদেশের রপ্তানি পণ্যের প্রধান গন্তব্য যুক্তরাষ্ট্র। কোনো কোনো বছর জার্মানি শীর্ষস্থানে ছিল। যুক্তরাষ্ট্রের গত অর্থবছরে রপ্তানির পরিমাণ ছিল ৮৬৯ কোটি ডলার, যা দেশের মোট রপ্তানির ১৮ শতাংশ। এর আগের অর্থবছরের চেয়ে রপ্তানি বাড়ে ১৪ শতাংশ। ২০২৩-২৪ অর্থবছরে রপ্তানির পরিমাণ ছিল ৭৬০ কোটি ডলার। গত অর্থবছরের যুক্তরাষ্ট্রে রপ্তানি তালিকায় প্রধান পণ্যের মধ্যে রয়েছে তৈরি পোশাকের ওভেন, অর্থাৎ শার্ট-প্যান্ট জাতীয় পোশাক। ওভেন পোশাকের রপ্তানি ছিল ৪৯৫ কোটি ডলার। দেশটিতে বাংলাদেশের মোট রপ্তানিতে ওভেনের অংশ ২৭ শতাংশ। তৈরি পোশাকের নিট ক্যাটেগরির পণ্য অর্থাৎ গেঞ্জি ও

তথ্যসূত্র: ইপিবি

সোয়েটার জাতীয় পণ্যের রপ্তানির পরিমাণ ছিল ২৬০ কোটি ডলার। নিটওয়্যারে অংশ ১২ শতাংশ। অন্য পণ্যের মধ্যে ক্যাপ বা টুপি জাতীয় পণ্য গেছে ২৬ কোটি ডলারের। হোমটেক্সটাইল রপ্তানি হয় ১৭ কোটি ১৬ লাখ ডলারের।

দ্বিতীয় প্রধান বাজার জার্মানি

২৭ জাতির জোট ইউরোপীয় ইউনিয়নের (ইইউ) দেশ জার্মানি বাংলাদেশের রপ্তানি পণ্যের দ্বিতীয় প্রধান গন্তব্য। গত অর্থবছর দেশটিতে ৫২৯ কোটি ডলারের পণ্য রপ্তানি হয়, যা বাংলাদেশের মোট রপ্তানি আয়ের ১০ দশমিক ৯৬ শতাংশ। যুক্তরাষ্ট্রের মতো জার্মানিতে ওভেন প্রধান পণ্য নয়। দেশটিতে নিট পোশাক বেশি যায়। গত অর্থবছর নিট পণ্যের রপ্তানির পরিমাণ ছিল ৩০৬ কোটি ডলার। ওভেন পোশাকের রপ্তানির পরিমাণ ছিল ১৮৯ কোটি ডলার। জার্মানিতে অন্য বড় পণ্যের তালিকায় রয়েছে হোমটেক্সটাইল, ক্যাপ ইত্যাদি। সব মিলিয়ে গত অর্থবছর রপ্তানি বেশি হয় আগের অর্থবছরের চেয়ে ৯ দশমিক ১১ শতাংশ।

