

समाचार वाणी

खबर जो करें असर !

नाशिक | Friday, 25 September 2026

देश में कम हो रही है महंगाई, जून में WPI रिकॉर्ड गिरावट के साथ 0.13% पर पहुंचा।

Publisher

Published on 14 Jul 2025



जून 2025 में महंगाई दर पहुंची 0.13% पर, आलू-दाल से लेकर ईंधन तक सस्ता; आम आदमी को मिली राहत और रिजर्व बैंक ने जताई और गिरावट की उम्मीद।

नई दिल्ली : देश में लगातार घटती महंगाई ने आम जनता को बड़ी राहत दी है। सरकार द्वारा सोमवार को जारी किए गए थोक मूल्य सूचकांक (WPI) के आंकड़ों के मुताबिक, जून 2025 में WPI महज 0.13% रहा, जो पिछले 20 महीनों का सबसे निचला स्तर है। यह अक्टूबर 2023 के बाद की सबसे कम दर है। वहीं, मई 2025 में यह दर 0.39% थी।

किस वजह से आई गिरावट ?

सरकार ने बताया कि इस गिरावट की मुख्य वजह कूड ऑयल, नैचुरल गैस, मिनरल ऑयल और बेसिक मेटल्स के दामों में कमी है। इसके अलावा, खाने-पीने की जरूरी वस्तुएं भी सस्ती हुई हैं, जिससे आम उपभोक्ताओं की जेब पर बोझ कम हुआ है।

सब्जियों और अनाज की कीमतों में राहत

1. आलू की कीमत में 32.67% की भारी गिरावट दर्ज की गई, जबकि मई में यह गिरावट 29.42% थी।
2. प्याज की महंगाई दर बढ़कर 33.49% हुई, जो मई में 14.41% थी।
3. दालों की कीमतें जून में 22.65% तक घटीं, जबकि मई में ये दर 10.41% थी।
4. अनाज की महंगाई जून में 3.75% कम रही, जो मई में 2.56% थी।
5. कुल मिलाकर रसोई का बजट हल्का हुआ और आम आदमी को सीधी राहत मिली।

ईंधन और बिजली के दाम भी काबू में

1. ईंधन और बिजली की महंगाई दर जून में 2.65% रही, जबकि मई में यह 22.27% तक थी।

२. मैन्युफैक्चर्ड प्रोडक्ट्स (जो WPI बास्केट का 60% हिस्सा होते हैं) की महंगाई दर 1.97% रही ।
३. प्राइमरी आर्टिकल्स (प्राथमिक वस्तुएं) की महंगाई दर जून में 3.38% घटी, जो मई में 2.02% थी ।

महंगाई में और गिरावट की संभावना

रिजर्व बैंक ऑफ इंडिया (RBI) की अप्रैल में हुई मॉनिटरी पॉलिसी कमिटी (MPC) की बैठक में अनुमान जताया गया था कि खाने-पीने की चीजों की कीमत घटने से महंगाई में और गिरावट आएगी ।

FY26 के लिए महंगाई का संशोधित अनुमान : 4.0% (पहले 4.2% था)

इसका मतलब है कि आने वाले महीनों में भी महंगाई नियंत्रित बनी रह सकती है ।

ऐसी ही देश और दुनिया की बड़ी खबरों के लिए फॉलो करें: www.samacharwani.com

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.