ಉತ್ಪಾದನೆ ಹೆಚ್ಚಾಗುತ್ತಿದೆ ಎಂಬುದನ್ನು ನಾವು ಗಮನಿಸಬೇಕು. ಇದರಿಂದ ಏರ್ಪಟ್ಟಿರುವ ಸ್ಪರ್ಧೆಯ ಕಾರಣ ರಿಯಾಯಿತಿಯಲ್ಲಿ ನೀಡುವ ಸಾಬೂನುಗಳ ಸಂಖ್ಯೆ ಹೆಚ್ಚುತ್ತಿದೆ. ಕೆಳ–ಮಧ್ಯಮ ವರ್ಗದ ಸಾಮಾಜಿಕ ಹಾಗೂ ಆರ್ಥಿಕ ವಲಯವನ್ನು ಗಮನದಲ್ಲಿಟ್ಟುಕೊಂಡು ಕೊಳೆಯನ್ನು ತೆಗೆಯಲು, ದೇಹವನ್ನು ಶುಚಿಗೊಳಿಸಲು, ದುರ್ಗಂಧವನ್ನು ತೊಡೆಯಲು, ಆರೋಗ್ಯವನ್ನು ವರ್ಧಿಸಲು ಮೊದಲಾದ ಅವೈಜ್ಞಾನಿಕ ಹೇಳಿಕೆಗಳೇ ಹೆಚ್ಚಾಗಿರುವ ಅಸಂಖ್ಯ ಸಾಬೂನುಗಳು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಗೆ ಲಗ್ಗೆ ಇಟ್ಟಿವೆ. ಈಗ ಕೀಟಾಣುಗಳನ್ನು ಕೊಲ್ಲಲು, ತ್ವಚೆಯನ್ನು ರಕ್ಷಿಸಲು, ಬ್ಯಾಕ್ಟೀರಿಯಾ ವಿರೋಧಿ ಮೊದಲಾದ ಸಾಬೂನುಗಳನ್ನು ಮಹಿಳೆಯರನ್ನೇ ಗುರಿಯಾಗಿಸಿ ಪೇಟೆಗೆ ಬಿಡಲಾಗಿದೆ. ಏಕೆಂದರೆ ಮಹಿಳೆಯರು ಮನೆಯ ಸಾಮಾನುಗಳ ಖರೀದಿದಾರರು; ಮಕ್ಕಳ, ಮನೆಯ ಸದಸ್ಯರ ಪೋಷಕರು ಹಾಗೂ ಸ್ವತಃ ಸೌಂದರ್ಯ ಪ್ರಜ್ಞೆಯುಳ್ಳವರು.

ಭಾರತೀಯ ಸೋಪು ಉದ್ಯಮದಲ್ಲಿ ಸುಮಾರು 700 ಕಂಪನಿಗಳಿವೆ. ಅವುಗಳಲ್ಲಿ ಪ್ರಮುಖ 50 ಕಂಪನಿಗಳು ಶೇ. 90ರಷ್ಟು ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯನ್ನು ವ್ಯಾಪಿಸಿವೆ. ಜಾಗತಿಕ ಸೋಪು ಪೇಟೆಯ ಗಾತ್ರ 2019ರಲ್ಲಿ 34.09 ಶತಕೋಟಿ ಡಾಲರ್‌ಗಳಷ್ಟಿದ್ದು, ಈ ಪ್ರಮಾಣ 2027ರ ವೇಳೆಗೆ 55.29 ಶತಕೋಟಿ ಡಾಲರ್‌ಗೆ ಹಿಗ್ಗುತ್ತದೆಂದು ನಿರೀಕ್ಷಿಸಲಾಗಿದೆ.

ದಿನವೂ ನೀರಿನೊಂದಿಗೆ ಸೇರಿ ಜೀವಜಲವನ್ನು ಕಲುಷಿತವಾಗಿಸುತ್ತಿರುವ ಈ ಸಾಬೂನಿಗೆ ಈ ಪರಿಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಎಂದರೆ ಆಶ್ಚರ್ಯವೇ. ರಾಸಾಯನಿಕ ಭರಿತ ಈ ಕಲ್ಮಷ ಅಗಾಧ ಪ್ರಮಾಣದಲ್ಲಿ ನದಿಗೋ ಸಮುದ್ರಕ್ಕೋ ಮಣ್ಣಿಗೋ ಸೇರಿ ಆಗುತ್ತಿರುವ ಅನಾಹುತವನ್ನು ನಾವು ಊಹೆ ಕೂಡ ಮಾಡಲಾರೆವು.

