

상권분석



상권의 개념

I. 상권의 의미

상권(trade area)이란?

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

즉, 고객동원지구를 의미하는데 상업적 거래가 이루어지는 공간적 범위 및 배후지를 말함.

(상품을 구매하는 고객의 대다수가 살고 있는 지역).

2. 상권의 특징

상점의 입지는 개별점포 입장에서 보면 상점을 개설하기 위한 입지조건이 되지만 소비자의 입장에서 보면 상품을 구매할 수 있는 구매시점임.

① 소매점의 영업범위는 거리적으로 한계가 있음.

소매점 상권의 크기는 상품 구색이나 가격, 서비스 등 상점 자체의 가치도 중요하지만 소비자와의 거리가 매우 중요.

② 소매점의 영업범위는 각 상점이 가지고 있는 특수한 입지조건에 따라 다름.

같은 상품을 취급하는 상점이라 하더라도 고립지역에 있는 상점보다는 시장이나 상점가에 있는 소매점의 상권은 넓다.

③ 소매점의 상권은 취급상품의 종류에 따라 범위가 다름.

상품에 따라서 소비자들의 구매패턴이 다름.

3. 상권형성의 영향요인

1) 대규모 상권형성은 정부나 기업이 만들어 내는 인위적인 여러 정책이 큰 영향을 주지만 오랜 역사적인 사회전통에 따라 작용하기도 함.

2) 소규모 점포의 상권 설정은 다음과 같은 요인들에 의해 형성됨.

- ① 동일조건하에서는 지구상권이 큰 상점가에 입점하는 것이 그렇지 못한 곳보다 상권범위가 넓어진다.
- ② 동일한 지구 내에 위치하더라도 점포규모, 구색 갖추에 따라 상권은 달라진다.
- ③ 동일한 점포라도 개성이 강한 상품, 유명브랜드 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.



상권의 종류

I. 상권 범위에 따른 분류

① 지역상권(general trading area)

가장 넓은 지역으로 특정지역 전체가 가지는 상권.

② 지구상권(district trading area)