যুক্তরাজ্য তৃতীয় প্রধান গন্তব্য

বাংলাদেশের রপ্তানি পণ্যের তৃতীয় প্রধান গন্তব্য যুক্তরাজ্য। ২০২০ সালের ৩১ জানুয়ারি ইইউ জোট থেকে আনুষ্ঠানিকভাবে বের হয়ে যায় যুক্তরাজ্য, যাকে ব্রেক্সিট বলা হয়। একক দেশ হিসেবে বাংলাদেশের তৃতীয় প্রধান রপ্তানি বাজার যুক্তরাজ্যে গত অর্থবছরে রপ্তানির পরিমাণ ছিল ৪৬২ কোটি ২৭ লাখ ডলার। এতে রপ্তানিতে দেশটির হিস্যা দাঁড়ায় ৯ দশমিক ৫৭ শতাংশ। অন্যান্য দেশের মতো সে দেশে বাংলাদেশের প্রধান রপ্তানি পণ্য তৈরি পোশাক। পোশাকের নিট ক্যাটেগরির রপ্তানির পরিমাণ ২৬৬ কোটি ডলারের মতো। ওভেনের পরিমাণ ১৬৯ কোটি ডলার। পোশাকবহির্ভূত অন্য পণ্যের মধ্যে উল্লেখযোগ্য হচ্ছে বাইসাইকেল, হোমটেক্সটাইল ইত্যাদি। গত বছর দেশটিতে বাংলাদেশের রপ্তানি আগের অর্থবছরের চেয়ে ৩ দশমিক ২৩ শতাংশ বেড়েছে। আগের অর্থবছরে রপ্তানির পরিমাণ ছিল প্রায় ৪৪৮ কোটি ডলার।

স্পেনের অবস্থান চতুর্থ

বাংলাদেশের পণ্যের চতুর্থ শীর্ষ রপ্তানি বাজার স্পেন। গত অর্থবছর দেশটিতে রপ্তানি আয়ের মোট পরিমাণ দাঁড়িয়েছে ৩৫৫ কোটি ৪৭ লাখ ডলারের কিছু বেশি। এই আয় বাংলাদেশের মোট রপ্তানি আয়ের ৭ দশমিক ৩৬ শতাংশ। স্পেনেও নিটওয়্যার পণ্যের চাহিদা বেশি। গত অর্থবছর নিট পণ্যের রপ্তানি আয় ছিল ১৯৫ কোটি ডলারের মতো। ওভেনের ছিল ১৪৫ কোটি ডলার। হোমটেক্সটাইল রপ্তানি হয় ৪ কোটি ডলার। চামড়া ও চামড়া পণ্য এবং পাদুকা উল্লেখযোগ্য পরিমাণ রপ্তানি হয়ে থাকে। আগের অর্থবছরের চেয়ে গত অর্থবছর রপ্তানি বেড়েছে ২ দশমিক ৩২ শতাংশ। ওই অর্থবছর রপ্তানির পরিমাণ ছিল ৩৪৭ কোটি ডলার।

ফ্রান্স পঞ্চম

ইইউ জোটের অপর দেশ ফ্রান্স বাংলাদেশের রপ্তানি পণ্যের পঞ্চম শীর্ষ বাজার। ২০২৪-২৫ অর্থবছরে ২৪২ কোটি ডলার মূল্যের পণ্য রপ্তানি হয় দেশটিতে, যা মোট রপ্তানি আয়ের ৫ শতাংশ। ফ্রান্সে বাংলাদেশের রপ্তানির প্রধান পণ্য হলো নিটওয়্যার। গত অর্থবছর নিট পোশাকের রপ্তানির পরিমাণ ছিল ১৩২ কোটি ডলারের কিছু বেশি। ওভেন পণ্যে রপ্তানির পরিমাণ ছিল ৪৩ কোটি ৪৯ লাখ ডলার। পোশাকবহির্ভূত অন্য পণ্যের মধ্যে হোমটেক্সটাইল রপ্তানি হয় ৯ কোটি ডলারের মতো। ফুটওয়্যার বা পাদুকা রপ্তানির পরিমাণ প্রায় ১২ কোটি ডলার। আগের অর্থবছরের চেয়ে গত অর্থবছর দেশটিতে রপ্তানি বেড়েছে ৫ দশমিক ৯১ শতাংশ। ২০২৩-২৪ অর্থবছর রপ্তানির পরিমাণ ছিল ২২৮ কোটি ডলার।

