



আমাদের দশে গ্লোবাল ব্র্যান্ড তৈরি হয়নি কেন?

লেখক: তাসকনি মোস্তফা চৌধুরী | প্রকাশিত: 13 September 2026, 09:12 PM | বিভাগ: ব্র্যান্ডিং



পারশ্ববর্তী দশে ভারতের সতেনে সসিটার্স নামে পরচিতি অঞ্চলে পণ্য রপ্তানি করলেই সটোক গ্লোবাল ব্র্যান্ড বলা যায় না। সতেনে সসিটার্স অঞ্চলে আমাদের দশেরে কোনো কোনো ব্র্যান্ডের পণ্য বশে ভালো বিক্রি হচ্ছে। এর মূল কারণ হলো ওই অঞ্চলে ভারতের পণ্য পৌঁছানো ব্যয়বহুল,

কষ্টসাধ্য এবং সময়সাপেক্ষ। এছাড়া ভারতীয় পণ্য বক্রিকরলে ওই অঞ্চলের ব্যবসায়ীদের মুনাফা কম হয়। কারণ পণ্য পরবহণে খরচ হয় অনেকে বেশি। এ সকল কারণে সন্তোষে বাংলাদেশি পণ্যের বিশেষ কদর রয়েছে। ওরা ব্র্যান্ড নিয়ে মাথা ঘামায় না। পণ্য কোন দেশেরে তৈরি সন্তোষে বিবেচ্য বিষয় নয়। ওদের মূল বিবেচ্য বিষয় হলো পণ্যের সহজলভ্যতা এবং দামে সুবিধা। মূলত এ দুটি কারণে ওই অঞ্চলে আমাদের দেশেরে বিভিন্ন ব্র্যান্ডেরে পণ্য বক্রি হচ্চে। ওই অঞ্চলের জনগণ যে টিভি চ্যানেলগুলো দেখে সেখানে আমাদের দেশেরে পণ্যেরে বিজ্ঞাপনও প্রচার হচ্চে। বিজ্ঞাপন দেওয়ার মূল কারণ হলো ওই অঞ্চলের ব্যবসায়ীরা বিজ্ঞাপন দিতে বলে। ফলে একদিকে যেমন পণ্যেরে প্রচার হচ্চে, বক্রি বাড়ছে, অন্যদিকে বিজ্ঞাপন দেওয়ার কারণে ভারতেরে টেলিভিশন চ্যানেলগুলোর আয় বাড়ছে। এ সকল কারণে আমাদের দেশেরে যে পণ্যগুলো ওই অঞ্চলে রপ্তানি হচ্চে সেখানে আমাদের পণ্যেরে বিজ্ঞাপনও প্রচার হচ্চে।

পাকিস্তানেরে শান ব্র্যান্ডেরে মসলা বেশ মানসম্পন্ন। ওরা পৃথিবীরে বিভিন্ন দেশে এই মসলা রপ্তানি করছে। ওরা এটা বিবেচনা করছে না কোন দেশে পাকিস্তানি আছে বা নেই। ওদের মূল লক্ষ্য পাকিস্তানেরে নাগরিক নয়। ওরা গ্লোবাল স্ট্যান্ডার্ড বিবেচনা করে পণ্য তৈরি করছে। অথচ আমরা সে কাজটি করতে পারছি না। রাঁধুনী ব্র্যান্ড নিয়ে বরাবরই আমি কথা বলি। আমি মনে করি একটি গ্লোবাল ব্র্যান্ড হওয়ার জন্য যে ধরনের যোগ্যতা থাকা প্রয়োজন তার সবই রাঁধুনীর মধ্যে আছে। কিন্তু তারপরেও রাঁধুনী সে পথে হাটছে না। কনে হাটছনো সন্তোষে আমার বোধগম্য নয়। আমি আবারও বলব রাঁধুনী ইচ্চে করলে একটি গ্লোবাল ব্র্যান্ড হতে পারত।

একটি ব্র্যান্ডকে গ্লোবাল ব্র্যান্ড হতে হলে অথেনটিকেশন এবং হেরিটিজে থাকতে হয়। একটা আইডেন্টিফিকেশন থাকতে হয়। এই জায়গাটিতে আমরা পছিয়ে রয়েছি। ভারত সব সময় এটা মনে চলার চেষ্টা করে। ওদের আরেকটি বিষয় বেশ লক্ষণীয়। ওদের দেশে প্রতটি গ্লোবাল ব্র্যান্ডকে নিজস্ব পরিচয়ে পরিচিতি করানোর চেষ্টা করে। যেমন টাটা এবং টাইটান। একই গ্রুপেরে দুটি ব্র্যান্ড হওয়ার পরেও অনেকে এটা জাননো যে এই দুটি ব্র্যান্ড একই মালিকেরে বা গ্রুপেরে। টাইটান নিজেরে সত্ত্বা নিয়ে বাজারে টিকে রয়েছে। নিজেরে পরিচয়ে টিকে রয়েছে। টাটার পরিচয় নিয়ে বাজারে টিকে থাকেনি।