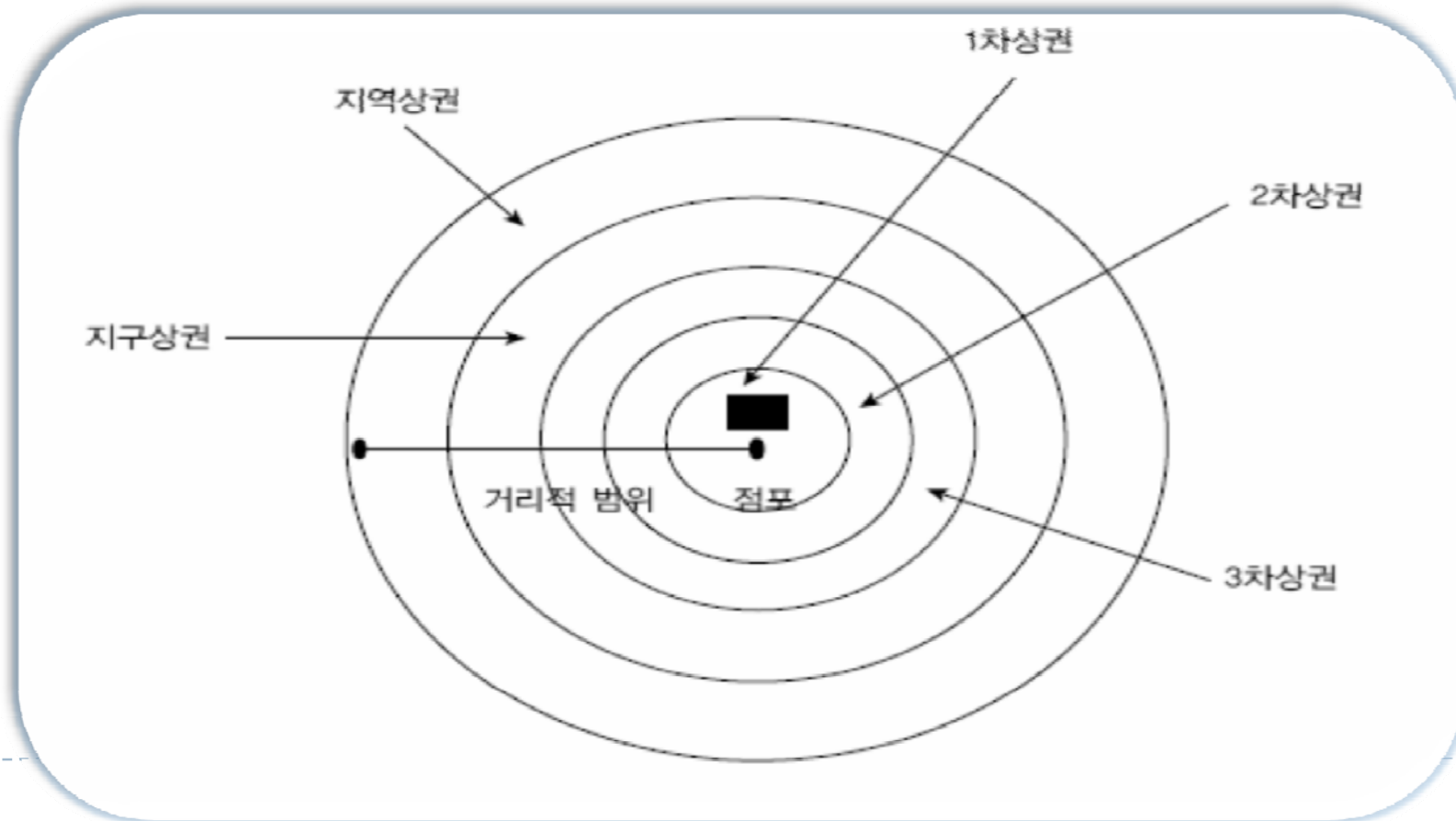
지역상권내의 특정의 입지가 속하는 곳으로 집적된 상업시설이 갖추어진 상권의 범위.

③ 점포상권(individual trading area)

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

2. 고객 흡인력에 따른 분류

- ① 1차 상권(primary trading area) : 전체 매출의 65-75%를 점하는 지역.
- ② 2차 상권(secondary trading area) : 전체 매출의 25-35%를 점하는 지역
- ③ 3차 상권(fringe trading area) : 1차 및 2차 상권에 포함되는 고객 이외에 나머지 고객들이 거주하는 상권으로서 주변상권이라고도 함.



3. 상권규모에 따른 분류

① 근린(近隣)형 상권

소형상권으로서 반경 500-1500m, 인구 10,000-30,000명 이하로 구성.
(주로 생필품을 중심으로 한 식품류와 편의품 위주의 상품을 취급).

② 지구중심(地區中心)형 상권

편의품 이외에 일반패션 의류, 귀금속, 전자제품 등 선매품과 일부 전문품도 취급.
(중형규모의 상권).

③ 지역중심(地域中心)형 상권

편의품과 선매품 이외에 고급패션의류, 고급가구, 공예품, 전문서적, 가전제품 등 전문품을 취급하는 General Merchandise Store같은 대규모 상권.

④ 광역(廣域)상권

▶ 도시 전역 또는 전국을 대상으로 하는 상권.

4. 입지조건에 따른 상권 분류

1) 주택지역

① 아파트상권

초기 자본금이 많이 들지 않아 초보 창업자에게 유리한 상권

- 생활패턴이 유사한 1천세대 이상으로 구매 형태가 거의 일정함.
- 고가품이나 사치품이 아닌 일상 생활용품을 취급해야 함.
- 가능한 한 단지주민과 유동인구를 흡수할 수 있는 점포여야 함.
- 상가 점주들의 표정에서 영업이 잘되는지 안 되는지를 파악함.

