

समाचार वाणी

खबर जो करें असर !

नाशिक | Thursday, 24 September 2026

महंगाई के मोर्चे पर आई खुशखबरी ! 6 साल में पहली बार खुदरा महंगाई सबसे कम !

Publisher

Published on 14 May 2025



महीने दर महीने की बात करे, तो सब्जियों, अंडों, दालों और मांस-मछली के दाम धीमी रफ्तार से बढ़े, लेकिन फल, तेल और दूध की कीमतों में उछाल जारी रहा.

क्या आपको पिछले महीने सब्जियां और कुछ खाने-पीने की चीजें थोड़ी सस्ती लगी थीं ? अगर हां, तो आपकी समझ एकदम सही है, ताज़ा सरकारी आंकड़े बताते हैं कि भारत की खुदरा महंगाई (CPI) अप्रैल में पिछले 6 सालों में सबसे कम सिर्फ 3.16 फीसदी रही.

खाने की चीजों के दाम कुछ थमे

अप्रैल 2025 में फूड इन्फ्लेशन गिरकर 1.78 फीसदी पर आ गई. मार्च में ये 2.69 फीसदी थी और फरवरी में 3.75 फीसदी. यानी थाली कुछ हद तक सस्ती हुई है. लेकिन सब कुछ नहीं, तेल, फल और दूध जैसी चीजें अब भी महंगी बनी हुई हैं.

कुछ चीजें महंगी भी हुईं

महीने दर महीने की बात करें, तो सब्जियों, अंडों, दालों और मांस-मछली के दाम धीमी रफ्तार से बढ़े, लेकिन फल, तेल और दूध की कीमतों में उछाल जारी रहा. कुल मिलाकर, फूड एंड बेवरेजेस में सालाना 2.14 फीसदी की बढ़ोतरी हुई, जबकि मार्च में ये 2.88 फीसदी थी.

4 फीसदी से नीचे महंगाई

3 महीने लगातार महंगाई 4 फीसदी से नीचे रही है. ऐसा पिछले 5 सालों में पहली बार हुआ है. Mint के एक पोल में 21 अर्थशास्त्रियों ने अनुमान लगाया था कि अप्रैल में महंगाई 3.2 फीसदी रह सकती है. जबकि असल आंकड़ा उससे भी थोड़ा नीचे रहा.

अब RBI पर है नजर

अप्रैल में आई इस राहत के बाद अब सभी की नजर रिजर्व बैंक ऑफ इंडिया (RBI) पर है. पिछले महीने RBI की मौद्रिक नीति समिति (Monetary Policy Committee) ने रेपो रेट 6 फीसदी कर दिया था, और अब उम्मीद की जा रही है कि जून में एक और कटौती हो सकती है.

GDP में थोड़ी गिरावट

हाल ही में RBI ने अपने 2025-26 के GDP ग्रोथ अनुमान को 6.7 फीसदी से घटाकर 6.5 फीसदी कर दिया है. इसकी वजह बताई गई है वैश्विक व्यापार में अनिश्चितता और अमेरिकी राष्ट्रपति डोनाल्ड ट्रंप द्वारा एशिया पर भारी टैरिफ लगाने की आशंका. RBI गवर्नर संजय मल्होत्रा के मुताबिक, अब फोकस सिर्फ महंगाई कंट्रोल करने से हटकर क्रेडिट ग्रोथ और इकनॉमिक सपोर्ट की ओर जा सकता है.

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.