আমাদের দেশে আগামী দিনে হয়তো বক্রি একটি গ্লোবাল ব্র্যান্ড হিসেবে আত্মপ্রকাশ করতে পারে। বক্রিরে ধারাবাহিক কার্যক্রমগুলো যদি আমরা লক্ষ্য করি তাহলে দেখতে পাওয়া এর প্রতটি কাজেরে পছনেরে গল্পগুলো বেশ চমৎকার। আবার প্রতটি কাজেরে মধ্যে একটি ধারাবাহিকতা রয়েছে। এই ধারাবাহিকতা বলে দিচ্ছে কখন কী করা প্রয়োজন ছিল আর কোম্পানির পক্ষ থেকে কী করা হয়েছে। যখন যে কাজটি যত্নে করা প্রয়োজন মনে করেছে বক্রি সন্তোষে করেছে। তারই ধারাবাহিকতায় আজকে বক্রিরে ব্যবসা এতটাই প্রসারিত হয়েছে যে কয়েকটি ব্যাংক মিলেও লেনদেনে বক্রিরে ধারে কাছে নেই। কাস্টমার সার্ভিস এর ক্ষেত্রেও বক্রি নরিলসভাবে কাজ করে চলছে। একসময় বক্রিরে কার্যক্রমেরে

কনেদ্রবন্দিদুতে মূল ছিল সবোর বসিয়টকিে গ্রাহকদরে জানানো এবং সবো দওয়া। কন্িতু সময়রে পরকিরমায় বকিশ তাদরে কর্মপরধি অনকে বাড়য়িছে।

বকিশরে উদ্যোক্তারা বুঝতে পরেছেলিনে বাংলাদেশে আর্থকি অন্তর্ভুক্তরি প্রয়োজনীয়তা কতটুকু বৃদ্ধি পাবে এবং কভিাবে বৃদ্ধি পাবে। এ সবই বকিশরে উদ্যোক্তারা অ্যানালাইসিসি করেছেলিনে। য়ে কারণে আজকে তাদরে ব্যবসায়রে সাফল্যরে এই গল্পগুলো মানুষরে মুখে মুখে। কভিাবে ফাইন্যান্সিয়ালি ইনক্লুশন করতে হবে এবং তা বাড়াতে হবে তার সবই বকিশরে কর্মপরকিল্পনায় ছিল। শুধু আর্থকি কার্যকরমে জনগণকে সম্পৃক্ত করা নয়, বরং তাঁদরে অর্থরে আদান প্রদান যনে নরিবধি়ে হয়, নরিপদে হয় সটো নয়িও বকিশ নরিলসভাবে কাজ করে চলছে। এগুলো সবই বকিশরে ভশিনকনেদ্রকি কার্যকরমরে প্রতচ্ছবি।

প্রোডাক্ট, প্রমোশন, সার্ভিস, স্কিডি়রিটি, কোন জায়গায় বকিশরে উপস্থিতি নিই। প্রতটি কাজ ঠকি যতাবে করা প্রয়োজন সভাবেই করে যাচ্ছে। আর এটাই বকিশরে এগয়িে যাওয়ার পথে শক্তি হিসিবে কাজ করছে। কাস্টমার কয়োর, কোলাবরশেন প্রতটি ক্ষেত্রে বকিশ তার স্বকীয়তা বা দৃষ্টান্ত নজিইে রচনা করছে। প্রতনিয়িত সফটওয়্যার আপডটে নয়িে ভাবছে। কাস্টমার সার্ভিস নয়িে ভাবছে। মোটরে ওপর একটি ব্র্যান্ডকে গ্লোবাল ব্র্যান্ডে পরিণিত করার জন্য যা যা করণীয় বকিশ তার সবই করছে। আমি ধারণা করছি বকিশ এর পরে রেমিটেন্স এর ওপর গুরুত্ব দিয়ে প্রমোশনরে কাজটি আরও বৃদ্ধি করবে। এরপর হয়তো বকিশ নাম ধারণ না করে অথবা বকিশ নামইে অন্য কোনো দেশে তাদরে সবোর পরধি সম্প্রসারণ করবে। বকিশরে বর্তমান য়ে চলমান গতি তা হয়তো আগামী দিনে আরও অনকে গতিশীল হবে।

একটি গ্লোবাল ব্র্যান্ড হতে হলে প্রমজি বা প্রতশিরুতি থাকতে হয়। আমি ক্রিতোদরে কপ্রতশিরুতি দচ্ছি সটো আমাকে বিচিনায় রাখতে হবে। আমাকে অবশ্যই ওই প্রতশিরুতি দিতে হবে যটো আমি ক্রিতোক দিতে পারব। আর য়ে প্রতশিরুতি দেবে বাস্তবকি অর্থ তা চয়ে বশে দওয়ার চেষ্টা করতে হবে। এই কমটিমেন্ট এর জায়গায় আমরা মনে হয় অনকে পছনে পড়ে রয়ছে। আমাদের কোনো কোনো ব্র্যান্ড হয়তো এ কারণেও গ্লোবাল ব্র্যান্ড হওয়ার পথে থমকে যাবে। আমাদের মনে রাখতে হবে গ্লোবাল ব্র্যান্ড হতে হলে সবকছুকে “অ্যাট অ্যা গ্ল্যান্স” চন্িতা করতে হবে। এটা করতে না পারলে ব্র্যান্ড কখনো গ্লোবাল ব্র্যান্ড হয় না।