음식업	배달전문 피자점, 치킨점, 중국집, 떡집, 기타음식점
서비스업	미용실, 독서실, 어린이집, 사진관, 부동산, 책 및 비디오대여점 등
도·소매업	과일점, 정육점, 슈퍼마켓, 편의점, 문방구, 약국, 화장품 등



② 주택가상권

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

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

음식업	중저가횃집, 치킨점, 만두전문점, 베이커리, 떡집, 호프집, 분식점 등
서비스업	미용실, 부동산, 비디오대여점, 만화대여점, 카센터, 사진관 등
도·소매업	약국, 꽃집, 편의점, 생활용품 할인매장, 유기농산물점, 정육점 등



2) 지하철 및 번화가상권

① 지하철 역세권 상권

평소 사람의 왕래가 빈번한데 특히 출퇴근 시간에 초점을 둬.
패션관련 판매업, 생활필수품을 파는 점포가 주종으로 음식점보다는 판매업종이 유리하고 비디오 숍, 문구점, 떡집, 당구장 등은 피하는 것이 좋다.

음식업	종합분식점, 이동스낵카, 국수집, 김밥전문점 등
서비스업	학원, 사진관, 구두수선점, 게임장 등
도·소매업	캐주얼의류, 서점, 화장품할인점, 안경점, 편의점 등

② 번화가상권

음식업	모든 종류의 음식점이 다양하게 위치함
서비스업	사우나, 커피전문점, 테마카페, 당구장, 게임장, 노래방 등
도·소매업	문구점, 꽃집, 화장품, 안경점, 편의점, 패션내의점 등



3) 학교 및 사무실 밀집지역

학교주변 상권 - 주택가 상권과 겹치는 경우가 많으며, 학교의 밀집 정도와 학교의 형태에 따라 구분됨

① 학교주변 상권

- 판매대상이 고정적이기 때문에 구매단위 역시 고정적임.
- 학생취향과 구매형태를 고려한 고도의 전문점이 필요함.
- 학생들은 선택의 폭이 한정적이어서 고객관리를 우선해야 함.
- 방학 등 비수기가 있음을 고려하여 정확한 수익성분석이 요구됨.

음식업	중국집, 라면전문점, 주점, 분식점, 커피전문점, 김밥전문점 등
서비스업	미용실, 학원, PC방, 사진관, 복사전문점, 노래방 등
도·소매업	서점, 문구점, 편의점, 안경점, 화장품, 할인점, 꽃집 등

② 사무실 밀집지역

5층 이상 건물이 10개 또는 10층 이상 건물 5개 이상 300m 주변에 있어야 하며, 이러한 상권은 점심식사 음식점, 놀이문화 서비스업, 술을 파는 서비스업이 좋으며, 서점, 의류점, 신발점 등은 피해야 하며, 토요일, 휴일에 영업을 않는다는 사실을 고려해야 함.

- 사무실 밀집지역은 주로 요식업 분야가 50% 이상을 차지함.
- 지속적으로 변화를 추구하면서 영업을 전개해야 함.

음식업	삼겹살집, 일식집, 점심을 위한 음식점, 호프집 등
서비스업	사우나, 카센터, 커피숍, 당구장, 기타 사무와 연관된 가게 등
도·소매업	문구점, 꽃집, 화장품, 안경점, 편의점 등

상권분석

1. 상권분석이란

창업을 하기 전 가장 적합한 지역이나 적합한 업종을 판단할 수 있도록 해당지역의 유동 인구, 매출액, 업종 수, 연령대, 분포도 등을 분석하는 것.

2. 상권분석의 필요성

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

3. 상권분석 절차

상권을 분석하기 위해서는 단계적인 순서를 밟는 것이 좋다.

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.

