

Informationen für die Seminarteilnehmer bei Prof. Dr. Guido Voigt (Seminar B.Sc.)

Das Seminar kann im Rahmen der Modulbeschreibung für den Bachelorstudiengang Betriebswirtschaftslehre (B. Sc.) für das Modul BA-OSCM 5 angerechnet werden. In dem Seminar ist zur Erlangung eines Leistungsnachweises die erfolgreiche Anfertigung und Präsentation einer Hausarbeit notwendig. Bitte beachten Sie die Hinweise zur Anfertigung von Seminararbeiten auf unserer Website:

www.bwl.uni-hamburg.de/lscm/lehre/abschlussarbeiten.html

Das Generalthema des Bachelorseminars lautet:

Behavioral Operations Management

Die Vorbesprechung findet für alle Teilnehmer am Donnerstag, den 01.07.2021 von 16:45 bis 17:15 Uhr in digitaler Form statt. Die Themenvergabe erfolgt im Anschluss an die gemeinsame Vorbesprechung.

Abgabetermin für alle Seminararbeiten: Montag, 01.11.2021

Die Arbeiten sind jeweils einmal in einfach gehefteter Form (= mit Heftstreifen) sowie elektronisch einzureichen. Die Abgabe ist in der Zeit von 9 bis 12 Uhr bzw. 13 bis 15 Uhr im Sekretariat des Instituts (Raum 2011) möglich. Die digitale Ausfertigung ist per E-Mail an Stefanie Nonnsen, lscm.bwl@uni-hamburg.de zu senden. Jeder Seminarteilnehmer hat eine eigenständige Seminararbeit abzugeben. Den Teilnehmern ist es freigestellt, die Seminararbeit in deutscher oder englischer Sprache zu verfassen (analog Vortrag).

Die Vorträge finden an folgenden Tagen statt (ob in digitaler Form oder Präsenz, teilen wir Ihnen rechtzeitig mit):

Freitag, 03.12. 2021, 16–19 Uhr

Samstag, 04.12.2021, 9–18 Uhr

Samstag, 05.12.2021, 9–18 Uhr

Pro Thema wird eine Stunde Zeit eingeplant, wovon 40 Minuten für den Vortrag und 20 Minuten für eine anschließende Diskussion vorgesehen sind.

Weitere Details zu den Vorträgen sprechen Sie bitte mit Ihren Betreuern ab. Bitte beachten Sie, dass die Betreuung Ihrer Arbeit in der vorlesungsfreien Zeit aufgrund von etwaigen Abwesenheitszeiten im Vorhinein gut koordiniert sein muss. Bitte vereinbaren Sie daher rechtzeitig Betreuungstermine.

Die Teilnahme an allen Seminarterminen ist Pflicht. Die Pflichtlektüre sollte von allen Teilnehmern zusätzlich zum Basisartikel des eigentlichen Themas gelesen werden.

Pflichtlektüre: Katok (2011) Using Laboratory Experiments to Build Better Operations Management Models. Foundations and Trends in Technology, Information and Operations Management 5 (1), 1–86

Aufgabenstellung:

Sie stellen Ihren Basisartikel vor und entwickeln eine Idee für ein geeignetes Folgeexperiment.

Themen:

1. Verhalten in Supply Chain Verträgen

Der Großhandelspreis sowie der Revenue-Sharing-Vertrag sind zwei klassische Vertragsarten. Beim Großhandelspreisvertrag erleidet der Hersteller keine Verluste, sondern verkauft die Produkte zu einem für ihn optimalen Großhandelspreis. Bei dem Revenue-Sharing-Vertrag hingegen wird eine Beteiligung des Herstellers an dem Gewinn des Händlers als Ausgleich für einen geringeren Großhandelspreis vereinbart. Anhand der vorliegenden Studie sollen die beiden Verträge miteinander verglichen werden.

