

PROJECT PROFILE

કોસ્મેટિક રિટેલ સ્ટોર Cosmetic Retail Store



કોસ્મેટિક રિટેલ સ્ટોર **Cosmetic Retail Store**

પ્રસ્તાવના

- ભારતમાં **વૈશ્વિક બ્યુટી કંપનીઓ** (global beauty companies) નો પ્રવાહ હવે વધી રહ્યો છે, અને તેઓ ગુજરાત જેવા રાજ્યોને વ્યૂહાત્મક રીતે લક્ષ્ય બનાવી રહ્યા છે.
- ગુજરાતની **મોટી યુવા વસ્તી** (sizable young population), **ઊંચું શહેરીકરણ** (high urban concentration), અને સતત **વધતી ડિસ્પોઝેબલ આવક** (rising disposable income) તેને અત્યંત આકર્ષક બજાર બનાવે છે.
- રાજ્યનો મજબૂત **આર્થિક વિકાસ** (economic growth) અને ઊંચો ગ્રાહક ખર્ચ (high consumer spending), ખાસ કરીને મુખ્ય મહાનગરીય વિસ્તારોમાં, પ્રીમિયમ (premium) અને માસ-માર્કેટ કોસ્મેટિક્સ (mass-market cosmetics) માટે સતત માંગ સુનિશ્ચિત કરે છે.
- અમદાવાદ, સુરત, વડોદરા અને રાજકોટ** (Ahmedabad, Surat, Vadodara, and Rajkot) જેવા શહેરોમાં **મધ્યમ અને સમૃદ્ધ વર્ગ** (middle and affluent class) આંતરરાષ્ટ્રીય બ્રાન્ડ્સ (international brands) અને નવીન બ્યુટી ટ્રેન્ડ્સ (new beauty trends) માટે ખૂબ જ ગ્રહણશીલ છે.
- સાંસ્કૃતિક કાર્યક્રમો, ખાસ કરીને **નવરાત્રિ, લગ્નો અને તહેવારો** (Navratri, weddings, and festivals), મેકઅપ (makeup), પરંપરાગત બ્યુટી પ્રોડક્ટ્સ (traditional beauty products), અને પર્સનલ ગ્રૂમિંગ (personal grooming) વસ્તુઓની માંગમાં મોસમી વધારો કરે છે.
- ગુજરાતમાં, **મોલ્સ (malls), હાઇ-સ્ટ્રીટ રિટેલ વિસ્તારો (high-street retail areas), અથવા વિકસતા રહેણાંક ઝોન** (burgeoning residential zones) નજીક વ્યૂહાત્મક રીતે સ્થિત કોસ્મેટિક સ્ટોર ખોલવો એ મજબૂત ગ્રાહક આધારને કારણે અત્યંત **લાભદાયી સાહસ** (profitable venture) છે.

પ્રોડક્ટ (Product) અને તેના ઉપયોગો (Applications)

કોસ્મેટિક સ્ટોર (cosmetic store) સામાન્ય રીતે વિવિધ પ્રકારની બ્યુટી અને પર્સનલ કેર પ્રોડક્ટ્સ (diverse range of beauty and personal care products) રાખે છે, જેમ કે મેકઅપ, સ્કિનકેર, હેર કેર, ફેગરન્સ અને વધુ (makeup, skincare, hair care, fragrances, and more).



- **સ્કિનકેર પ્રોડક્ટ્સ (Skincare Products):** સ્વાસ્થ્ય અને દેખાવ જાળવવા (maintain health and appearance) માટે દૈનિક રૂટિન (daily routines) માં વપરાય છે.
- **મેકઅપ (Makeup):** ખાસ કાર્યક્રમો, લગ્નો અને દૈનિક આત્મવિશ્વાસ (special events, weddings, and daily confidence) માટે લક્ષણો વધારવા માટે આવશ્યક છે.
- **હેર કેર (Hair Care):** સ્વચ્છતા અને સૌંદર્યલક્ષી આકર્ષણ માટે વાળને શુદ્ધ કરવા, સારવાર આપવા અને સ્ટાઇલ કરવા (cleanse, treat, and style) માટે બનાવાયેલ ઉત્પાદનો.

- **ફેગરન્સ (Fragrances): વ્યક્તિગત સુખાકારી સુધારવા** (improve personal well-being) અને કાયમી છાપ છોડવા માટે વપરાય છે.
- આ તમામ વસ્તુઓ **કોઈના દેખાવ, સ્વચ્છતા અને સુખાકારીને વધારવા અને જાળવવા** (enhance and maintain one's appearance, hygiene, and well-being) માટે બનાવવામાં આવી છે.

પ્રમોટર (Promoter) માટેની અપેક્ષિત લાયકાત (Desired Qualification)

ગુજરાતના સ્પર્ધાત્મક બજારમાં કોસ્મેટિક સ્ટોરને સફળતાપૂર્વક વિકસાવવા અને જાળવવા માટે, પ્રમોટર પાસે ચોક્કસ જ્ઞાન અને કૌશલ્યો હોવા જોઈએ:



- **ઉદ્યોગ જ્ઞાન:** પ્રમોટરને **કોસ્મેટિક ઉદ્યોગ અને ટ્રેન્ડ્સ** (know the cosmetics industry and the trends) વિશે જાણ હોવી જરૂરી છે, ખાસ કરીને પરંપરાગત, કુદરતી અને ક્રૂરતા-મુક્ત (cruelty-free) ઉત્પાદનો માટે સ્થાનિક પસંદગીઓ.
- **રિટેલ મેનેજમેન્ટ કૌશલ્યો:** કાર્યક્ષમ ઇન્વેન્ટરી નિયંત્રણ (inventory control), વિઝ્યુઅલ મર્ચેન્ડાઇઝિંગ (visual merchandising) અને દૈનિક કામગીરી (daily operations) માટે મૂળભૂત **રિટેલ મેનેજમેન્ટ કૌશલ્યો** (retail management skills) હોવા આવશ્યક છે.
- **માર્કેટિંગ અને ગ્રાહક સેવા નિપુણતા:** વફાદાર ગ્રાહક આધાર બનાવવા માટે **માર્કેટિંગ અને ગ્રાહક સેવા** (marketing and customer service) માં નિપુણતા નિર્ણાયક છે.
- **ઈ-કોમર્સ પ્રાવીણ્ય:** ડિજિટલ રીતે જોડાયેલા શહેરી ગુજરાતી ગ્રાહકને આકર્ષવા માટે **ઓનલાઈન સ્ટોર** (online store) અથવા સોશિયલ મીડિયા (social



media) માર્કેટિંગનું સંચાલન કરવામાં પ્રાવીણ્ય જરૂરી છે.

