

# Факторы, влияющие на успех собственных торговых марок в ритейле

Байдина Ксения,  
4 курс, департамент менеджмента

# Собственная торговая марка (СТМ) –

бренд, принадлежащий определенному ритейлеру, контролируемый и продаваемый исключительно им [Raju et al., 1995]



# Обзор литературы

## Факторы, влияющие на успех СТМ

Характеристики  
категории  
[DelVecchio,  
2001],  
[Soberman,  
Parker, 2006]

Доходы  
населения  
[Lamey et  
al., 2007]

Маркетинговые  
мероприятия  
[Жданова,  
2008]

Конкурентная  
среда [Dhar,  
Hoch, 1997],  
[Ailawadi et al.,  
2010]

# Модель

$$stm\_share = const + sum\_cheap\_br + av\_cheap\_br\_p + av\_stm\_p + av\_stm\_p^2 + num\_of\_cheap\_br + disc\_stm + disc\_other\_br + disp\_I + disp\_I^2 + \varepsilon,$$

*stm\_share* – доля СТМ в подкатегории

*sum\_cheap\_br* – продажи брендов макарон в подкатегории в рублях

*av\_cheap\_br\_p* – средняя цена макарон за один килограмм в подкатегории

*av\_stm\_p* – средняя цена СТМ за один килограмм.

*num\_of\_cheap\_br* – количество брендов макарон в подкатегории

*disc\_stm* – процент дней в месяце, когда проводилась акция на СТМ

*disc\_other\_br* – количество национальных брендов, продаваемых

*disp\_I* – реальные располагаемые доходы населения Пермского края

# Данные



Торговая сеть  
Пермского края



Недорогая СТМ



Категория  
«Макаронны»

# Описательны статистики

Переменная	Среднее	Стандартное отклонение	Минимум	Максимум
<i>stm_share</i>	0.14	0.09	0.01	0.59
<i>sum_cheap_br</i>	40 714.83	31 871.08	2887.67	223 821
<i>av_cheap_br_p</i>	62.62	7.97	36.08	92.01
<i>av_stm_p</i>	29.41	2.09	23.63	31.71
<i>num_of_cheap_br</i>	5.55	0.97	2	8
<i>disc_stm</i>	0.01	0.07	0	0.43
<i>disc_other_br</i>	0.64	0.70	0	3
<i>disp_l</i>	17 138.52	1 006.96	15 013.86	18 898.44

# Результаты

Fixed-effects (within) regression	Number of obs	=	1380
Group variable: ID_store	Number of groups	=	45
R-sq: within = 0.663	Obs per group: min	=	5
between = 0.898	avg	=	30.7
overall = 0.771	max	=	38
corr(u_i, Xb) = 0.387	F(9,1326)	=	289.36
	Prob>F	=	0.000
<hr/>			
stm_share	Coef.	Std. Err.	t
sum_cheap_br	0.000	0.000	0.10
av_cheap_br_p	-0.008***	0.000	-31.87
av_stm_p	0.226***	0.023	9.77
av_stm_p^2	-0.004***	0.000	-9.59
num_of_cheap_br	-0.016***	0.001	-11.22
disc_stm	0.041**	0.016	2.56
disc_other_br	-0.034***	0.002	-19.52
disp_I	0.000***	0.000	5.43
disp_I^2	-0.000***	0.000	-5.36
_cons	-4.194***	0.488	-8.59
<hr/>			
sigma_u		0.022	
sigma_e		0.038	
rho	0.262	(fraction of variance due to u_i)	
<hr/>			
F test that all u_i=0:	F44, 1326) = 8.35	Prob > F = 0.000	

# Рекомендации



Продвижение в периоды спада доходов населения



Стратегии постепенного вытеснения конкурентов



Проведение акций



Назначение оптимальной цены