নেদারল্যান্ডস ষষ্ঠ

নেদারল্যান্ডস বাংলাদেশের ষষ্ঠ প্রধান রপ্তানি বাজার। গত অর্থবছর দেশটিতে ২৩৫ কোটি ৪২ লাখ ডলারের পণ্য রপ্তানি হয়, যা ওই অর্থবছরে বাংলাদেশের মোট রপ্তানি আয়ের ৪ দশমিক ৮৮ শতাংশ। এই আয় আগের অর্থবছরের চেয়ে প্রায় ২২ শতাংশ বেশি। ২০২৩-২৪ অর্থবছরে রপ্তানির পরিমাণ ছিল ১৯৩ কোটি ৪১ লাখ ডলার। নেদারল্যান্ডসে রপ্তানি হওয়া প্রধান প্রধান পণ্যের মধ্যে নিট পোশাক, ওভেন পোশাক, হোমটেক্সটাইল, ফুটওয়্যার উল্লেখযোগ্য।

সপ্তম স্থানে ইতালি

ইতালি বাংলাদেশের রপ্তানি পণ্যের সপ্তম প্রধান আমদানিকারক দেশ। গত অর্থবছর দেশটিতে যায় ১৬৬ কোটি ৪৫ লাখ ডলারের বিভিন্ন পণ্য। এই আয় বাংলাদেশের মোট রপ্তানি আয়ের ৩ দশমিক ৪৫ শতাংশ। রপ্তানি পণ্যের মধ্যে প্রধান হলো নিটওয়্যার। রপ্তানির পরিমাণ প্রায় ৯৬ কোটি ডলার। অন্যদিকে ওভেন পোশাকের রপ্তানির পরিমাণ ৫৮ কোটি ডলার। উল্লেখযোগ্য অন্য পণ্যের মধ্যে রয়েছে হোমটেক্সটাইল, চামড়া-চামড়াজাত পণ্য ও পাদুকা। আগের অর্থবছরের চেয়ে রপ্তানি বেশি হয়েছে ৪ দশমিক ৩২ শতাংশ।

কানাডা অষ্টম

বাংলাদেশের রপ্তানি পণ্যের প্রচলিত বাজার কানাডা। রপ্তানি গন্তব্য হিসেবে দেশটির অবস্থান অষ্টম। গত অর্থবছর বাংলাদেশের মোট রপ্তানি আয়ের ৩ দশমিক শূন্য ৩ শতাংশ এসেছে কানাডা থেকে। পরিমাণ ছিল ১৪৬ কোটি ৩৭ লাখ ডলার। এই আয় আগের অর্থবছরের চেয়ে ১১ দশমিক ২৬ শতাংশ বেশি। ওই অর্থবছর রপ্তানির মোট পরিমাণ ছিল ১৩২ কোটি ডলারের মতো। রপ্তানি তালিকার প্রধান পণ্যের মধ্যে রয়েছে নিট পোশাক, ওভেন গার্মেন্টিস, হোমটেক্সটাইল ইত্যাদি।

জাপান নবম

জাপান বাংলাদেশের রপ্তানি পণ্যের নবম প্রধান বাজার। এশিয়ার মধ্যে প্রথম। গত অর্থবছর জাপানে রপ্তানির মোট পরিমাণ ছিল ১৪১ কোটি ডলারের কিছু বেশি, যা ওই অর্থবছর বাংলাদেশের মোট রপ্তানির ২ দশমিক ৯২ শতাংশ। আগের অর্থবছর অর্থাৎ ২০২৩-২৪ অর্থবছরের চেয়ে রপ্তানি বেশি হয়েছে ৭ দশমিক ৪৮ শতাংশ। ইউরোপের দেশের মতো জাপানেও প্রধান রপ্তানি পণ্যের মধ্যে রয়েছে তৈরি পোশাকের নিট ও ওভেন। এরপরে চামড়া পণ্য, পাদুকা ইত্যাদি।