- **સ્થાનિક બજારની સમજ:** ખાસ કરીને મૂલ્ય-માટે-પૈસા (value-for-money) અને ઉચ્ચ-ગુણવત્તાવાળા ઉત્પાદનોની પસંદગી માટે **સ્થાનિક ગ્રાહક વર્તન** (local consumer behaviour) ની સારી સમજ.

વ્યવસાયિક દૃષ્ટિકોણ (Business Outlook) અને ટ્રેન્ડ્સ (Trends)

ગુજરાતમાં કોસ્મેટિક્સ ઉદ્યોગ **ગતિશીલ અને વિસ્તરતો ઉદ્યોગ** (dynamic and expanding industry) છે, જે રાષ્ટ્રીય વૃદ્ધિના વલણોને દર્શાવે છે.

- **બજાર વૃદ્ધિ:** ભારતીય કોસ્મેટિક્સ બજારમાં વાર્ષિક **૨.૮૬% (સીએજીઆર ૨૦૨૩-૨૦૨૮)** (2.86% a year (CAGR 2023-2028)) નો વધારો થવાની ધારણા છે. ગુજરાત તેની સંપત્તિ અને શહેરીકરણને કારણે આ વૃદ્ધિમાં નોંધપાત્ર યોગદાન આપે છે.
- **બદલાતા ધોરણો:** બદલાતા બ્યુટી ધોરણો (shifting beauty standards) અને વ્યક્તિગત માવજત (personal grooming) ની વધતી સમજ કોસ્મેટિક્સ માટેના બજારને પ્રભાવિત કરે છે.
- **સ્વાસ્થ્ય અને પર્યાવરણ જાગૃતિ:** જેમ જેમ ગ્રાહકો વધુ **સ્વાસ્થ્ય-જાગૃત અને પર્યાવરણ પ્રત્યે સભાન** (health-aware and ecologically conscious) બને છે, તેમ તેમ તેઓ **કુદરતી ઘટકો, ઝેરી રસાયણોથી મુક્ત અને પર્યાવરણીય રીતે ટકાઉ** (natural components, free of toxic chemicals, and environmentally sustainable) વસ્તુઓ તરફ આકર્ષાય છે.
- **ઇ-કોમર્સ અસર:** ઇ-કોમર્સની વૃદ્ધિની જબરજસ્ત અસર (e-commerce is having a tremendous impact) થઈ રહી છે. ગ્રાહકો વધુ ડિજિટલ રીતે જોડાતા હોવાથી તેમની ખરીદીની જરૂરિયાતો માટે **ઇન્ટરનેટ પ્લેટફોર્મ્સ** (internet platforms) તરફ વળી રહ્યા છે.
- **ઓફ્લીયેનલ અભિગમ:** આ બદલાતા રિટેલ જગતમાં, **ભૌતિક દુકાનની હાજરીને ઓનલાઇન સ્ટોરફ્રન્ટ** (physical shop presence with an online



storefront) સાથે જોડતો **ઓમ્નીચેનલ અભિગમ** (omnichannel approach) અપનાવવો એ સમગ્ર રાજ્યમાં ગ્રાહકો સુધી પહોંચવા માટે ખાસ કરીને ફાયદાકારક છે.



મુખ્ય વ્યવસાયિક ઘટકો (Key Business Elements)

- **સ્થાન (Location):** નોંધપાત્ર પગપાળા ટ્રાફિક (substantial foot traffic) સાથેનું વ્યૂહાત્મક સ્થાન પસંદ કરવું, પ્રાધાન્યપણે કોમર્શિયલ સેન્ટર્સ, મોલ્સ, અથવા પ્રવાસી આકર્ષણો (commercial centres, malls, or tourist attractions) જેમ કે સીજી રોડ (અમદાવાદ) અથવા ડુમસ રોડ (સુરત) નજીક, વધુ ગ્રાહકોને આકર્ષિત કરશે.
- **ગ્રાહક સેવા (Customer Service):** તેમાં ગ્રાહકોને વ્યક્તિગત મદદ અને ઉત્પાદન ભલામણો (personalized help and product recommendations) પ્રદાન કરવાનો સમાવેશ થાય છે, જે પ્રીમિયમ ઉત્પાદનોના પ્રથમ વખતના ખરીદદારો માટે ઘણીવાર નિર્ણાયક છે.
- **ઉત્પાદન પસંદગી (Product Selection):** તેમાં કોસ્મેટિક્સ અને પર્સનલ કેર વસ્તુઓની વિશાળ પસંદગી (wide choice of cosmetics and personal care items) પ્રદાન કરવાનો સમાવેશ થાય છે. વિશાળ પ્રોડક્ટ રેન્જ ઓફર કરીને, પ્રમોટર્સ વૈશ્વિક બ્રાન્ડ્સ (global brands) ને લોકપ્રિય પ્રાદેશિક ઉત્પાદનો સાથે સંતુલિત કરીને વફાદાર ગ્રાહકોને આકર્ષિત અને જાળવી (attract and retain loyal customers) શકે છે.



