

جمعیتی

تراکم جمعیت منطقه

مقصود از تراکم جمعیت، بررسی بازار هدف از لحاظ جمعیتی در حوزه شعاع نفوذ فروشگاه است. شعاع نفوذ بسته به میزان حضور رقبا و وسعت فروشگاه متغیر است و می‌تواند از چند صد متر به چند کیلومتر برسد.

نسبت سنی و جنسیتی جمعیت

هنگام بررسی موقعیت ملک، باید به نسبت سنی و جنسیتی جمعیت توجه شود تا دسته‌بندی گروه کالایی متناسب برای آن گروه در نظر گرفته شود. برای مثال: فروشگاه‌هایی که در نزدیکی دانشگاه معماری واحد دختران واقع شده، با فروشگاه‌هایی که در نزدیکی حوزه علمیه مستقر شده از لحاظ کالاهای ارائه شده و حتی نوع دکوراسیون و رنگ باید متفاوت باشد.

وضعیت تحصیلی (Literacy Rate) سطح سواد

نوع خرید مردم به سطح آگاهی آن‌ها نیز مرتبط است. برای مثال: در فروشگاه‌هایی که در زیر مجتمع مسکونی پزشکان واقع شده، کالاهای ارگانیک، مصرف بهتری دارد.

نزدیکی به مراکز آموزشی، فرهنگی، تفریحی یا درمانی

فاصله فروشگاه تا مراکز جمعیتی مانند دانشگاه‌ها، پارک‌ها، بیمارستان‌ها، ادارات، پایانه‌های مسافری و امثالهم، بسیار اهمیت دارد و می‌توان به‌عنوان مشتری غالب برای آن‌ها برنامه‌ریزی کرد. برای مثال: در فروشگاه‌هایی که در نزدیکی مراکز درمانی واقع شده‌اند، اقلامی مثل کمپوت و آب‌میوه جهت عیادت بیمار فروش بالایی دارد.

در دسترس بودن نیروی انسانی متخصص

یکی از منابع مورد نیاز در راه‌اندازی فروشگاه، نیروی کار است. وجود نیروی انسانی باتجربه در نزدیکی محل احداث فروشگاه نیز بسیار اهمیت دارد، به‌طوری‌که نبود نیروی انسانی می‌تواند باعث ایجاد مشکلات در روند اجرایی کار فروشگاه شود.

فرهنگ خرید از منظر حجم و نوع کالا

فرهنگ خرید گروه جمعیتی بازار هدف فروشگاه در دسته‌بندی گروه کالایی و نحوه عرضه، تأثیر مستقیم دارد. برای مثال: در محله‌هایی از شهر، افراد به خرید میوه به‌صورت تکی یا بسته‌بندی‌شده علاقه‌ای نشان نمی‌دهند و میوه را صرفاً به‌صورت فله‌ای و با توجه به قیمت خرید می‌کنند.

امنیت منطقه

امنیت منطقه‌ای که فروشگاه در آن واقع شده در مسائلی همچون ساعات کار فروشگاه با استفاده از فضای شهری بیرون فروشگاه تأثیر دارد.

حقوقی

ساعات کار

در زمان خرید یا اجاره، به ساعات کار مجاز محل مدنظر توجه کنید. برخی از مغازه‌ها به دلیل قراردادن در پاساژ یا مراکز خرید، امکان فعالیت به‌صورت ۲۴ ساعته را ندارند.

مدت زمان اجاره

هنگام عقد قرارداد اجاره، حتماً به مدت‌زمان اجاره توجه کنید. برای اجاره ملک تجاری مدت‌زمان کمتر از سه سال پیشنهاد نمی‌شود. بهترین مدت‌زمان اجاره بین ۵ تا ۷ سال است. ضمناً برای اطمینان، زمانی را به عنوان دوره تنفس معین کنید تا در زمان آماده سازی فروشگاه متحمل هزینه اجاره نشوید.

مجوزات

جهت راه‌اندازی فروشگاه، بسته به نوع کالاهایی که در آن عرضه می‌شود، مجوزاتی همچون جواز کسب یا گاهی از سازمان اماکن، بهداشت یا دامپزشکی نیاز است. بنابراین قبل از خرید یا اجاره مراتب را با سازمان‌های مربوطه کنترل کنید.

وضعیت مالکیت

در خصوص وضعیت مالکیت، پیش از انجام معامله تحقیق کنید، در صورتی که ملک بیش از یک مالک داشته باشد باید قرارداد اجاره به امضای کلیه شرکا برسد یا یکی از آن‌ها وکالت با اختیار اجاره دادن ملک را داشته باشد. در خصوص املاکی که مالکیت سازمانی یا دولتی دارند با احتیاط بیشتری باید عمل کنید تا در صورت تغییر مدیریت در آن سازمان مشکل برای قرارداد اجاره شما پیش نیاید.

عدم تداخل با منافع مشاعی همسایگان

معمولاً فروشگاه‌ها از بخش‌های مشاعی ساختمان‌ها نیز به‌نحوی بهره می‌گیرند. برای مثال: ممکن است لازم باشد کندانسینگ یونیت سیستم‌های برودتی در پشت‌بام یا زیرزمین ساختمان قرار بگیرد، یا اینکه تابلوی فروشگاه روی نمای ساختمان در محدوده نمای واحدهای مسکونی نصب شود که باید این امور با اجازه کتبی کلیه مالکین مشاعی صورت پذیرد.

اقتصادی

قدرت خرید منطقه از منظر میانگین سبد خرید و توالی خرید

منطقه‌ای که فروشگاه در آن قرارداد را از لحاظ قدرت خرید یا میانگین سبد خرید و همچنین توالی خرید مشتریان بالقوه بررسی کنید. این امر با بررسی فروشگاه‌های موجود و طبقه اقتصادی ساکن در آن منطقه میسر می‌شود. برای مثال: در مناطقی که کارگران بیشتر در آنجا سکونت دارند، تعداد دفعات خرید بیشتر و میانگین سبد خرید، پایین‌تر است و در این مناطق کالاهای کم‌وزن‌تر و اقتصادی باید عرضه شود.

هزینه اجاره

در محاسبه نقطه سربه‌سر و هزینه فایده، جهت محاسبه اقتصادی بودن فروشگاه، یکی از هزینه‌های اصلی، مبلغ اجازه ماهیانه فروشگاه است که باید از ابتدای کار، مدنظر قرار بگیرد.

هزینه شارژ ماهیانه

برخی از املاک که در مجتمع‌ها قرار دارند، هزینه‌ای تحت عنوان شارژ ماهیانه دارند و معمولاً برای املاک تجاری بسیار سنگین‌تر از املاک مسکونی می‌باشد، اما گاهی اوقات هزینه شارژ بسیار ناچیز است و جای نگرانی ندارد. در برخی از مجتمع‌های مسکونی، بخش عمده‌ای از بار شارژ ساختمان را بر دوش واحدهای تجاری می‌گذارند که این موضوع باید در زمان عقد قرارداد اجاره با مالکین به دقت بررسی و در قرارداد درج شود.

امکان بهره بردن از برق صنعتی

در فروشگاه‌هایی که عملیاتی مانند قطعه‌بندی و بسته‌بندی گوشت و مرغ انجام می‌شود به‌واسطه نوع فعالیت، امکان دریافت کنتور با تعرفه صنعتی میسر می‌باشد که در این صورت به دلیل اختلاف بهای قابل‌توجه برق صنعتی با تجاری، بهتر است با درخواست از اداره برق محل، تعرفه را تغییر دهید. همچنین دقت کنید که به‌احتمال زیاد برخی از تجهیزات فروشگاه مانند یخچال‌ها ممکن است نیاز به برق سه فاز داشته باشد، لذا از ابتدا امکان افزایش ظرفیت و دریافت کنتور سه فاز را بررسی کنید.

امکان اخذ تسهیلات

در هنگام خرید ملک به این نکته توجه کنید که املاک بدون سند یا قولنامه‌ای، به راحتی امکان توثیق نزد بانک، جهت اخذ تسهیلات را ندارد.