Literatur: Niederhoff; Kouvelis (2019) Effective and necessary: Individual supplier behavior in revenue sharing and wholesale contracts, *European Journal of Operational Research* 277 (3), 1060-1071.

2. Einfluss sozialer Präferenzen auf die Supply Chain Performance

In der vorliegenden Literatur wird mithilfe eines einfachen Großhandelspreisvertrages der Einfluss von sozialen Präferenzen in einem Experiment untersucht.

Literatur: Loch; Wu (2008) Social Preferences and Supply Chain Performance: An experimental Study, *Management Science* 54 (11), 1835-1849.

3. Informationsweitergabe, Handlungsempfehlung oder Delegation. Wodurch entsteht mehr Vertrauen in einer Supply Chain?

In einer Supply Chain besitzen Markenhersteller (bspw. Bosch) bessere Informationen über ihre Produkte und die Kundenbedürfnisse als ihre Einzelhändler (bspw. Bauhaus, Obi). Die Einzelhändler erhalten daher häufig Unterstützung beim Vertrieb der Produkte. Dabei wird typischerweise eine von drei Formen der Unterstützung verwendet: Weitergabe von entscheidungsrelevanter Information, geben einer Handlungsempfehlung oder Delegation der Entscheidung. Es soll gezeigt werden, dass es Anreize für opportunistisches Verhalten geben kann und anhand der experimentellen Studie untersucht werden, unter welcher Form mehr Vertrauen und Vertrauenswürdigkeit in einer Supply Chain entsteht.

Literatur: Özer; Subramanian; Wang (2017) Information Sharing, Advice Provision, or Delegation: What Leads to Higher Trust and Trustworthiness?, *Management Science*

4. Auswirkungen von Bestandsrisiken auf die Effizienz des Vertriebskanals

Zwei übliche Großhandelspreisverträge sind der Push-Vertrag sowie der Pull-Vertrag. Beim Push-Vertrag trägt der Händler das Bestandsrisiko, während dies beim Pull-Vertrag der Lieferant trägt. Wie wirkt sich die unterschiedliche Risikoverteilung in einer zweistufigen Supply Chain auf die Effizienz des Vertriebskanals und die Gewinnverteilung aus?

Literatur: Davis; Katok; Santamariá (2014) Push, Pull, or Both? A Behavioral Study of How the Allocation of Inventory Risk Affects Channel Efficiency, *Management Science* 60 (11), 2666-2683

5. Prospect Theory – Monetäre vs. zeitliche Konsequenzen

Wie unterscheidet sich das Entscheidungsverhalten, wenn Ergebnisse in zeitlichen statt in monetären Einheiten dargestellt werden? Prospect Theory-Komponenten wie die subjektive Wahrscheinlichkeitsgewichtung und Verlustaversion werden sowohl für zeit- als auch geldbasierte Entscheidungen bestimmt und miteinander verglichen.

Literatur: Abdellaoui, Kemel (2013) Eliciting prospect theory when consequences are measured in time units: "Time is not money", *Management Science*, 60(7), 1844-1859.

6. Experimentelle Analyse von Präferenzen für Zeit- und Geldspenden

Warum spenden Individuen ihre Zeit, auch wenn der Spender höhere Opportunitätskosten als der Empfänger hat? Mehrere Experimente werden durchgeführt, um Unterschiede beim Spenden von Zeit und Geld zu analysieren und zu erklären.

Literatur: Brown; Meer; Williams (2019) - Why Do People Volunteer? An Experimental Analysis of Preferences for Time Donations, *Management Science* 65(4), 1455-1468.

7. Entscheidungen unter Berücksichtigung vergangener Investitionen

Investieren Entscheider viel Geld in ein Projekt, weil in der Vergangenheit bereits viel Geld investiert wurde, erliegen Entscheider dem sog. Trugschluss versunkener Kosten (sunk cost fallacy). Gibt es diesen Effekt auch für Zeitinvestitionsentscheidungen? