


상권분석 및 입지선정



Contents

1. 상권의 개념
 2. 상권의 종류
 3. 상권분석
 4. 입지의 개념
 5. 입지분석 방법
 6. 입지선정 시 체크포인트
-
- 

상권의 개념

I. 상권(trade area)이란?

개별점포가 재화와 서비스의 제공을 통하여 고객을 유인할 수 있는 지역적 범위.

즉, 고객동원지구를 의미하는데 상업적 거래가 이루어지는 공간적 범위를 말함.

☞ 상품을 구매하는 고객의 대다수가 살고 있는 지역으로 보통 상가가 형성되어 있는 범위 전체를 말함.

상권의 종류

I. 상권 범위에 따른 분류

① 지역상권(general trading area)

가장 넓은 지역으로 특정지역 전체가 가지는 상권.

② 지구상권(district trading area)

지역상권내의 특정의 입지가 속하는 곳으로 집적된 상업시설이 갖추어진 상권의 범위.

③ 점포상권(individual trading area)

지구상권내에서 특정입지의 점포가 가지게 되는 상권으로 각 개별점포가 형성하는 고객 흡인이 가능한 범위.

2. 고객 흡인률에 따른 분류

① 1차 상권(primary trading area)

전체 대상의 65-75%를 점하는 지역으로 고객들이 상점에 가장 근접해 있으며 고객 수나 고객 1인당 판매액이 가장 높은 지역.

② 2차 상권(secondary trading area)

전체 대상의 25-35%를 점하는 지역으로 1차 상권의 외곽에 위치하며 고객의 분산도가 높다.

③ 3차 상권(fringe trading area)

1차 및 2차 상권에 포함되지 않는 나머지 고객들이 거주하는 상권으로서 주변상권이라고도 함.



3. 입지조건에 따른 상권 분류

1) 주택지역

① 아파트상권

초기 자본금이 많이 들지 않아 초보 창업자에게 유리한 상권

- 고가품이나 사치품이 아닌 일상 생활용품을 취급해야 함.
- 가능한 한 단지주민과 유동인구를 흡수할 수 있는 점포여야 함.

② 주택가상권

큰 돈을 벌기는 어렵지만 생계유지를 위한 고정적인 매출확보에는 적당한 상권으로 버스 정류장, 재래시장이나 사무실 빌딩이 함께 있으면 좋다.

- 소비 형태가 도보로 이루어지기 때문에 입지가 중요함.
- 가능한 한 집적상가 내 위치하고 있어 업종간 협력도 고려함.



2) 학교 및 사무실 밀집지역

① 학교주변 상권

학생취향과 구매형태를 고려한 고도의 전문점이 필요함.

- 업종의 선택에 있어서 인·허가 사항을 사전 체크해야 함.
- 방학 등 비수기가 있음을 고려하여 정확한 수익성분석이 요구됨.

② 사무실 밀집지역

5층 이상 건물이 10개 또는 10층 이상 건물 5개 이상 300m 주변에 있어야 하며, 이러한 상권은 점심식사, 놀이문화 및 술을 파는 서비스업이 좋다

- 사무실 밀집지역은 주로 요식업 분야가 50% 이상을 차지함.
 - 지속적으로 변화를 추구하면서 영업을 전개해야 함.
 - 토요일, 휴일에 영업을 않는다는 사실을 고려해야 함.
-



3) 지하철 및 변화가상권

① 지하철 역세권 상권

평소 사람의 왕래가 빈번한데 특히 출퇴근 시간에 초점을 맞추는 것이 좋다.

패션관련 판매업, 생활필수품을 파는 점포가 주종으로 음식점보다는 판매업종이 유리하고 비디오 숍, 문구점, 떡집, 당구장 등은 피하는 것이 좋다.

② 변화가상권

도시의 핵심 상권 지역으로 물건을 구입하고 먹고 마시고 노는 상권으로 초보 창업자는 이런 상권에 입점하면 경험부족으로 위험성이 크다.

장사 경험이 많아야 뿌리 내리기 쉽고 치킨집, 세탁소, 사진관, 정육점, 청과물 등은 피하는 것이 좋다.