☞ 도로의 경우 왕복 4차선 이상은 별개의 상권, 폭이 20m 이상 되는 하천을 사이에 둔 곳도 별개, 언덕으로 양분된 지역도 별개의 상권.

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 가급적 성별, 학생과 일반인, 연령별, 직장인과 가정주부 등으로 구분


하여 조사.



4. 상권분석 방법

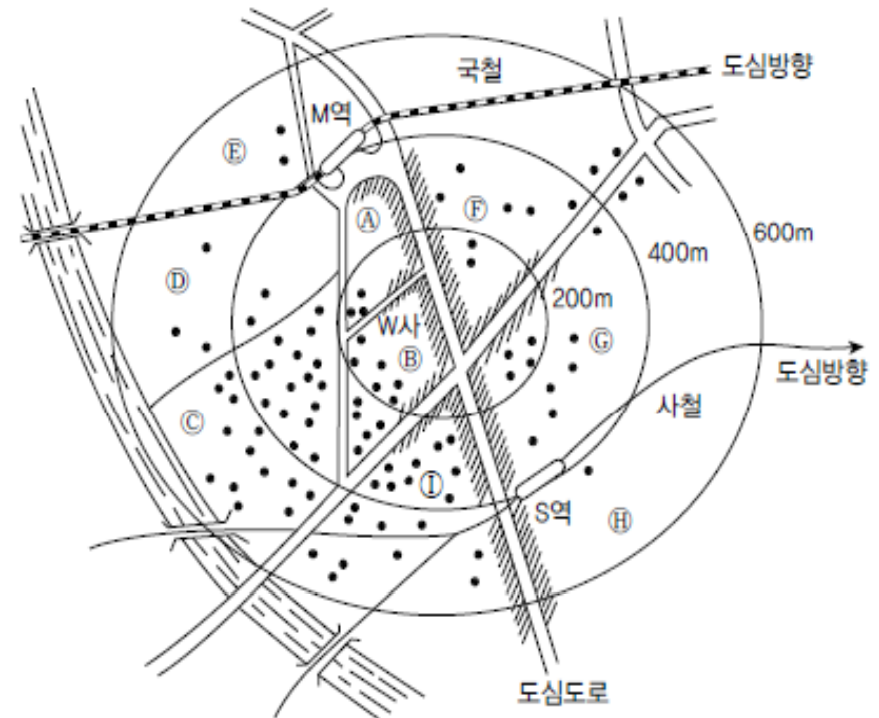
상권의 분석은 점포를 개설하느냐, 하지 않느냐, 또한 개점을 한다면 규모는 얼마로 할 것인지, 어떤 내용으로 할 것인지, 투자의 규모는 얼마나 할 것인가 등 사업성 검토의 중요한 자료가 되기 때문에 많은 시간과 노력을 기울려야 한다.

상권분석 요령

- ① 현지 상황의 정확한 파악이 필요
 - ② 상권 내 주민의 성향 파악
 - ③ 절대 유리한 방향으로 기대감이 섞인 상권분석은 금하고, 보수적이며 객관적인 입장에서 냉정하게 분석
 - ④ 제 3자의 입장에서 분석하되 해당점포의 입장에서 기회요인과 위험요인을 함께 분석해야 함
-
- 

상권지도 활용에 의한 방법

- 상권지도는 **상권 전체 규모와 경쟁점들과의 경쟁관계를** 한눈에 볼 수 있도록 하기 위해서 작성됨.
- **자기 상점의 위치와 경쟁력, 경쟁상점의 위치와 경쟁력, 수요의 규모와 질, 소규모 단위의 지역상권의 특성** 등을 알기 쉽게 표현함.



- ※ ㉠ 변창하는 상점가 ㉡ 상점가 뒤의 주택가 ㉢ 주택가 ㉣ 공장지역
 ㉤ 공장지역 ㉥ 주택가(아파트) ㉦ 고급주택가 ㉧ 주택개발지역 ㉨ 주택가