- **માર્કેટિંગ (Marketing):** મોટા પ્રેક્ષકો સુધી પહોંચવા માટે, કોઈએ પ્રાદેશિક પ્રભાવકો (regional influencers) અને સોશિયલ મીડિયાનો ઉપયોગ કરીને ઉચ્ચ વિઝિબિલિટી (high visibility) માટે **ઓનલાઈન અને ઓફલાઈન માર્કેટિંગ વ્યૂહરચનાઓ** (leverage both online and offline marketing tactics) નો લાભ લેવો જોઈએ.
- **મોસમી ધ્યાન:** પરંપરાગત મેકઅપનો સ્ટોક કરીને અને ઉત્સવની સલાહ (consultation) પેકેજો ઓફર કરીને **નવરાત્રિ** (Navratri) દરમિયાન ઊંચી માંગનો લાભ લેવો.

બજારની સંભાવના (Market Potential) અને માર્કેટિંગના મુદ્દાઓ (Marketing Issues); જો કોઈ હોય તો

ગુજરાતના કોસ્મેટિક્સ વ્યવસાયમાં તેની ઊંચી અને વધતી **વૈકલ્પિક આવક** (discretionary income) ને કારણે **અપાર અણધારી સંભાવના** (enormous untapped potential) છે.

- **વધેલું રોકાણ:** જેમ જેમ વધુ નાગરિકો નાણાકીય માધ્યમો મેળવે છે, તેમ તેમ તેઓ **બ્યુટી અને પર્સનલ કેર પ્રોડક્ટ્સમાં રોકાણ કરે તેવી શક્યતા વધુ છે** (more likely to invest in beauty and personal care products). આ કોસ્મેટિક્સ માટેના વિકાસશીલ બજારમાં અનુવાદિત થાય છે કારણ કે તે **આત્મવિશ્વાસ** (self-confidence) વ્યક્ત કરવાનો માર્ગ મોકળો કરે છે.
- **પડકારો (Challenges):** આ તેજીવાળા ક્ષેત્રમાં માર્કેટિંગ પડકારોથી ભરેલું છે.
 - **સ્પર્ધા:** એક નોંધપાત્ર પડકાર **સ્થાપિત બ્રાન્ડ્સ** (competition from established brands) અને મોટી રિટેલ ચેઇન્સ (large retail chains) તરફથી સ્પર્ધા છે. સ્થાનિક વ્યવસાયોએ મોલ્સમાં કિઓસ્ક (kiosks) અને સ્ટોર્સ (stores) સ્થાપી રહેલી વૈશ્વિક અને રાષ્ટ્રીય બ્યુટી બ્રાન્ડ્સ સાથે સ્પર્ધા કરવી જોઈએ.
 - **કિંમત સંવેદનશીલતા:** સમૃદ્ધ હોવા છતાં, ગુજરાતી ગ્રાહક ઘણીવાર **કિંમત-સભાન** (price-conscious) હોય છે અને મૂલ્ય (value) શોધે છે,



જેના માટે સ્પર્ધાત્મક કિંમતો (competitive pricing) અને વારંવાર પ્રમોશનલ ઓફર્સ (promotional offers) ની જરૂર પડે છે.

- **સપ્લાય ચેઇન:** પીક સીઝન (peak seasons) દરમિયાન સ્ટોકઆઉટ્સ (stockouts) ટાળવા માટે મુખ્ય વિતરણ કેન્દ્રો (distribution hubs) (જેમ કે મુંબઈ અથવા દિલ્હી) થી **ઝડપી અને વિશ્વસનીય સપ્લાય ચેઇન** (fast and reliable supply chain) સુનિશ્ચિત કરવી.

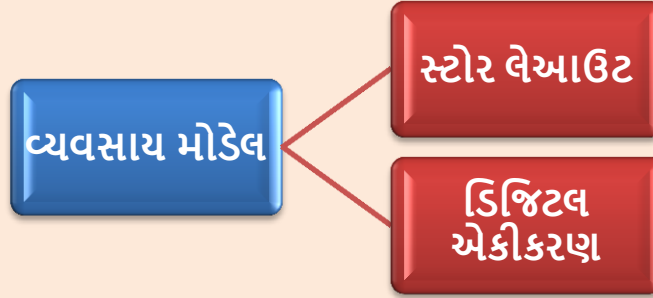


કાચા માલનો પુરવઠો (Supply of Raw Material)

- **જથ્થાબંધ વેપારીઓ અને વિતરકો:** ઘણા જથ્થાબંધ વેપારીઓ અને વિતરકો કોસ્મેટિક ઉદ્યોગને કાચા ઘટકો પહોંચાડવા (delivering raw ingredients to the cosmetic industry) પર ધ્યાન કેન્દ્રિત કરે છે.
- **સીધી ખરીદી:** ઉત્પાદકો પાસેથી સીધી ખરીદી (Direct purchasing from manufacturers) કરવી એ તમારા પુરવઠા મેળવવા માટે ખર્ચ-અસરકારક અને ભરોસાપાત્ર વિકલ્પ બની શકે છે.
- **ગુજરાત/પશ્ચિમ ભારતમાં ઉત્પાદક સોર્સિંગ:** બલ્ક ખરીદી (bulk buying) માટે ગુજરાત અને મહારાષ્ટ્રમાં મુખ્ય કોસ્મેટિક ઉત્પાદકો અને વિતરકો સાથે B2B સંબંધો સ્થાપિત કરવા યાવીરૂપ છે.
- **સંગઠનો અને સંસ્થાઓ:** કોસ્મેટિક્સ ક્ષેત્રના સંગઠનો અને સંસ્થાઓ (associations and organizations) માં જોડાવાથી પ્રમોટરને સોર્સિંગ (sourcing) માટે નોંધપાત્ર લીડ્સ (leads) અને જોડાણો મળી શકે છે.

વ્યવસાય મોડેલ (Business Model)

વ્યવસાયિક ક્ષેત્ર ૨,૦૦૦ ચોરસ મીટર (2,000 sq. meters) માં ફેલાયેલું છે અને તેમાં સારી રીતે વ્યવસ્થિત ઉત્પાદન પ્રદર્શનો (well-organized product displays) સાથે આકર્ષક પ્રવેશદ્વાર છે.



- **સ્ટોર લેઆઉટ:** લેઆઉટમાં નિયુક્ત મેકઅપ અને બ્યુટી એરિયા (designated makeup and beauty area), ઇન્વેન્ટરી માટે સ્ટોરેજ એરિયા (storage area for inventory), સ્ટાફ સહાય (staff assistance) માટે જગ્યા, ઉત્પાદન પરીક્ષણ (product testing), પ્રમોશનલ પ્રદર્શનો (promotional displays), અને ગ્રાહક આરામ (customer comfort) માટે જગ્યા શામેલ કરવી આવશ્યક છે.
- **ડિજિટલ એકીકરણ:** મોડેલ ઇન-સ્ટોર અને ઓનલાઇન ખરીદી (in-store and online purchasing) ને ભારે રીતે એકીકૃત કરશે, ડિલિવરી (delivery) અને ઇન-સ્ટોર પિકઅપ (in-store pickup) વિકલ્પો ઓફર કરશે.

વ્યવસાય પ્રક્રિયા (Business Process)

વ્યવસાય પ્રક્રિયામાં નીચેનાનો સમાવેશ થાય છે:

- **ઇન્વેન્ટરી મેનેજમેન્ટ:** પ્રમોટરે કાર્યક્ષમ રીતે સ્ટોક સ્તરનું સંચાલન (efficiently managing stock levels) કરીને, જરૂરિયાત મુજબ પુનઃઓર્ડર (reordering) કરીને અને સમાપ્તિ તારીખોને ટ્રેક (tracking expiration dates) કરીને ઉત્પાદનની ઉપલબ્ધતા તપાસવી પડશે.



- **વેચાણ અને ગ્રાહક સેવા:** ગ્રાહકનો વિશ્વાસ અને વફાદારી વધારવા (increase the client's trust and loyalty) માટે, પ્રમોટરે ઉત્તમ સેવા પૂરી પાડવી પડશે, ઉત્કૃષ્ટ ગ્રાહક સેવા અને પરામર્શ (consultation) પ્રદાન કરવા માટે જ્ઞાની કર્મચારીઓને (knowledgeable employees) ભાડે રાખવા અને તાલીમ આપવી પડશે.
- **માર્કેટિંગ અને પ્રમોશન:** પ્રમોટરે બ્રાન્ડ વિઝિબિલિટી સુધારવા (improve brand visibility) માટે, સ્થાનિક કાર્યક્રમો અને સોશિયલ મીડિયા (local events and social media) સહિતના અનેક પ્લેટફોર્મ્સ પર પહેલ ચલાવવી આવશ્યક છે.
- **નાણાકીય વ્યવસ્થાપન:** અન્ય વ્યવસાયિક કામગીરીઓ સાથે, પ્રમોટરે નાણાકીય સ્થિરતા સુનિશ્ચિત કરવા માટે વ્યવસાયિક નાણાંની સમીક્ષા (review the business finances) કરવી પડશે.
- **વિસ્તરણ અને અનુકૂલન:** વૃદ્ધિ માટે, વ્યવસાયે બજારના વલણો અને ગ્રાહકના ઇનપુટ્સ સાથે સતત અનુકૂલન (adapt) કરવું પડશે, ગુજરાતમાં વિસ્તરણ (expansion) ની તકો શોધવી પડશે.

માનવબળ (Manpower) ની જરૂરિયાત

વિગતો (Particulars)	વર્ષમાં મહિનાઓની સંખ્યા (No. of months)	મહિનાની સંખ્યા (No. of month)	માસિક વેતન/પગાર (રૂ. લાખમાં) (Wages/Salaries per month (Rs. in Lakhs))	વાર્ષિક ખર્ચ (રૂ. લાખમાં) (Annual Expense-Rs. in Lakhs)
સ્વ-રોજગાર (Self- employed)	૧	-	-	-
કુશળ (Skilled)	૪	૧૨	૦.૩૦	૧૪.૪૦
બિનકુશળ (Unskilled)	૧	૧૨	૦.૧૨	૧.૪૪



હિસાબી સેવા (Accountancy Service)	૧	૧૨	૦.૦૫	૦.૬૦
કુલ (Total)				૧૬.૪૪

અમલ સમયપત્રક (Implementation Schedule)

પ્રવૃત્તિ (Activity)	જરૂરી સમય (મહિનામાં) (Time Required-in months)
સ્થળનું સંપાદન (Acquisition of premises)	૧
બાંધકામ (જો લાગુ હોય તો) (Construction (if applicable))	૧.૫
ફર્નિચર અને ફિક્સરની ખરીદી અને સ્થાપના (Procurement & installation of furniture and fixtures)	૨.૫
નાણાંની વ્યવસ્થા (Arrangement of Finance)	૧
જરૂરી માનવબળની ભરતી (Recruitment of required manpower)	૧
કુલ જરૂરી સમય (કેટલીક પ્રવૃત્તિઓ એકસાથે ચાલશે) (Total time required)	૩

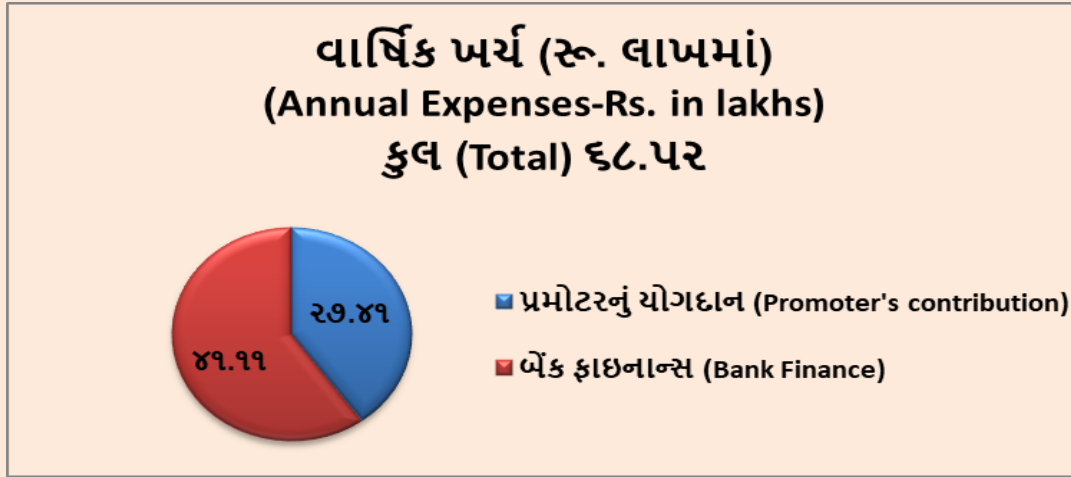
પ્રોજેક્ટ ખર્ચ (Cost of Project)