بازاریابی

نمای فروشگاه و امکان داشتن ویترین و نصب تابلو

در هنگام بررسی ملک فروشگاه به امکان استفاده از سطوح ساختمان جهت نصب تابلو و داشتن دید کافی از معابر اصلی توجه کنید، همچنین حتی‌المقدور از گرفتن ملک بدون ویترین در طبقات زیرین یا ملک با بر کم و طول زیاد خودداری کنید، یکی از عوامل موثر در جذب مشتری، دیده شدن فروشگاه توسط عابرین محلی است.

رقبای منطقه‌ای

در زمان اجاره یا خرید ملک، برای فروشگاه بسته به شعاع نفوذ فروشگاه رقبای خود را شناسایی و بررسی کنید. در صورت داشتن رقیب، بهتر است توجه ویژه‌ای به نقاط قوت و ضعف آن‌ها داشته باشید تا در بازاریابی خود، از آن‌ها استفاده کنید.

مزایای رقابتی منطقه‌ای و ملکی

برخی از املاک مزایای خاصی دارند که آن‌ها را منحصربه‌فرد می‌کند، برای مثال معماری‌های خاص و ویژه یک ملک، دید خوب از خیابان یا حتی سازنده شناخته‌شده یا واقع شدن در معبر خاصی مانند ایستگاه مترو و ... این مزایا می‌تواند مختص ملک باشد یا برخی مواقع منطقه‌ای که ملک در آن واقع شده نیز از مزایای خاصی برخوردار باشد، مانند: املاک تجاری واقع در بام تهران که در ایام تعطیل، جمعیت زیادی در آن تردد دارند.

دسترسی به تأمین‌کنندگان

یکی دیگر از موارد مهم جهت تصمیم‌گیری در خرید یا اجاره ملک برای فروشگاه، دسترسی تأمین‌کنندگان به آن است. برای مثال: ملکی که در جاده‌ای کوهستانی واقع شده، ممکن است فروش خوب و مشتریان زیادی داشته باشد، لکن تأمین کالا برای فروش بسیار دشوارتر از املاکی است که در منطقه شهری قرار دارند.

معماری

پارکینگ (مشتریان و تأمین کنندگان)

وجود پارکینگ متناسب با تعداد مشتریان و وسعت فروشگاه در میزان استقبال مشتریان از خرید کردن و میانگین سبد خرید آن‌ها تأثیر مستقیم دارد. برای مثال، در فروشگاه‌هایی که پارکینگ مناسب ندارند مشتری تنها به اندازه‌ای خرید می‌کند که بتواند تا محل پارک خودروی خود حمل کند.

انبار

وجود محل مناسب در ملک برای انبار از اهمیت بالایی برخوردار است، اما باید به این نکته نیز توجه کرد که فضای انبار عموماً باعث خواب سرمایه می‌شود. لذا بهتر است تناسب لازم بین سطح فروش و انبار در نظر گرفته شود.

دسترسی‌های مشتری و بار (پله، آسانسور، بالابر، رمپ برقی، پله برقی و ...)

دسترسی‌های مشتری، بار و پارکینگ به سطح فروش باید به نحوی باشد که مشتری بتواند بدون مانع و به راحتی بین طبقات فروشگاه چرخ‌دستی خود حرکت کند. همچنین گاری‌های حمل بار انبار نیز باید بتوانند به راحتی از محل تحویل بار در بارانداز تا سطح فروش حرکت کنند. نکته دیگر، دسترسی مناسب افراد خاص مانند معلولین یا مادران که کودک خود را با کالسکه حمل می‌کنند است که در زمان انتخاب ملک باید به آن توجه کرد.

تهویه فروشگاه

با توجه به اینکه در اغلب فروشگاه‌ها از سیستم‌های برودتی پرده هوا استفاده می‌شود لازم است سیستم تهویه به صورت گازی باشد تا از تولید رطوبت جلوگیری شود. همچنین نگاه داشتن دمای فروشگاه در بازه دمای آسایش نیز در نگاه‌داشت مشتری در فروشگاه تأثیر زیادی دارد.

اختلاف ارتفاع‌ها، ستون و عوارض

بهترین حالت برای یک فروشگاه از منظر سهولت حرکت مشتری این است که کل فروشگاه در یک سطح باشد و مشتری مجبور به رفتن بین طبقات نباشد. از این رو باید حتی‌المقدور املاکی را برای فروشگاه انتخاب نمود که اختلاف ارتفاع در سطح فروش نداشته باشد. نکته دیگر که در چیدمان تجهیزات فروشگاه‌های محدودیت‌هایی ایجاد می‌کند وجود ستون‌های زیاد و نامنظم یا عوارض دیگر معماری مانند بادبند و دیوارهای برشی و پنجره‌هاست.

وضعیت ایمنی ساختمان

وضعیت ایمنی ساختمان از منظر آتش‌نشانی، خروج اضطراری، استحکام بنا، برق‌کشی و ... بسیار حائز اهمیت است و برای جلوگیری از تکرار حوادثی همچون حادثه تلخ ساختمان پلاسکو تهران، بهتر است در ابتدای کار، تمامی ملاحظات ایمنی به صورت تمام‌وکمال در نظر گرفته شود.

ارتفاع سقف

تأثیر ارتفاع سقف ساختمان در احساس مخاطب از دیرباز مورد توجه معماران در دنیا بوده، به نحوی که از هزاران سال پیش، بشر به این نتیجه رسیده که برای ایجاد احساس خشوع و غلبه بر مخاطب در اماکن مذهبی مانند کلیساها و مساجد و کاخ‌های شاهان باید سقف‌های بلند استفاده شود. طی تحقیقات صورت گرفته، ارتفاع کم سقف باعث کم شدن مدت ماندگاری مشتری در فروشگاه می‌شود. نکته حائز اهمیت دیگر اینکه سقف بلند در فروشگاه علاوه بر تهویه و اجرای سیستم اعلان و اطفاع حریق نورپردازی و نصب علائم را نیز راحت‌تر می‌کند.

ابعاد ورودی و دسترسی آسان به پارکینگ

ابعاد ورودی فروشگاه، جهت انتقال تجهیزات فروشگاه‌های بزرگ همچون یخچال‌ها به داخل فروشگاه از اهمیت بالایی برخوردار است. همچنین به دلیل اینکه در محل درب ورودی ممکن است نیاز به جداسازی مسیری برای خروج مشتریان نیز باشد، بهتر است به ابعاد درب ورودی در هنگام خرید یا اجاره ملک دقت کنید.

محل مناسب جهت تأسیسات برودتی

آرنجایی که برخی از تجهیزات برودتی نیاز به مکانی جهت نصب تأسیسات (موتورخانه مرکزی) دارند، بهتر است فروشگاه محلی برای این کار داشته باشد. نکته اینکه این بخش باید هوای تازه جهت تبادل حرارت مبدل‌های حرارتی وجود داشته باشد و سقف یا سایبانی، جهت حفاظت در مقابل تابش خورشید و برف و باران برای آن در نظر گرفته شود.

Utility انشعابات (برق، گاز، آب، تلفن، فاضلاب و ...)

در هنگام خرید یا اجاره ملک دقت کنید که ملک مدنظر کلیه انشعابات لازم را به مقدار موردنیاز داشته باشد. ظرفیت کافی برق، گاز، آب، فاضلاب، تلفن و ... از جمله انشعابات مهم و لازم برای فروشگاه است.

متریال کف و دیوارها از لحاظ تأیید سازمان‌های بهداشت و دامپزشکی

در فروشگاه‌های عرضه مواد غذایی، بسته به نوع فعالیت ضوابطی از سوی سازمان‌هایی مانند: بهداشت و دامپزشکی تعیین شده که از جمله آن‌ها استفاده از سرامیک بروی کف و دیوارها جهت سهولت شستشو می‌باشد.

روشنایی

میزان روشنایی فروشگاه تأثیر مستقیم در میزان خرید مشتری دارد. براساس استانداردهای رایج، نور مناسب روی سطح کالا در فروشگاه باید ۴۵۰ تا ۶۰۰ لومن باشد. لذا حتماً در هنگام انتخاب ملک به این موضوع نیز دقت کافی داشته باشید.