☞ 이러한 상권의 분류는 일반적인 것으로 실제적인 상권의 크기와 모양은 도로, 교통, 업태, 점포의 규모 등에 따라 항상 변함



상권형성의 영향요인

1) 대규모 상권형성은 정부나 기업이 만들어 내는 인위적인 여러 정책이 큰 영향을 주지만 대부분은 자연적인 흐름에 의하여 형성됨.

2) 소규모 상권의 경우

- ① 동일조건하에서는 지구상권이 큰 상점가에 입점하는 것이 그렇지 못한 곳보다 상권범위가 넓어진다.
 - ② 동일한 지구 내에 위치하더라도 점포규모, 구색 갯수에 따라 상권은 달라진다.
 - ③ 동일한 점포라도 취급 상품에 따라 상권은 달라진다.
 - ④ 동일업태의 점포라도 광고, 판촉활동에 따라 상권은 달라진다.
 - ⑤ 점포의 설비, 디자인, 진열장식 등 고객서비스에 따라 상권은 달라진다.
- ☞ 일반적으로 상권에 영향을 미치는 것은 인구와 거리로써 상권은 도시의 인구에 비례하고 거리에 반비례함.
-



상권분석

1. 상권분석이란

지역이나 적합한 업종을 판단할 수 있도록 해당지역의 유동인구, 매출액, 업종 수, 연령대 분포 등을 분석하는 것.

2. 상권분석의 필요성

- ① 위험률을 최소화하는데 필요.
성공률을 높이는 것보다 더 중요한 것은 위험률을 감소하는 것.
- ② 판매 예상량을 추정하는데 필요.
- ③ 고객지향적인 마케팅 전략을 수립하는데 필요.
세분화된 시장 파악이 가능하기 때문
- ④ 상권분석은 입지전략을 전개하는데 필요.
장사는 뭉이 좋아야 함

상권분석

3. 상권분석 절차

- ① 입지가 속한 지역의 상세한 지도를 구입함
- ② 지도가 입수되면 입지할 지점에서 반경 500m의 원을 그린다.
(5000분의 1지도라면 500m는 10cm가 된다)
- ③ 원 안의 도로, 강, 산, 지하철 등 교통과 지형에 따라 상권을 그어 나가면 정확한 상권의 범위와 내용을 알 수 있다.
- ④ 지도상에 상권표시가 끝나면 즉시 현장 답사를 실시.
(현장 답사는 반드시 도보로 하여야 함)
- ⑤ 현장답사가 끝난 후에는 입지부근에 서서 통행량 조사를 실시
통행량 조사는 성별, 시간대별, 연령별, 직장인과 가정주부 등으로 구분하여 조사

입지의 개념

I. 입지(Location)의 개념

입지란 해당점포가 위치하고 있는 장소를 의미함

창업에 성공하려면 사업 아이템 이상으로 입지선정이 중요.

입지는 고객의 접근이 용이한 곳을 선택해야 함.

특히 소매업의 경우는 입지산업이라고 할 만큼 사업의 성패에 있어 입지가 차지하는 비중이 절대적이다.

(좋은 입지에 자리한 점포는 절반이상 성공했다고 볼 수 있다).



2. 상업입지로서 갖추어야 할 필수적인 조건

① 해당점포가 운영될 수 있을 만큼 인구, 세대수가 갖추어져 있을 것.
소비성향이 높고 구매력이 왕성한 연령층의 소비자가 다수 존재 하는 곳.

② 접근이 양호할 것
고객은 걷기를 싫어하기 때문에 접근이 용이한 곳이 좋다.

③ 가시성이 좋을 것
점포를 알리는데 소요되는 기간이 최소 3개월 이상 걸리기 때문에 가시성 확보가 잘 되는 점포를 얻어야 함.

④ 안정성이 있을 것
추후 상권이 어떻게 변화할지, 상권의 잠재력은 어느 정도인지 체크하고 들어감

⑤ 임대료 문제
하루 매출에 곱하기 3을 하는 것이 적정 임대료.