বেলজিয়াম দশম

ইইউ জোটভুক্ত দেশ বেলজিয়াম বাংলাদেশের রপ্তানি পণ্যের দশম রপ্তানি বাজার। গত অর্থবছর দেশটিতে রপ্তানি হয় ৭৩ কোটি ডলারের পণ্য। এই আয় বাংলাদেশের মোট রপ্তানি আয়ের ১ দশমিক ৫১ শতাংশ। আগের অর্থবছরের চেয়ে বেলজিয়ামে রপ্তানি বেশি হয়েছে ১১ শতাংশের মতো। ইউরোপের অন্যান্য দেশের মতো বেলজিয়ামেও রপ্তানি তালিকার প্রধান প্রধান পণ্যের মধ্যে রয়েছে তৈরি পোশাকের নিট পণ্য, ওভেন হোমটেক্সটাইল পণ্য। এর বাইরে উল্লেখযোগ্য পরিমাণে পাট ও পাটজাত পণ্য রপ্তানি হয় দেশটিতে।

★ রপ্তানি উন্নয়ন

...an eyes ...per trade ...es with Bangladesh

TRADE – BANGLADESH

TBS REPORT

Pak commerce minister says efforts underway to finalise direct flights between two countries by this year

Pakistan's Federal Minister for Commerce Jam Kamal Khan has called for enhanced business-to-business collaboration between Bangladesh and Pakistan, stressing joint ventures, trade facilitation, and a possible Preferential Trade Agreement (PTA) to boost bilateral economic relations.

Speaking at a meeting with the business community in Chattogram, attended by Bangladesh's Commerce Adviser Sk Bashir Uddin, Jam Kamal emphasised that both countries already have complementary industries in food, textiles, garments, leather, and footwear.

He noted that "we don't have to do a lot of hard research work" since many sectors are already aligned, but highlighted the importance of joint venture collaborations.

Khan revealed that more than 10 Pakistani delegations have already visited Bangladesh and encouraged Bangladeshi businesses to reciprocate by attending Pakistan's trade fairs, including its upcoming flagship food expo in November. He said such events provide a vital platform for exploring markets and building partnerships.

On connectivity, Khan said

The Business Standard

23 AUG 2025

footwear.

He noted that "we don't have to do a lot of hard research work" since many sectors are already aligned, but highlighted the importance of joint venture collaborations.

Khan revealed that more than 10 Pakistani delegations have already visited Bangladesh and encouraged Bangladeshi businesses to reciprocate by attending Pakistan's trade fairs, including its upcoming flagship food expo in November. He said such events provide a vital platform for exploring markets and building partnerships.

On connectivity, Khan said progress is underway with Pakistan's aviation ministry to finalise direct

...ROM PAGE 3

flights between the two countries by the end of this year, which would ease trade logistics and people-to-people interaction. He also pointed out recent improvements in Pakistan's visa processing system, making it faster and fully online.

The minister further noted discussions on student exchanges, healthcare facilitation, agriculture, and industry as part of a broader trade roadmap to be finalised in the coming years.

On 24 August, both countries are scheduled to sign a joint working group agreement, with the Joint Economic Commission—headed by the finance ministers—tasked with identifying priority sectors for trade and investment.

Khan also raised the possibility of drafting a PTA to grant exclusivity in certain sectors, allowing both countries to identify potential areas for mutual benefit.

Pakistan's commerce minister also spoke about shipping connectivity between the two countries.

He said, "Pakistan National Shipping Corporation is our main carrier. This year, they plan to purchase more vessels — not just large ships, but also cargo and container ships for shorter routes. Through this, we are considering greater regional connectivity. In this regard, trade volume is very important because in such businesses, it is the shipping lines that determine which routes are commercially viable."

"However, if there is specific direct trade in goods such as rice, wheat, or daily essentials between the two countries, then these vessels would benefit both sides. This would not only save time but also reduce costs," Khan said.

Jam Kamal said, "Recently, a rice-laden ship took more than 10 days to reach Bangladesh. We are trying to identify these obstacles. We are particularly keen on joint ventures—not just Pakistan exporting to Bangladesh or Bangladesh exporting to Pakistan, but entering markets together in Africa, Central Asia, or other regions."

