



Factors affecting voicing of consumer grievances

By
Santosh Kumar Lal
Dept. of Commerce
Sariya College, Suriya





Meaning:

Voicing of consumer grievances means the process by which consumers express complaints or dissatisfaction regarding defective goods, deficient services, unfair trade practices, misleading advertisements, overcharging, or other consumer-related problems.

The following factors influence whether a consumer will raise or voice a grievance:

1. Consumer Awareness

- Consumers who know their rights and available complaint mechanisms are more likely to report grievances.

2. Education and Literacy

- Educated consumers generally understand bills, warranties, product information, and legal procedures better, making it easier for them to complain.

3. Knowledge of Consumer Rights

- Awareness of rights such as the right to safety, information, choice, redressal, and consumer education encourages consumers to seek remedies.

4. Ease of Complaint Procedure

- Simple, accessible, and user-friendly complaint systems encourage consumers to voice grievances. Complicated procedures may discourage them.
-



5. Cost of Filing a Complaint

- High legal or administrative costs can prevent consumers from pursuing relatively small claims.

6. Time and Convenience

- Consumers may avoid complaining if the process requires repeated visits, lengthy documentation, or excessive waiting.

7. Severity of the Problem

- Consumers are more likely to complain when the financial loss, inconvenience, or harm is significant.

8. Expectation of Redressal

- If consumers believe that their complaint will be taken seriously and resolved fairly, they are more willing to raise it.

9. Behaviour of Sellers and Service Providers

- Polite and responsive businesses may resolve complaints directly, whereas rude or uncooperative behaviour may either discourage consumers or motivate them to approach formal authorities.





10. Social and Cultural Factors

- Social confidence, family influence, fear of confrontation, and attitudes towards authority can affect a consumer's willingness to complain.

11. Availability of Consumer Organisations

- Consumer associations, helplines, and grievance-redressal bodies provide support and encourage consumers to report problems.

12. Digital Access and Technology

- Online complaint portals, email, social media, and digital payment records have made it easier for consumers to document and communicate grievances.
-



Conclusion

The voicing of consumer grievances depends on a combination of awareness, education, accessibility, cost, time, severity of the problem, expected justice, and social factors. An effective consumer protection system should make grievance reporting simple, affordable, quick, transparent, and accessible.

अर्थ:

उपभोक्ता शिकायतों को व्यक्त करना वह प्रक्रिया है जिसके द्वारा उपभोक्ता दोषपूर्ण वस्तुओं, सेवाओं में कमी, अनुचित व्यापार व्यवहार, भ्रामक विज्ञापन, अधिक कीमत वसूलने आदि के संबंध में अपनी असंतुष्टि या शिकायत व्यक्त करता है।

उपभोक्ता द्वारा शिकायत दर्ज कराने या अपनी शिकायत व्यक्त करने को निम्नलिखित कारक प्रभावित करते हैं:

1. उपभोक्ता जागरूकता

- जिन उपभोक्ताओं को अपने अधिकारों और शिकायत निवारण के साधनों की जानकारी होती है, वे अधिक आसानी से शिकायत करते हैं।

2. शिक्षा एवं साक्षरता

- शिक्षित उपभोक्ता बिल, वारंटी, उत्पाद की जानकारी और कानूनी प्रक्रियाओं को बेहतर समझ पाते हैं।

3. उपभोक्ता अधिकारों का ज्ञान

- सुरक्षा, सूचना, चयन, प्रतितोष/निवारण तथा उपभोक्ता शिक्षा जैसे अधिकारों की जानकारी शिकायत करने के लिए प्रेरित करती है।
-



4. शिकायत प्रक्रिया की सरलता

- यदि शिकायत दर्ज करने की प्रक्रिया सरल और सुविधाजनक हो, तो उपभोक्ता अपनी शिकायत अधिक आसानी से व्यक्त करता है। जटिल प्रक्रिया शिकायत करने से रोक सकती है।

5. शिकायत की लागत

- शिकायत दर्ज करने में अधिक खर्च होने पर उपभोक्ता छोटी राशि के नुकसान के लिए शिकायत करने से बच सकता है।

6. समय एवं सुविधा

- अधिक समय लगना, बार-बार कार्यालय जाना या बहुत अधिक दस्तावेजों की आवश्यकता शिकायत दर्ज कराने में बाधा बन सकती है।

7. समस्या की गंभीरता

- यदि आर्थिक नुकसान, असुविधा या नुकसान अधिक हो, तो उपभोक्ता शिकायत करने के लिए अधिक तत्पर होता है।

8. समाधान मिलने की अपेक्षा

- यदि उपभोक्ता को विश्वास हो कि उसकी शिकायत पर उचित कार्रवाई होगी और उसे न्याय मिलेगा, तो वह शिकायत करने के लिए अधिक इच्छुक होता है।
-



9. विक्रेता एवं सेवा प्रदाता का व्यवहार

- सहयोगी और विनम्र व्यवहार शिकायत का समाधान जल्दी कर सकता है। इसके विपरीत, असहयोगी व्यवहार उपभोक्ता को औपचारिक शिकायत करने के लिए प्रेरित कर सकता है।

10. सामाजिक एवं सांस्कृतिक कारक

- आत्मविश्वास, परिवार का प्रभाव, टकराव का डर तथा सामाजिक दृष्टिकोण भी शिकायत व्यक्त करने की इच्छा को प्रभावित करते हैं।

11. उपभोक्ता संगठनों की उपलब्धता

- उपभोक्ता संगठन, हेल्पलाइन और शिकायत निवारण संस्थाएँ उपभोक्ताओं को शिकायत दर्ज कराने में सहायता देती हैं।

12. डिजिटल साधनों एवं तकनीक की उपलब्धता

- ऑनलाइन शिकायत पोर्टल, ई-मेल, सोशल मीडिया और डिजिटल भुगतान के रिकॉर्ड ने शिकायतों को दर्ज करना और प्रमाण प्रस्तुत करना आसान बना दिया है।
-

निष्कर्ष

उपभोक्ता शिकायतों को व्यक्त करने की प्रक्रिया जागरूकता, शिक्षा, सरलता, लागत, समय, समस्या की गंभीरता, न्याय मिलने की अपेक्षा और सामाजिक परिस्थितियों से प्रभावित होती है। प्रभावी उपभोक्ता संरक्षण के लिए शिकायत निवारण प्रणाली सरल, सस्ती, त्वरित, पारदर्शी और आसानी से उपलब्ध होनी चाहिए।