※ 상업입지의 조건은 물이 모이듯 사람이 모일 수 있는 곳이어야 함



입지분석 절차 및 방법

I. 입지분석 절차

입지분석은 2단계에 걸쳐 분석이 이루어지는데 1단계는 점포가 위치할 지역이나 지구를 결정하고, 2단계는 설정된 지역이나 지구 내에서 점포가 위치할 만한 특정 지점을 선정하고 분석함

I) 일반적인 선정(지역, 지구)

- ① 인구분석 : 취급상품을 구매할 수 있는 인구가 충분한가를 파악하는 절차.
- ② 구매력분석 : 구매력은 소비자의 소득수준에 의해 좌우되는데 고객들의 소득 수준이 높고 안정적이라야 꾸준한 구매를 기대할 수 있다
- ③ 고객의 구매습관분석 : 상권 내 고객들의 구매습관을 조사 분석

입지분석 절차 및 방법

2) 특정지점 선정

① 통행량분석

점포에 들어오거나 점포 앞을 통과하는 사람수를 분석.

② 주변점포의 분석

주변점포의 영향을 받기 때문에 호혜적인 사업인가, 피해를 주는 사업인가를 분석.

③ 점포접근의 용이성 분석

사람의 통행이 잦은 동선상에 위치해야 하고 건물목, 지하철 출입구 등 고객 유인에 유리한 지점인지 확인.

④ 점포의 가시성 분석

사람의 눈에 잘 보이는 곳으로 장애물이 없는 곳이 좋다.

⑤ 점포의 과거 경력분석


과거에 장사가 잘 된 곳인지, 실패하고 나간 곳인지를 분석.

입지선정 시 체크포인트

1). 지역체크

- ① 하고자 하는 업종의 일반적 조건이 맞는가?
- ② 사람들이 얼마나 모여며 유동인구는 얼마나 되는가?
- ③ 인근의 상점가나 동종업종, 대형점포 등의 영업상태는 어떤가?
- ④ 상권 내의 주거상황과 소득수준, 세대수와 인구수 등은 어떤가?
- ⑤ 해당 지역의 상권이 성장기인지, 쇠퇴기인지 파악한다.

2). 채산관계 체크


- ① 경쟁점포는 어디에 위치하고 있으며, 영업상태는 어떠한가?
 - ② 경쟁점포와 경쟁해서 이길 수 있는가, 혹은 공존할 수 있는가?
 - ③ 예상매출은 어느 정도인가, 이익을 낼 수 있겠는가?
 - ④ 앞으로 고객수가 증가되리라고 기대할 수 있는가?
-
- 

입지선정 시 체크포인트

3). 점포조건 체크

- ① 점포의 폭과 넓이, 형태는 적당한가?
- ② 주변의 가게(특히 업종)에 문제는 없는가?
- ③ 도로에 접해 있는가?
- ④ 주차장은 있는가, 상품의 수·배송에는 문제가 없겠는가?
- ⑤ 설비에 문제가 없는가?

4). 가격 체크

- ① 점포의 수준과 비교해서 비싸지는 않은가?
 - ② 준비자금과 부합하는가?
 - ③ 관리비, 공과금 등이 높지 않은가?
-
- 

우수점포의 일반적인 입지조건

- ① 10층 이상 대형건물이 5개 이상 밀집된 지역
 - ② 2,000세대 이상의 대규모 아파트단지나 주택단지
 - ③ 지하철역에서 300m 이내인 지역
 - ④ 버스정류장에서 100m 이내인 지역
 - ⑤ 버스정류장에 정차하는 버스 노선이 5개 이상인 지역
 - ⑥ 버스 종착역 반경 500m 이내
 - ⑦ 버스, 지하철역에서 주택으로 들어오는 입구 모퉁이
 - ⑧ 편도 2차선, 삼거리 이상 200m 이내인 지역
 - ⑨ 동일 가로 200m 이내에 동일 업종이 없는 지역
 - ⑩ 반경 500m 이내에 동일업종이 3개 이상 없는 지역
 - ⑪ 인구이동이 심한 지역인 경우 전입해 오는 추세인 지역
 - ⑫ 고정인구 2만 명, 고정세대 5천세대 이상인 지역
-



조심해야 하는 점포 유형

- ① 주인이 자주 바뀌는 점포
- ② 점포 임대료가 유난히 싼 점포
- ③ 맞은편에 상권이 형성되지 않은 점포
- ④ 주변에 대형 점포가 있는 점포
- ⑤ 주인이 유사업종에 종사하고 있는 점포
- ⑥ 언덕에 있는 점포