Highlighting global economic shifts and rapid advances in AI and technology, he urged the business community to plan ahead: "It's a very good opportunity for all of us to think where we want to be in another five years' time, how we want our industry to go, and how to better the lives of our people and the business health of our countries."

As part of his Bangladesh tour, Jam Kamal Khan visited the Chattogram Port to explore trade and investment opportunities between Bangladesh and Pakistan.

On Friday at around 12:30pm, the minister attended a views-exchange meeting with the business community at the World Trade Centre in Chattogram, organised by the Chittagong Chamber of Commerce and Industry (CCCI).

During the meeting, business leaders highlighted issues including the exchange of industrial raw materials between the two countries, joint efforts to defer the ship-breaking industry convention, and broader prospects for trade, commerce, and investment. They also called for the launch of direct flights from Chattogram to Pakistan.

Later at 3pm, the minister was scheduled to visit the country's principal seaport. Bangladesh's Commerce Adviser Sk Bashir Uddin accompanied him during the visit.

At the meeting, Commerce Adviser Sk Bashir Uddin said, "To diversify our trade and enhance capacity, we are trying to connect generously with as many countries as possible. In terms of boosting export growth and strengthening our ability to import at competitive prices, we have explored promising opportunities with our counterpart, the commerce minister of Pakistan."

"We are working not only on expanding trade and increasing our import-export capacity but also on many other areas beyond those mentioned by Jam Kamal Khan. I hope that with the united strength of all Bangladeshi businesses, we will achieve greater business growth," Bashir said.

The meeting was chaired by Muhammad Anwar Pasha, administrator of CCCI. Other attendees included Md Zia Uddin, divisional commissioner of Chattogram; Mahbuba Khatoon Minu, deputy secretary (FTA-2), FTA wing, Ministry of Commerce; Nazneen Kawshar Chowdhury, additional secretary, WTO Wing, Ministry of Commerce; Zain Aziz, trade and investment attaché, High Commission of Pakistan; Alihussain Akbarali FCA, chairman, Bangladesh Steel Re-Rolling Mills Ltd; Md Amzad Hossain Chowdhury, former director, CCCI; M Mohiuddin Chowdhury, former director, CCCI & CEO, Clifton Group; Engineer Md Golam Sarwar, managing director, Prantik Group, among others.

2 3 AUG 2025 The Financial Express

SUSTAINING APPAREL SECTOR'S GROWTH

RMG makers seek increase in incentive rates

REZAUL KARIM

Country's apparel makers have sought increase in the rates of incentive to help the largest export-earning sector sustain its growth pace.

They have demanded that the government raises the rate of special incentive to 1.0 per cent from the existing level of 0.30 per cent and increase the incentive to 4.0 per cent for small and medium units from the present rate of 3.0 per cent.

Besides, the apparel makers also want a 2.0 per cent cash support as alternative to the duty drawback facilities against the existing rate of 1.5 per cent.

The Bangladesh Garments Manufacturers and Exporters Association (BGMEA) made the proposals to the Ministry of Finance (MoF) in a letter, dated August 11 last, according to the informed circles.

In the letter, the BGMEA argued that even if the rates of incentive are raised, government's spending to this effect would not increase.

The association has estimated a US$ 40 billion worth of earnings from the RMG sector for the current FY 2025-26 while the government would require an approximate Tk 50.60 billion as Incentive for the current fiscal, as per the existing rate of US dollar at Tk 123.

The BGMEA explained that even if the incentive rate is increased in the proposed three sectors, the total incentive amount for the FY 2025-26 would be lower than that of the received amount in the FY 2022-23.

The government provided Tk 56.96 billion to the mentioned sectors in the FY '23, it mentioned.

BGMEA Vice President Md. Shehab Udduza Chowdhury said: "We recently met with the finance secretary and requested the government not to reduce the cash incentive rate now."

The BGMEA in its letter said export incentives are being cut as per the rules of the World Trade Organization (WTO).

