

# Ex Post Merger Evaluation in the UK Retail Market for Books.

The Journal of Industrial Economics (2016)

Aguzzoni, L., Argentesi, E., Ciari, L., Duso, T., &  
Tognoni, M.

# Книжный рынок

- Creative goods
- Непредсказуемая и короткая популярность
- Короткий жизненный цикл
- Короткий промежуток высокой прибыльности (Сапоу, 2006) (Beck, 2007)
- Разная полезность в разные промежутки времени
- Распределенные покупатели и продавцы

# Исследовательский вопрос

- 2 сети магазинов
  - Waterstone (14% рынка, 190 маг., 35 тыс. книг)
  - Ottakars (7% рынка, 141 маг., 25 тыс. книг)
- С 2005 года объединились, 24% рынка
- Стратегия «защита»
  
- ?как повлияло слияние на цены
- ?как повлияло слияние на объемы
  - На районном уровне
  - На уровне страны



# Создание выборки

# Average treatment effect

$$\begin{aligned} disc_{ist} = & \alpha + \beta \cdot post_t + \lambda \cdot overlap_s + \delta \cdot post_t \times overlap_s \\ & + \gamma \cdot X_i + \mu \cdot Z_{st} + \eta_t + v_{is} + \varepsilon_{ist} \end{aligned}$$

$i$  – книга

$s$  – район

$t$  - неделя

$Post$  – дамми на момент времени, когда произошло слияние

$Overlap$  – дамми, 1 если в этом районе оба магазина

# Контрольные переменные

*(характеристики книг)*

- Различные «types of binding» (Clerides, 2002)
- Жанр
- Дата публикации (только что, 2 месяца с )
- Часть серии
- Иллюстрации

# Контрольные переменные

*(характеристики района)*

- Население
- Плотность населения
- Средние продажи книг в год
- #Университетов
- Уровень Образование
- Уровень конкуренции
- Затраты (house price)



## DiD ON LOCAL PRICES: AVERAGE TREATMENT EFFECT

	All titles	Best-seller	Deep-range	Evergreen	Top-seller
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
Overlap		0.369 (0.974)	0.121 (0.540)	0.041 (0.122)	0.503 (1.085)
Post	1.361*** (5.94)	0.987* (1.881)	2.363*** (9.789)	-0.387 (-1.015)	-3.469*** (-3.469)
Overlap×post	-0.290 (-1.38)	-0.061 (-0.119)	-0.148 (-0.684)	0.112 (0.310)	-0.147 (-0.202)
Constant	18.701*** (5.77)	10.88*** (4.604)	14.83*** (11.23)	5.596*** (2.844)	11.27*** (3.408)
Observations	172,991	37,094	58,098	56,955	20,433
Number of id	11,833	4,544	6,909	2,445	2,930
R-squared	0.061				
Cluster	ISAN×ISBN	ISAN×ISBN	ISAN×ISBN	ISAN×ISBN	ISAN×ISBN
Individual effects (ISAN×ISBN)	Fixed	Random	Random	Random	Random

Также значимо влияет # конкурентов

# Эффект контрольных переменных

- Книгам в мягкой обложке соответствует более низкий уровень цен
- Цены становятся ниже, если время с публикации растёт (кроме deer-range)
- Публикации новых книг сопровождаются «скидками продвижения»
- Иллюстрации книг понижают цену
- Книга, являющаяся частью серии продается с большей ценой
- Пиковые цены на праздники

# Heterogeneous treatment effect

- По фирмам – сходимость к одной цене?
- По книгам с позиции времени издания
- По рынкам с позиции конкурентной среды (# конкурентов)

## DiD ON LOCAL PRICES: HETEROGENEOUS TREATMENT EFFECTS

	All titles	Best-sellers	Deep-range	Evergreen	Top-seller
	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
<b>WATERSTONE'S/OTTAKAR'S</b>					
overlap×post×Waterstones	-1.496*** (-5.750)	-1.536** (-2.375)	-0.560** (-2.118)	-1.166*** (-2.723)	-0.815 (-0.942)
overlap×post×Ottakars	0.927*** (3.710)	1.540*** (2.771)	0.237 (0.905)	1.430*** (3.364)	0.542 (0.650)
<b>BOOKS PUBLISHED POST MERGER</b>					
overlap×post×released_post ×just_pub					1.648** (2.245)
overlap×post×released_post ×non_just_pub					-2.248*** (-2.816)
overlap×post×released_pre	-0.284 (-1.35)	-0.097 (-0.184)	-0.146 (-0.674)	0.112 (0.310)	0.440 (0.331)

- Более агрессивно формируют цену после объединения для новых книг

# Уровень национальный

$$disc_{ijt} = \alpha + \beta \cdot post_t + \lambda \cdot merged_j + \delta \cdot post_t \times merged_j + \gamma \cdot X_i + \mu \cdot Z_t + \eta_t + v_i + \varepsilon_{ijt}$$

- Контрольная группа – магазины-конкуренты
- Не влияют на цены на уровне страны

## Уровень национальный (2)

$$disc_{ikt} = \alpha + \beta \cdot post_t + \lambda \cdot non\_top_k + \delta \cdot post_t \times non\_top_k + \gamma \cdot X_i \\ + \mu \cdot Z_t + \eta_t + \varepsilon_{ikt}$$

- Контрольная группа – top-sellers
- $\delta$  – эффект на остальные категории
- Не влияют на цены на уровне страны

# Выводы

- В работе рассчитан эффект слияние с учетом географического разброса магазинов
- Слияние не приводит к повышению цен в «overlap» районах
- Слияние не приводит к повышению цен на национальном уровне
- Ottakar снизили цены, Waterstone повысили