



আমাদের দেশে গ্লোবাল ব্র্যান্ড তৈরি হয় নাকি?

লেখক: তাসকনি মোস্তফা চৌধুরী | প্রকাশিত: 15 August 2026, 01:26 PM | বিভাগ: ব্র্যান্ডিং



আমাদের দেশে বিভিন্ন পণ্য বিশ্বের নানা দেশে রপ্তানি হচ্ছে। এফএমসজি, ইলেকট্রনিক্স, ইলেকট্রিক্যাল পণ্য নিয়মিতভাবেই রপ্তানি হচ্ছে। তৈরি পোশাকের সাথে এই পণ্যগুলো রপ্তানির একটা মৌলিক পার্থক্য হলো তৈরি পোশাক আমরা বিদেশি ব্র্যান্ডের নামে তৈরি করে রপ্তানি করছি কিন্তু এফএমসজি, ইলেকট্রিক্যাল, ইলেকট্রনিক্স, ফার্নিচার সহ আরও অনেকে পণ্য আমরা রপ্তানি করছি আমাদের দেশে বিভিন্ন কোম্পানির ব্র্যান্ড নামে। এদের মধ্যে বেশ কয়েকটি ব্র্যান্ড রয়েছে যাদের পণ্য পৃথিবীর অনেকেগুলো দেশে রপ্তানি হচ্ছে। তবে এর অর্থ এই নয় এগুলো আমাদের গ্লোবাল ব্র্যান্ড বা ইন্টারন্যাশনাল ব্র্যান্ড। গত সংখ্যায় উল্লেখ করেছিলাম বিদেশে আমাদের দেশি ব্র্যান্ডের পণ্য বিক্রির অন্যতম একটি কারণ হলো আমাদের দেশে মানুষের বিদেশে বসবাস। এদেশের মানুষ কোন দেশে কপিরাইট বসবাস করছেন সেটা নির্ণয় করা কঠিন কোন কাজ নয়।

একটি কোম্পানি যখন বুঝতে পারে কোনো একটি দেশে আমাদের দেশে বিপুল সংখ্যক মানুষ বসবাস

করছেন তখন ওই কোম্পানি কিস্ট-বনেফিট অ্যানালাইসিস করে ওই দেশে পণ্য রপ্তানির উদ্যোগ গ্রহণ করে। এভাবে আমাদের দেশে অনেক পণ্যই পুরো পৃথিবীতে ছড়িয়ে পড়ছে। বিশেষ করে এফএমসজি কিয়াটারি পণ্যগুলো এক্ষেত্রে অগ্রগণ্য। সেই তুলনায় ইলেকট্রিক্যাল বা ইলেকট্রনিক্স পণ্য সভাবে বাজার দখল করতে পারেনি এর মূল কারণ হলো এক প্যাকেটে মসলা বা চানাচুর, বস্কুট যে দামে কনো যায়, যতটা সহজে কনো যায়, একট ফ্রিজি বা টলেভিশিন অথবা এসিঅত সহজে কনো যায় না। দামের মধ্যে বেশি পার্থক্য বিদ্যমান। ফলে প্রবাসীরা যে দেশে অবস্থান করছেন ওই দেশে অন্য কোনো ব্র্যান্ড কনোর কথা চিন্তা করেন। এছাড়া আমাদের দেশে খাদ্যপণ্যের স্বাদ পৃথিবীর অন্যান্য দেশে খাদ্যপণ্যের স্বাদের সাথে মেলেনো। ফলে মসলা, চানাচুর, বস্কুট, বা অন্যান্য খাদ্যসামগ্রী যতটা সহজে প্রবাসীরা গ্রহণ করেন অন্য পণ্যের ক্ষেত্রে একই রকম আচরণ করেন না। বরং ইলেকট্রনিক্স পণ্যের ক্ষেত্রে ইউরোপে বসবাসকারী প্রবাসীরা ওই সকল দেশে ব্র্যান্ডের প্রতিবেশি আগ্রহ প্রকাশ করেন। অনেকে অন্য যে দেশে ব্র্যান্ড অতিপ্রচিতি সে দেশেরটা বেছে নেন।

মধ্যপ্রাচ্য বা অন্য কোনো দেশে আমাদের দেশে ইলেকট্রনিক্স পণ্য সুবিধা করতে না পারার বড় কারণ হলো পুরো পৃথিবীতে চীনের পণ্যের জয়জয়কার অবস্থা। প্রাইস বনেফিট চীনের কোম্পানিগুলো যেভাবে দিতে পারে সেটো আমাদের দেশে কোনো কোম্পানির পক্ষে দেওয়া সম্ভব নয়। আমাদের দেশে ইলেকট্রিক্যাল বা ইলেকট্রনিক্স পণ্যগুলো চীন থেকে আমদানিকরা খুচরা যন্ত্রাংশ দিয়ে তৈরি হচ্ছে। আমরা এখানে শুধু সংযোজনের কাজ করছি। এক্ষেত্রে খুব স্বাভাবিকভাবেই প্রশ্ন চলে আসে, যে পণ্য চীন থেকে কোনো দেশে রপ্তানিকরা হচ্ছে ওই পণ্যের যন্ত্রাংশ আমাদের দেশে আমদানিকরে পুনরায় ওই একই পণ্য যে দেশে চীন রপ্তানিকরছে ওই দেশে প্রতিযোগিতা করে টিকে থাকা সম্ভব কনি। স্বাভাবিকভাবেই উত্তর আসবে সম্ভব না। এ কারণে কনজ্যুমার গুডস বিশেষ করে এফএমসজি কিয়াটারি পণ্যে রপ্তানি বাজারে আমাদের দেশে কোম্পানিগুলো যে ধরনের বিক্রির পরিমাণ দেখাতে পারে ইলেকট্রনিক্স বা ইলেকট্রিক্যাল পণ্যের বেলায় সেটো সম্ভব নয়। এ কারণে এ ধরনের পণ্য নিয়ে আমাদের পক্ষে গ্লোবাল ব্র্যান্ড তৈরিকরা সম্ভব হচ্ছে না।

