

समाचार वाणी

खबर जो करें असर !

नाशिक | Tuesday, 18 August 2026

FMCG कंपनियों ने घटाए रोज़मर्रा के उत्पादों के दाम, उपभोक्ताओं को 22 सितंबर से मिलेगी राहत

Publisher

Published on 19 Sep 2025



भारतीय उपभोक्ताओं के लिए राहत भरी खबर आई है। देश की प्रमुख FMCG (फास्ट मूविंग कंज्यूमर गुड्स) कंपनियाँ **P&G, Emami और Hindustan Unilever Ltd (HUL)** ने अपने कई रोज़मर्रा के इस्तेमाल वाले उत्पादों के दाम घटाने का ऐलान किया है। इसमें साबुन, शैम्पू, टूथपेस्ट, बच्चों के डायपर और अन्य घरेलू सामान शामिल हैं।

यह कटौती हाल ही में सरकार द्वारा की गई **जीएसटी दरों में कमी** के बाद की गई है, ताकि उपभोक्ताओं को इसका सीधा लाभ मिल सके। नई दरें **22 सितंबर 2025** से लागू होंगी।

किन उत्पादों की कीमतें घटेगी ?

जानकारी के मुताबिक, जिन प्रमुख श्रेणियों में कीमतों में कटौती की जा रही है, उनमें शामिल हैं:

- **साबुन और शैम्पू:** आम लोगों द्वारा इस्तेमाल किए जाने वाले ब्रांड्स पर असर।
- **टूथपेस्ट और ओरल केयर उत्पाद:** हर घर में इस्तेमाल होने वाले टूथपेस्ट के दाम घटेंगे।
- **बच्चों के डायपर:** छोटे बच्चों वाले परिवारों को बड़ी राहत।
- **अन्य घरेलू सामान:** डिटर्जेंट और हाइजीन उत्पादों की कीमतों में भी कमी आने की संभावना।

उपभोक्ताओं को कितना फायदा होगा ?

हालांकि कंपनियों ने औसतन **5-12% तक की कमी** करने का संकेत दिया है, लेकिन इसका असर अलग-अलग उत्पाद श्रेणियों पर अलग होगा। दैनिक बजट पर बोझ कम होगा। ग्रामीण और अर्धशहरी इलाकों में खरीदारी की क्षमता बढ़ेगी। त्योहारों के मौसम

से ठीक पहले उपभोक्ताओं को राहत मिलने से खपत में तेजी आ सकती है।

कंपनियों का मकसद

FMCG कंपनियों का कहना है कि यह कदम सिर्फ उपभोक्ता को राहत देने के लिए नहीं, बल्कि **बिक्री और मांग को बढ़ाने** के उद्देश्य से भी है।

HUL ने कहा कि सरकार द्वारा की गई **जीएसटी कटौती** को सीधा ग्राहकों तक पहुँचाना हमारी जिम्मेदारी है। वहीं, P&G और Emami ने भी इसे एक सकारात्मक कदम बताया है, जिससे उपभोक्ता और कंपनियाँ दोनों को फायदा होगा।

जीएसटी दरों में कटौती का असर

हाल ही में सरकार ने कुछ FMCG उत्पादों पर जीएसटी दरें घटाई थीं।

- शैम्पू और टूथपेस्ट पर जीएसटी दर को **18% से घटाकर 12%** कर दिया गया।
- बच्चों के डायपर और कुछ हाइजीन उत्पादों पर भी टैक्स में राहत दी गई।

इस कदम का सीधा असर कंपनियों की उत्पादन लागत और बाजार भाव पर पड़ा है। अब उपभोक्ता को इसका फायदा मिलेगा।

बाजार पर संभावित असर

1. **बिक्री में वृद्धि:** कीमतों में कमी से FMCG उत्पादों की मांग और बढ़ेगी।
2. **प्रतिस्पर्धा तेज़ होगी:** छोटे और स्थानीय ब्रांड्स पर दबाव बढ़ सकता है।
3. **त्योहारी सीज़न की तैयारी:** सितंबर और अक्टूबर में आने वाले नवरात्र, दशहरा और दिवाली जैसे त्योहारों से पहले ग्राहकों को आकर्षित करने का यह एक बड़ा कदम है।
4. **ग्रामीण बाजार में पैठ:** घटे दामों से ग्रामीण उपभोक्ता भी अधिक मात्रा में खरीदारी कर पाएंगे।

उपभोक्ताओं की प्रतिक्रिया

ग्राहकों ने इस फैसले का स्वागत किया है। दिल्ली की एक गृहिणी ने कहा कि हर महीने का खर्च लगातार बढ़ रहा था, ऐसे में साबुन, शैम्पू और टूथपेस्ट के दाम कम होना राहत देने वाला है। लखनऊ के एक व्यापारी ने कहा कि FMCG उत्पादों पर कम कीमत का असर थोक और खुदरा व्यापार दोनों पर पड़ेगा।

अर्थव्यवस्था पर असर

FMCG कंपनियों के दाम घटाने से दो बड़े असर देखने को मिल सकते हैं:

1. **मुद्रास्फीति पर नियंत्रण:** रोज़मर्रा के उत्पाद सस्ते होने से महंगाई दर पर दबाव कम होगा।
2. **उपभोग में तेजी:** जब आम आदमी के पास थोड़ी बचत होगी, तो वह अन्य चीज़ों पर भी खर्च करेगा, जिससे अर्थव्यवस्था को गति मिलेगी।

भविष्य की संभावनाएँ

विशेषज्ञों का मानना है कि आने वाले महीनों में FMCG कंपनियाँ और भी उत्पादों पर छूट दे सकती हैं। अगर कच्चे माल की कीमतें स्थिर रहें, तो और कटौती संभव है। त्योहारी सीज़न के दौरान आक्रामक मार्केटिंग और नई पैकिंग के साथ कंपनियाँ ग्राहकों को लुभाने की कोशिश करेंगी। यह कदम दीर्घकालिक रूप से कंपनियों की **ब्रांड वैल्यू** और **ग्राहक वफादारी** को मजबूत करेगा।

FMCG कंपनियों का यह निर्णय आम उपभोक्ताओं के लिए बड़ी राहत है। 22 सितंबर 2025 से लागू होने वाली नई कीमतें न सिर्फ घरेलू बजट पर असर डालेंगी, बल्कि पूरे बाजार की दिशा भी तय करेंगी।

जहाँ एक ओर सरकार के जीएसटी कटौती के फैसले का लाभ उपभोक्ता तक पहुँच रहा है, वहीं दूसरी ओर कंपनियाँ इस मौके का इस्तेमाल अपने बाजार हिस्सेदारी बढ़ाने में करेंगी ।

DISCLAIMER: the views/contents expressed/presented herein, within this advertorial and promotional feature are the sole and exclusive responsibility of individual clients/expert/their authorised representative/Publisher, to which effect, publication house/its representative/affiliates are not responsible/liable whatsoever.