વિગતો (Particulars)	વાર્ષિક ખર્ચ (રૂ. લાખમાં) (Annual Expenses (Rs. in lakhs))
પ્રિ-ઓપરેટિવ અને પ્રારંભિક ખર્ચ (Pre-operative and preliminary Exp.)	૦.૬૯
સાધનો અને ફર્નિચર ખર્ચ (Equipment and	૬.૬૦

Furniture Exp.)	
કાર્યકારી મૂડી (Working Capital)	૬૧.૨૩
કુલ પ્રોજેક્ટ ખર્ચ (Total Project Cost)	૬૮.૫૨

નાણાંના સ્ત્રોત (Means of Finance)

બેંક ટર્મ લોન ૬૦% ધારેલી છે.



ફર્નિચર (Furniture) અને ફિક્સર (Fixtures)

વિગતો (Particulars)	યુનિટ (Unit)	યુનિટ દીઠ કિંમત (રૂ. લાખમાં) (Price per Unit (Rs. in lakhs))	કુલ રકમ (રૂ. લાખમાં) (Total Amount (Rs. in lakhs))
ડિસ્પ્લે શેલ્ફ (Display Shelves)	૪	૦.૧૦	૦.૪૦
મિરર્સ (Mirrors)	૫	૦.૧૫	૦.૭૫
સ્ટોરેજ રેક્સ (Storage Racks)	૨૦	૦.૦૫	૧.૦૦
કેશ કાઉન્ટર (Cash Counter)	૧	૦.૨૫	૦.૨૫
સ્ટોરેજ બીન્સ અને ડ્રોઅર્સ	૩૫	૦.૦૫	૧.૭૫

(Storage Bins and Drawers)			
ખુરશીઓ અને ટેબલ (Chairs and Tables)	૫	૦.૨૫	૧.૨૫
કમ્પ્યુટર (Computer)	૧	૦.૬૦	૦.૬૦
પ્રોડક્ટ ડિસ્પ્લે કેસ (Product Display Cases)	૩	૦.૨૦	૦.૬૦
કુલ (Total)			૬.૬૦

ભારતમાં સ્થાનિક સપ્લાયર્સ (Local suppliers) ફર્નિચર અને ફિક્સર (furniture and fixtures) ની વિશાળ શ્રેણી ઓફર કરે છે. ઉદ્યોગસાહસિક (entrepreneur) સંપૂર્ણ સંશોધન અને વિશ્લેષણ પછી ઓફિસ ફર્નિચરનો લાભ લઈ શકે છે. નીચે ભારતમાં કામચલાઉ સપ્લાયર્સ છે. આ ઉપરાંત, ઓનલાઈન ઓર્ડરિંગ માટે ઇન્ડિયા માર્ટ (India Mart), ટ્રેડ માર્ટ (Trade Mart) વગેરે જેવા ઓનલાઈન પ્લેટફોર્મ્સ (online platforms) પણ શોધી શકાય છે.

વેચાણ વસૂલાત (Sales Realization)

ઉત્પાદન (Product)	વેચાણ ટકાવારીમાં (Sales in Percentage)
મેકઅપ પ્રોડક્ટ્સ (Makeup Products): (ફાઉન્ડેશન, કન્સીલર, પાવડર, બ્લશ, આઈ શેડો, આઈલાઈનર, મસ્કરા, લિપસ્ટિક, લિપ ગ્લોસ, લિપ લાઇનર, મેકઅપ બ્રશ અને ટૂલ્સ)	૮૮.૦%
હેર કેર પ્રોડક્ટ્સ (Hair Care Products): (શેમ્પૂ, કન્ડિશનર, હેર સ્ટાઇલિંગ પ્રોડક્ટ્સ, હેર ટ્રીટમેન્ટ્સ, હેર બ્રશ અને કાંસકો)	૭.૦%
ફ્રેગરન્સ, બાથ અને બોડી પ્રોડક્ટ્સ (Fragrances, Bath and Body Products): (પરફ્યુમ, કોલોન, બોડી સ્પ્રે, બોડી વોશ, બોડી લોશન, શાવર જેલ, બાથ સોલ્ટ, બોડી સ્ક્રબ, હેન્ડ	૨.૦%

અને ફૂટ કીમ)	
મેન્સ ગ્રૂમિંગ પ્રોડક્ટ્સ (Men's Grooming Products): (શેવિંગ કીમ અને રેઝર, આફ્ટરશેવ, મેન્સ સ્કિનકેર પ્રોડક્ટ્સ, બ્રિચર્ડ ગ્રૂમિંગ પ્રોડક્ટ્સ)	૨.૦%
સ્કિનકેર પ્રોડક્ટ્સ (Skincare Products): (ક્લીન્ઝર, ટોનર, મોઇશ્વરાઇઝર, સીરમ, સનસ્ક્રીન, ફેસ માસ્ક, ખીલની સારવાર, એન્ટી-એજિંગ પ્રોડક્ટ્સ, આઇ કીમ, એક્સફોલિએટર)	૧.૦%
કુલ (Total)	૧૦૦.૦૦%

નફાકારકતાની ગણતરીઓ (Profitability Calculations)