গত সংখ্যায় উল্লেখ করেছিলাম গ্লোবাল ব্র্যান্ড হওয়ার জন্য মাইন্ডসেটে অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একটি বিষয়। আমলিন্ডন, নডিইয়রক গিয়েছি। ওখানে ইন্ডিয়ার কয়েকটি ব্র্যান্ডের মসলা দেখেছি। ওরা ওদের প্রোডাক্ট নিয়ে লোকাল মার্কেটে অপেক্ষা গ্লোবাল মার্কেটে নিয়ে বেশি চিন্তা করে। ওদের পণ্যের মান আমাদের চেয়ে বেশি কিছু না। যদি আমাদের পণ্য রপ্তানিযোগ্য না হতো তাহলে বিদেশের বাজারে বিক্রি হতো না। এ কথা সত্য, আমাদের পণ্য প্রবাসী ভাই-বোনরা কনিছেন। কনিতু মান বিবেচনায় খারাপ নয়। খারাপ হলে ওই সকল দেশে প্রবেশের অনুমতিপতে না। আমি আমাদের দেশে রাঁধুনি ব্র্যান্ড নিয়ে আত্মবিশ্বাসী। কনিতু এই ব্র্যান্ডটিকে আন্তর্জাতিকি পরিমিলে নড়েড়ে বসতে দেখিনি। প্রতিটি কোম্পানির নিজস্ব একটি মার্কেটে প্ল্যান থাকে, মার্কেটেই স্ট্রাটেজি থাকে। হয়তো এই কোম্পানি গ্লোবাল ফোকাস হতে চায় না। অথবা লোকাল মার্কেটে মার্কেটে শয়ের বড় করার প্রতিঅধিক

মনোযোগী। এ কারণে গ্লোবাল মার্কেটে নিয়ে চিন্তাভাবনা করে না। কিন্তু আমি মনে করি রাঁধুনী যদি গ্লোবাল মার্কেটে জন্য খুব স্ট্রংলি চিন্তাভাবনা করত তাহলে এটা ধীরে ধীরে একটি গ্লোবাল ব্র্যান্ড হিসেবে আত্মপ্রকাশ করতে পারত।

আমি এখানে আবারো বলব, গ্লোবাল ব্র্যান্ড হওয়ার জন্য মাইন্ডসেট অত্যন্ত গুরুত্বপূর্ণ একটি বিষয়। বদিশে আমাদের এমনও ব্র্যান্ডের মসলা পাওয়া যায় যগুলো এদেশের মানুষ চিনিও না। তার অর্থ এই নয় ওইগুলো অখ্যাত ব্র্যান্ড এবং গুণগতমান খারাপ। আসলে ওই ব্র্যান্ডগুলো তৈরি হয়েছে বদিশের বাজারে বিক্রির জন্য। ওই ব্র্যান্ডগুলোর শুরু থেকেই মাইন্ডসেটে ছিল বদিশের বাজারে মসলা বিক্রি করবে। যে সকল দেশে মসলা বিক্রি করতে চয়েছে ওই সকল দেশের স্ট্যান্ডার্ড নিয়ে চিন্তা করেছে। মসলা ওই সকল দেশে রপ্তানি করতে হলে কোন কোন ক্রাইটেরিয়া পূরণ করতে হবে তা বিবেচনা করেছে। তথ্য-উপাত্ত সংগ্রহ করেছে। অতঃপর গাইডলাইন অনুযায়ী মসলা প্রস্তুত করে রপ্তানি করেছে। এই যে মাইন্ডসেটে একটি ব্র্যান্ডকে গ্লোবাল চিন্তা করতে গেলে এটা খুব গুরুত্বপূর্ণ একটি দিক। আমার মনে হয় রাঁধুনী এই জায়গাটতে আটকে আছে। একটি ব্র্যান্ডকে গ্লোবাল ব্র্যান্ডে রূপান্তর করতে হলে সবার আগে মাইন্ডসেটে ঠিক করা প্রয়োজন। এক্ষেত্রে আমি বলব শুধু রাঁধুনী নয়, বরং আমাদের দেশের অনেকে কোম্পানি এই বিষয়ট নিয়ে চিন্তাভাবনা করে না।