

প্রতিষ্ঠানের কখনোই উচিত না নির্বাচিত প্রতিনিধিদের কাছ থেকে অযৌক্তিক প্রভাব পাওয়ার চেষ্টা করা অথবা গোপনে সাধারণ রাজনৈতিক প্রক্রিয়াগুলোর ক্ষতিসাধন করা। লবিয়িং, সামাজিক দায়িত্বশীলতার সাথে সঙ্গতিপূর্ণ হতে পারে কিন্তু বাংলাদেশের সাপেক্ষে এটা ট্রেড অ্যাসোসিয়েশন কিংবা চেম্বার অব কমার্স এর হাতে ছেড়ে দেয়াই উত্তম।

ন্যায্য প্রতিদ্বন্দ্বিতা বলতে এমন মুক্ত প্রতিদ্বন্দ্বিতা বোঝায় যেখানে প্রতিষ্ঠানগুলো সঠিক মূল্য দেখায় এবং পণ্যের এমন দাম নির্ধারণ করে না যার ফলে অন্যান্য প্রতিদ্বন্দ্বিতা বাজার থেকে সরে যেতে বাধ্য হয়।

তাছাড়াও, ন্যায্য ক্রিয়াকলাপ অনুশীলন শুধুমাত্র প্রতিষ্ঠানের ভেতরেই প্রযোজ্য নয়, বরং, সাপ্লাই চেইনের মধ্য দিয়েও এর চর্চা হওয়া উচিত। একটি দায়িত্বশীল প্রতিষ্ঠানের কর্তব্য কেবল শিশু শ্রম বর্জন নয়, সচেতনভাবে এটা দেখাও যে তাদের সাপ্লাই চেইনের কোথাও কোনো শিশু নিয়োজিত আছে কি না।

প্রতিটা প্রতিষ্ঠানকেই প্রকৃত সম্পত্তির অধিকার, যেমন কপিরাইট, পেটেন্ট ইত্যাদি অধিকারের প্রতি শ্রদ্ধাশীল হওয়া উচিত।

ভোক্তাদের সমস্যা

ক্রোতাদের জন্য ভালো মানের পণ্য বা সেবার বন্দোবস্ত করা, এমনকি বিক্রয়ের পরেও পণ্য সংক্রান্ত কোনো সমস্যার সমাধান কিংবা গ্যারান্টির ক্ষেত্রে সেই সেবা বজায় রাখা বিশ্বস্ত ক্রেতা তৈরি করে ও কোম্পানির খ্যাতি ও মুনাফা বাড়াতে সাহায্য করে। আইএসও ২৬০০০ এর সাতটি ইস্যুর মাধ্যমে সুস্পষ্ট ধারণা পাওয়া যায় যে ভোক্তার ভালো মানের পণ্য পাওয়ার অধিকার আছে এবং যদি কখনো তাদের অসন্তোষজনক পণ্য বা সেবা সরবরাহ করা হয়, তবে তাদের পুনরায় ভালো মানের পণ্য বা সেবা সরবরাহ করতে হবে।

১. ন্যায্য বাজারজাতকরণ, সঠিক ও পক্ষপাতহীন তথ্য এবং ন্যায্য চুক্তিমূলক অনুশীলন - নিজেদের পণ্য ও সেবা সম্পর্কে পরিপূর্ণ ও সুস্পষ্ট তথ্য দেয়াটা প্রতিষ্ঠানের একটি কর্তব্য যাতে করে সম্ভাব্য ক্রেতা ও ভোক্তারা ক্রয় সংক্রান্ত সুবিবেচিত সিদ্ধান্ত নিতে পারে।
২. ভোক্তাদের স্বাস্থ্য ও নিরাপত্তা নিশ্চিত করা - সামগ্রিক সামাজিক দায়িত্বশীলতা ভোক্তা প্রতিপালনের আইনকেও ছাপিয়ে যায়। নির্দিষ্টভাবে এটা তখনই প্রযোজ্য হয় যখন সমাজের অরক্ষিত কোন অংশ, যেমন শিশুরা, যারা তাদের চারপাশের নিত্য ব্যবহার্য পণ্যগুলোর অপব্যবহারের বিপদ সম্পর্কে নিতান্তই কম জানে। সুতরাং, ভোক্তাদের নিরাপত্তার কথা মাথায় রেখে পণ্যের নকশা করাটা প্রতিষ্ঠানেরই কর্তব্য। সেই সাথে ভোক্তাদের সাবধান করে দেয়াও, যেমন, বিজ্ঞাপন বা প্যাকেজিং এর ক্ষেত্রে কিভাবে পণ্যটির ব্যবহার নিরাপদ এবং অপব্যবহার হলে কি কি বিপদ হতে পারে তা চিহ্নিত করে দেয়া।