ક્રમ	વિગતો (Particulars)	વાર્ષિક ખર્ચ (રૂ. લાખમાં) (Annual Expenses-Rs. in lakhs)
અ.	વેચાણ વસૂલાત (Sales realization)	૧૮૩.૬૯
બ.	ઉત્પાદન ખર્ચ (Cost of production)	
i)	કાચો માલ (Raw materials)	૧૧૯.૪૦
ii)	યુટિલિટીઝ (Utilities)	૧.૦૯
iii)	માનવબળ ખર્ચ (પગાર/વેતન) (Manpower Cost (Salaries/wages))	૧૬.૪૪
iv)	વહીવટી ખર્ચ (Administrative expenses)	૦.૨૪
v)	પેકેજિંગ ખર્ચ (Packaging Cost)	૦.૦૬
vi)	સામગ્રી ગુમાવેલ ખર્ચ (Material Lost Cost)	૦.૦૬
vii)	વેચાણ અને વિતરણ ખર્ચ (Selling & distribution expenses)	૫.૦૪
viii)	સમારકામ અને જાળવણી (Repairs & maintenance)	૦.૦૦
ix)	ભાડું (Rent)	૧૦.૦૦

x)	વ્યાજ (Interest)	૦.૪૮
xi)	પરચુરણ ખર્ચ (Misc. expenses)	૧૦.૦૦
	કુલ (બ) (Total (B))	૧૫૨.૮૧
	યુનિટ ઉત્પાદનની સંખ્યા (No of Unit production)	૫૮૨૩૦
	પ્રતિ યુનિટ વેચાયેલ માલની કિંમત (Cost of Goods Sold per unit)	રૂ. ૨૬૨
	કુલ નફો/નુકસાન (અ - બ) (Gross profit/loss (A - B))	૩૦.૮૮
	બાદ: ઘસારો (Less: Depreciation)	૧.૧૬
ક.	પીબીઆઇટી (PBIT)	૨૯.૭૨
ડ.	આવકવેરો (Income-tax)	૫.૮૪
ઘ.	ચોખ્ખો નફો/નુકસાન (Net profit/loss)	૨૩.૭૮
ફ.	પુનઃચુકવણી (વાર્ષિક) (Repayment (Annual))	૦.૬૨
ગ.	જાળવી રાખેલ સરપ્લસ (ઇ-ફ) (Retained surplus (E-F))	૨૩.૧૬

બ્રેક-ઇવન એનાલિસિસ (Break-Even Analysis) (રૂ. લાખમાં)

વિગતો (Particulars)	ખર્ચ (રૂ. લાખમાં) (Cost-Rs. in lakhs)
સ્થિર ખર્ચ (Fixed cost)	
જમીન અને બિલ્ડિંગનું ભાડું (Land & Building Rent)	૧૦.૦૦
ઘસારો (Depreciation)	૧.૧૬
વ્યાજ (Interest)	૦.૪૮
માનવબળ (Manpower)	૪.૮૩
કુલ સ્થિર ખર્ચ (Total Fixed cost)	૧૬.૫૭

ચલ ખર્ચ (Variable cost)	
કાચો માલ (Raw materials)	૧૧૯.૪૦
યુટિલિટીઝ (Utilities)	૧.૦૯
માનવબળ (Man Power)	૧૧.૫૧
વહીવટી ખર્ચ (Administrative expenses)	૦.૨૪
વેચાણ અને વિતરણ ખર્ચ (Selling & distribution expenses)	૫.૦૪
કુલ ચલ ખર્ચ (Total Variable cost)	૧૩૭.૨૮
પ્રતિ યુનિટ ચલ ખર્ચ (Variable cost per Unit)	૨૩૫.૭૫
પ્રતિ યુનિટ આવક (Revenue per unit)	૩૧૫.૪૬
પ્રતિ યુનિટ માર્જિન (Margin per Unit)	૭૯.૭૧
બ્રેક-ઇવન પોઇન્ટ માટે યુનિટ્સની સંખ્યા (Number of Units for Break-Even Point)	૨૦૭૮૯
વાસ્તવિક ક્ષમતા (Actual Capacity)	૫૮૨૩૦

કાનૂની મંજૂરીઓ (Statutory Approvals)/સરકારી મંજૂરીઓ

ગુજરાતમાં કોસ્મેટિક સ્ટોર શરૂ કરતા પહેલા કાનૂની નિયમો અને નિયમોનું પાલન કરવું મહત્વપૂર્ણ છે.

૧. રાજ્ય ડ્રગ લાઇસન્સ (State Drug License): સુંદર બનાવવા, શુદ્ધ કરવા, આકર્ષણ વધારવા અથવા માનવના દેખાવમાં ફેરફાર કરવા માટે રચાયેલ કોસ્મેટિક્સનું વેચાણ કરતા વ્યવસાયોએ રાજ્ય ડ્રગ લાઇસન્સ (State Drug License) મેળવવું આવશ્યક છે કારણ કે કોસ્મેટિક્સ ડ્રગ્સ અને કોસ્મેટિક્સ એક્ટ (Drugs and Cosmetics Act) હેઠળ આવે છે.

૨. દુકાન અને સંસ્થા લાઇસન્સ (Shop and Establishment License): કોસ્મેટિક સ્ટોર ચલાવવા માટે જરૂરી છે, આ લાઇસન્સ સ્થાનિક મ્યુનિસિપલ કોર્પોરેશન (local municipal corporation) (દા.ત., અમદાવાદ મ્યુનિસિપલ કોર્પોરેશન) દ્વારા આપવામાં આવે છે અને તેમાં કામકાજના કલાકો, રોજગારની શરતો અને અન્ય નિયમનકારી



આવશ્યકતાઓ નિર્ધારિત કરવામાં આવે છે.

૩. ટ્રેડ લાઇસન્સ (Trade License): વ્યવસાયે સ્થાનિક મ્યુનિસિપલ કોર્પોરેશન પાસેથી ટ્રેડ લાઇસન્સ (Trade License) મેળવવું આવશ્યક છે. આ લાઇસન્સ ચોક્કસ અધિકારક્ષેત્ર (jurisdiction) માં વ્યાપારી પ્રવૃત્તિઓ હાથ ધરવાની મંજૂરી આપે છે.

૪. જીએસટી નોંધણી (GST Registration): તમામ ઉત્પાદનોને લાગુ પડતા હોવાથી ગુડ્સ એન્ડ સર્વિસ ટેક્સ (GST) (Goods and Service Tax (GST)) નેટવર્ક (GSTIN) સાથે વ્યવસાયની નોંધણી.