ದೊಡ್ಡ ವ್ಯವಸ್ಥಿತ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೊಂದಿಗೆ ಕಳೆದ ಎರಡು ದಶಕಗಳಿಂದ ಸಣ್ಣ ಉದ್ದಿಮೆಯಾಗಿ ಮನೆಗಳಲ್ಲಿ ಸಾಬೂನು ತಯಾರಕರ ಸಂಖ್ಯೆಯೂ ಗಣನೀಯವಾಗಿ ಏರಿದೆ. ಇವರಲ್ಲಿ ಅನೇಕರು

1890ರ ಸುಮಾರಿನಲ್ಲಿ ಪ್ರಕಟಗೊಂಡ ಪಿಯರ್ಸ್ ಸಾಬೂನಿನ ಜಾಹೀರಾತು

ಗುಣಮಟ್ಟದ, ಆರೋಗ್ಯಸ್ನೇಹಿ ಸಾಬೂನುಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುತ್ತಿರುವುದರಿಂದ ಅವರ ಸಾಬೂನುಗಳ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯೂ ಹಿಗ್ಗುತ್ತಿದೆ.

ಸಾಬೂನು ಉದ್ಯಮ ಈಗ ಅತ್ಯಂತ ಕಲಾತ್ಮಕವಾಗಿಯೂ ರೂಪುಗೊಳ್ಳುತ್ತಿದೆ. ಆಯತ ಆಕಾರದ ಸಾಬೂನುಗಳು ಚೌಕ, ಗೋಲ, ಅಂಡಾಕಾರವನ್ನು ಪಡೆದಿದ್ದೇ ದೊಡ್ಡ ಕ್ರಾಂತಿ ಎಂಬ ಕಾಲವೊಂದಿತ್ತು. ಈಗಂತೂ ಸಾಬೂನುಗಳು ಬಗೆಬಗೆಯ ಬಣ್ಣಗಳ ಹೂಗಳಾಗಿ ಚಿತ್ತಾಕರ್ಷಕವಾಗಿವೆ. ತಾಯಂದಿರ ಮನಸೂರೆ ಮಾಡುವಂಥ ಮಕ್ಕಳ ಸಾಬೂನುಗಳು, ಪ್ರೇಮಿಗಳ ಸಾಬೂನುಗಳು, ಮದುಮಕ್ಕಳ ಸಾಬೂನುಗಳು ಹಣ್ಣು–ತರಕಾರಿಗಳ ಆಕಾರಗಳು – ಹೀಗೆ ತಯಾರಕನ ಕಲಾನೈಪುಣ್ಯಕ್ಕೇ ಸವಾಲು ಒಡ್ಡುವಂತಿವೆ. ಇದಕ್ಕೆ ಪೂರಕವಾಗಿ ಅವುಗಳನ್ನು ತಯಾರಿಸುವ ಅಚ್ಚುಗಳು ದೇಶೀಯ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಲಭ್ಯವಿರುವುದಷ್ಟೇ ಅಲ್ಲ, ವಿದೇಶಗಳಿಂದ ಆಮದಾಗುತ್ತವೆ ಎಂದರೆ ಈ ಉದ್ಯಮದ ವ್ಯಾಪಕತೆ ಅರಿವಾದೀತು. ಹೀಗೆ ಕಲಾತ್ಮಕವಾಗಿ ಸಿದ್ಧವಾದ ಸಾಬೂನುಗಳನ್ನು ಉಡುಗೊರೆಯಾಗಿಯೂ ನೀಡಲಾಗುತ್ತಿರುವುದು ಅವುಗಳ ವಾಣಿಜ್ಯ ಮಹತ್ವವನ್ನು ಹತ್ತಾರು ಪಾಲು ಹೆಚ್ಚಿಸಿವೆ. ಇದು ಬರೀ ಸಾಬೂನು ಪುರಾಣ. ಇದರಲ್ಲಿ ಶ್ಯಾಂಪೂ, ಕಂಡೀಷನರ್ ಮೊದಲಾದವುಗಳು ಸೇರಿಲ್ಲ. ಅವೂ ಸೇರಿದರೆ ಈ ಮಾರುಕಟ್ಟೆ ಇನ್ನೆಷ್ಟು ಅಗಾಧವಾಗಬಹುದು ನೀವೇ ಊಹಿಸಿ.

ಪ್ರಸ್ತುತ ದೈತ್ಯ ಉದ್ಯಮವಾಗಿ ಬೆಳೆದು ನಿಂತಿರುವ ಸೌಂದರ್ಯವರ್ಧಕ ಮಾರುಕಟ್ಟೆಯಲ್ಲಿ ಸಾಬೂನುಗಳದ್ದು ಸಿಂಹಪಾಲು. ಇಷ್ಟು ಅಗಾಧವಾಗಿ ಈ ಉದ್ಯಮವನ್ನು ಬೆಳೆಸಿದ್ದು ಮಾಧ್ಯಮಗಳೋ ಅಥವಾ ಮಾಧ್ಯಮಗಳೇ ಈ ಉದ್ಯಮದಿಂದ ಬೆಳೆದು ನಿಂತವೋ ಹೇಳುವುದು ಕಷ್ಟ. ಇವೆರಡರ ಬೆಳವಣಿಗೆ ಒಂದಕ್ಕೊಂದು ಪೂರಕ ಎಂಬುದಂತೂ ಖಚಿತ.

ಪ್ರತಿಕ್ರಿಯಿಸಿ: feedback@sudha.co.in