Govt's spending won't rise even if the proposed support is enhanced: It says in a letter to MoF

continuing all export incentives for 3-year after LDC graduation, it mentioned.

So, the government should enhance the rate of incentive, taking the socio-economic importance of the RMG industry and other emerging situations into consideration.

According to the central bank, RMG exports reached Tk 3,690 billion in the FY 2023-24 while the total investment in the apparel industry is now estimated at about Tk 2400 billion.

The government had reduced export incentives/cash incentive against exports in two phases, i.e. in February of the last FY 2023-24 and at the beginning of the FY 2024-25.

The export-oriented apparel industry is now facing various challenges including the US reciprocal tariffs and the impact of the Russia-Ukraine war, apparel makers said.

The BGMEA vice president said: "We have proposed to increase the special incentive rate to 1.0 per cent from the current 0.30 per cent rate which does not even cover the cost of photocopying."

"We have also proposed to increase the additional incentives for the products made of local yarns and fabrics to 2.0 per cent from the existing level," he added.

50.60 billion as incentive for the current fiscal, as per the existing rate of US dollar at Tk 123.

The BGMEA explained that even if the incentive rate is increased in the proposed three sectors, the total incentive amount for the FY 2025-26 would be lower than that of the received amount in the FY 2022-23.

The government provided Tk 56.96 billion to the mentioned sectors in the FY '23, it mentioned.

BGMEA Vice President Md. Shehab Udduza Chowdhury said: "We recently met with the finance secretary and requested the government not to reduce the cash incentive rate now."

The BGMEA in its letter said export incentives are being cut as per the rules of the World Trade Organization (WTO).

However, as per the decision of the 13th Ministerial Conference of the WTO held in Abu Dhabi in 2024, there is no obstacle to billion.

The government had reduced export incentives/cash incentive against exports in two phases, i.e. in February of the last FY 2023-24 and at the beginning of the FY 2024-25.

The export-oriented apparel industry is now facing various challenges including the US reciprocal tariffs and the impact of the Russia-Ukraine war, apparel makers said.

The BGMEA vice president said: "We have proposed to increase the special incentive rate to 1.0 per cent from the current 0.30 per cent rate which does not even cover the cost of photocopying."

"We have also proposed to increase the additional incentives for the products made of local yarns and fabrics to 2.0 per cent from the existing level," he added.

In the past years, workers' wages and annual increments and costs for electricity, diesel and transportation have already gone up in recent times, the BGMEA leader said. Besides, the price of gas has recently been increased for new factories, which, according to industry insiders, would discourage investment, thus affecting the sectors' growth.

Apart from that, interest rates on bank loans have now increased to 14-15 per cent, the apex trade body of the country's RMG industry said in its letter.

The imports of capital machinery (LC settlements) for the apparel sector decreased by about 24.38 per cent in the first ten months of the last fiscal, it said.

Besides, the cancellations of transshipment facilities by India and the restriction on garment exports to India through all land ports are a matter of concern for the country's RMG sector, it said.

According to the letter, the country's apparel sector annually provides Tk 37 billion as source tan on exports, that of Tk 22 billion on exports of local raw materials, Tk 5.20 billion as income tax on cash incentive, Tk 6.0 billion as tax at source on VAT, stamp duty, freight forwarders, etc.

The industry also spends, among others, Tk 800 billion as labor wages purpose, Tk 75 billion as interests, charges and commissions to the banking sector, Tk 60 billion as utility charges and Tk 55 billion as transportation costs.

The textile and garment industry contributes about 82 percent to the country's total export earnings and employs about 10 million people directly and indirectly.

At a meeting held on August 10 last, RMG exporters also requested the government to restore cash incentives that were provided in FY 2022-23.

rezamumu@gmail.com

বাণিজ্য তথ্য কেন্দ্র
ঢাকা।
রপ্তানি উন্নয়ন ব্যুরো