તાલીમ કેન્દ્રો (Training Centers) અને અભ્યાસક્રમો (Courses)

ઉદ્યોગસાહસિકતા (entrepreneurship) અને વ્યવસાય વ્યવસ્થાપન (business management) માં વ્યાવસાયિક તાલીમ અને પ્રમાણપત્ર ઓફર કરતા તાલીમ કેન્દ્રો ગુજરાત અને તેની આસપાસના વિસ્તારોમાં નીચે મુજબ છે:

- **ઉદ્યોગસાહસિકતા વિકાસ સંસ્થા ભારત (Entrepreneurship Development Institute of India - EDII)**
 - **અભ્યાસક્રમ ફોકસ (Course Focus):** ઉદ્યોગસાહસિકતા, વ્યવસાય વ્યવસ્થાપન (Business Management), અને એમએસએમઇ વિકાસ (MSME Development).
 - **સ્થાન (Location):** અમદાવાદ, ગુજરાત.
- **સરદાર પટેલ યુનિવર્સિટી (SPU) / ગુજરાત ટેકનોલોજીકલ યુનિવર્સિટી (GTU) સંલગ્ન કેન્દ્રો**
 - **અભ્યાસક્રમ ફોકસ (Course Focus):** રિટેલ મેનેજમેન્ટ (Retail Management), માર્કેટિંગ (Marketing), અને વ્યવસાયિક કામગીરીને લગતા વ્યાવસાયિક અભ્યાસક્રમો.
 - **સ્થાન (Location):** ગુજરાતના વિવિધ શહેરો.
- **નેશનલ ઇન્સ્ટિટ્યૂટ ઓફ ફેશન ટેકનોલોજી (National Institute of Fashion Technology - NIFT)**



- **અભ્યાસક્રમ ફોકસ (Course Focus):** વિઝ્યુઅલ મર્ચેન્ડાઇઝિંગ (Visual merchandising) અને રિટેલ સ્પેસ ડિઝાઇન (retail space design), જે સફળ કોસ્મેટિક સ્ટોર માટે ખૂબ જ સુસંગત છે.
- **સ્થાન (Location):** ગાંધીનગર, ગુજરાત.

નવીન માર્કેટિંગ વ્યૂહરચના (Innovative Marketing Strategy)

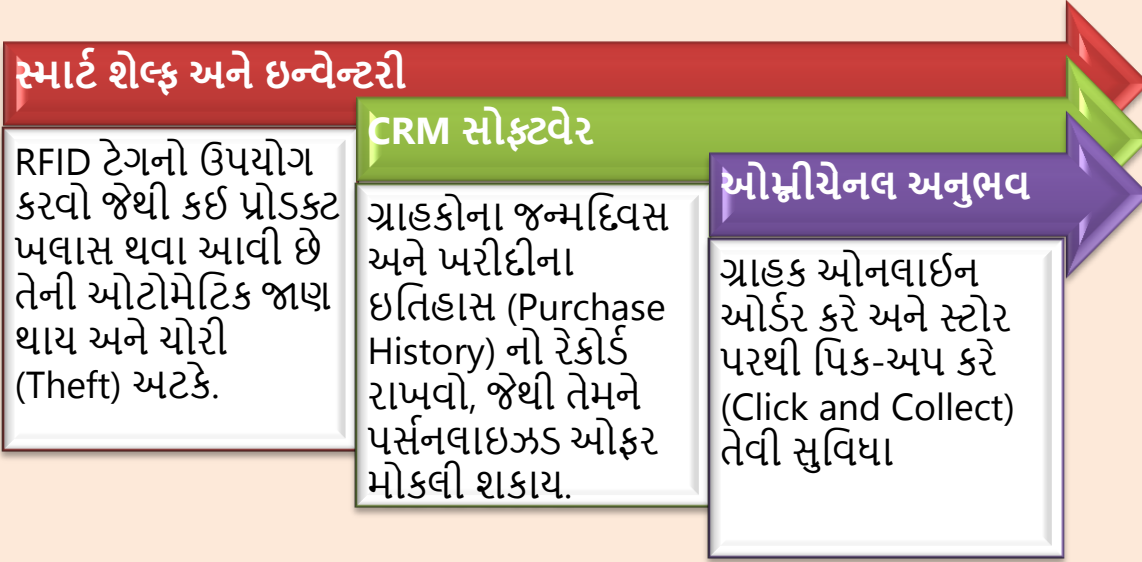
માત્ર પ્રોડક્ટ વેચવાને બદલે 'અનુભવ' વેચવા માટે:



- **'ટ્રાય બીફોર યુ બાય' (Try Before You Buy):** સ્ટોરમાં 'વર્ચ્યુઅલ મેકઅપ મિરર' (AR Technology) મૂકવા, જેથી ગ્રાહકો લિપસ્ટિક કે આઈશેડો લગાડ્યા વગર જ ચેક કરી શકે કે તે તેમના પર કેવા લાગશે.
- **મેકઅપ વર્કશોપ:** વીકએન્ડ પર પ્રોફેશનલ મેકઅપ આર્ટિસ્ટને બોલાવીને 'પાર્ટી લુક' કે 'બ્રાઈડલ મેકઅપ' ના ફ્રી ડેમો સેશન યોજવા.
- **પર્સનલાઇઝડ સ્કિન ટેસ્ટ:** ગ્રાહકોની ત્વચાનો પ્રકાર (તૈલી/સૂકી) જાણવા માટે સ્કિન એનાલાઇઝર મશીન રાખવું અને તે મુજબ પ્રોડક્ટ સૂચવવી.
- **બ્યુટી સબ્સ્ક્રિપ્શન બોક્સ:** નિયમિત ગ્રાહકો માટે દર મહિને નવી પ્રોડક્ટ્સના સેમ્પલ સાથેનું 'બ્યુટી બોક્સ' ઓફર કરવું.

તકનીકી અપગ્રેડેશન (Technological Upgradation)

સ્ટોર મેનેજમેન્ટને સ્માર્ટ બનાવવા માટે:



SWOT વિશ્લેષણ (SWOT Analysis)

શક્તિઓ (Strengths)

- બ્રાન્ડેડ અને ઓરિજિનલ પ્રોડક્ટ્સની ગેરંટી.
- ગ્રાહકને સ્પર્શ સલાહ (Consultation) આપવાની સુવિધા.
- પ્રીમિયમ લોકેશન અને એમ્બિયન્સ.

નબળાઈઓ (Weaknesses)

- નાયકા (Nykaa) અને એમેઝોન જેવા ઓનલાઇન જાયન્ટ્સની હરીફાઈ.
- ઇન્વેન્ટરી (સ્ટોક) માં મોટું રોકાણ.
- પ્રોડક્ટ્સની એક્સપાયરી ડેટનું જોખમ.

તકો (Opportunities)

- આયુર્વેદિક અને ઓર્ગેનિક કોસ્મેટિક્સની વધતી માંગ.
- મેન્સ ગ્રૂમિંગ (પુરુષોના ઉત્પાદનો) સેગમેન્ટમાં વિસ્તરણ.
- સલૂન સાથે ટાઈ-અપ.

ભય/પડકારો (Threats)

- નકલી પ્રોડક્ટ્સ (Counterfeit) નું બજાર.
- બદલાતા બ્યુટી ટ્રેન્ડ્સ (જે આજે ચાલે છે તે કાલે ન પણ ચાલે).
- આર્થિક મંદીમાં લક્ઝરી ખર્ચમાં ઘટાડો.

જોખમ વ્યવસ્થાપન (Risk Management)



- **ડેડ સ્ટોક (Dead Stock):** જો કોઈ પ્રોડક્ટ ટ્રેન્ડમાંથી નીકળી જાય તો વેચાતી નથી.
 - નિવારણ: ઓછી માત્રામાં જથ્થો મંગાવવો અને જૂના સ્ટોક પર 'ક્લિયરન્સ સેલ' રાખવો.
- **એક્સપાયરી:** કોસ્મેટિક્સની શેલ્ફ લાઈફ મર્યાદિત હોય છે.
 - નિવારણ: 'First-In-First-Out' (FIFO) પદ્ધતિ અપનાવવી અને એક્સપાયરીના ૬ મહિના પહેલા ડિસ્કાઉન્ટમાં વેચવું.
- **ચોરી (Pilferage):** નાની અને મોઢી પ્રોડક્ટ્સ ચોરાઈ જવાનું જોખમ.
 - નિવારણ: CCTV કેમેરા અને એન્ટી-થેફ્ટ ગેટ (Anti-theft Gate) લગાવવા.

કચરાનું વ્યવસ્થાપન (Waste Management - Sustainable Beauty)



ગુણવત્તા નિયંત્રણ અને ખાતરી (Quality Control & Assurance)



ગ્રાહકના વિશ્વાસ માટે:

- **બ્રાન્ડ ઓથોરાઇઝેશન:** માત્ર અધિકૃત ડિસ્ટ્રીબ્યુટર પાસેથી જ માલ ખરીદવો અને ગ્રાહકને તેનું પ્રમાણપત્ર બતાવવું.
- **ટેસ્ટર હાઇજન:** ગ્રાહકો જે લિપસ્ટિક કે ક્રીમ ટ્રાય કરે છે (Testers), તેને નિયમિત સાફ અને સેનિટાઇઝ કરવા જેથી ઇન્ફેક્શન ન ફેલાય.
- **સ્ટોરેજ કન્ડિશન:** પરફ્યુમ અને ક્રીમ બગડી ન જાય તે માટે સ્ટોરમાં યોગ્ય તાપમાન (AC) અને ભેજ નિયંત્રણ રાખવું.
- **સ્ટાફ ટ્રેનિંગ:** સેલ્સ સ્ટાફને પ્રોડક્ટના ઘટકો (Ingredients) અને તેના ફાયદા વિશે સંપૂર્ણ તાલીમ આપવી.

અસ્વીકૃતિ/Disclaimer

આ પ્રોજેક્ટ પ્રોફાઇલ માર્ગદર્શન અને પ્રાથમિક સંશોધન માટે જ છે. ખર્ચ અને નફાકારકતા સહિતના નાણાકીય આંકડાઓ ધારણાઓ પર આધારિત સૂચક અંદાજો છે અને તેમાં ફેરફાર થઈ શકે છે. તેઓ વ્યવસાયિક સફળતાની કોઈ ગેરંટી આપતા નથી. ઉદ્યોગસાહસિકોએ પોતાનો સંપૂર્ણ બજાર સર્વેક્ષણ, નાણાકીય યોગ્ય અભ્યાસ, અને કાયદાકીય પાલન ચકાસણી (ખર્ચની ચકાસણી અને જરૂરી તમામ પરવાનગીઓ અને મંજૂરીઓ મેળવવા સહિત) કરવી ફરજિયાત છે. કોઈપણ ચોક્કસ મશીનરી, સપ્લાયર, અથવા તાલીમ સંસ્થાનું નામ માત્ર માહિતીના સંદર્ભ માટે આપવામાં આવ્યું છે અને તે કોઈ ભલામણ નથી. આ માહિતી વ્યવસાયિક નાણાકીય કે તકનીકી સલાહ નો વિકલ્પ નથી, અને આ રૂપરેખાઓના આધારે લેવાયેલા નિર્ણયોથી થતા કોઈપણ નુકસાન માટે પ્રદાતા કોઈ જવાબદારી લેતા નથી.

This project profile is for guidance and preliminary research only. The financial figures, including costs and profitability, are indicative estimates based on assumptions and are subject to change. They are not a guarantee of commercial success. Entrepreneurs must conduct their own thorough market surveys, financial due diligence, and legal compliance checks (including verifying costs and obtaining all necessary licenses and approvals). The name of any specific machinery, supplier, or training institution is provided purely for informational reference and does not constitute a recommendation. This information is not a substitute for professional financial or technical advice, and the provider holds no liability for any losses incurred from decisions based on these profiles.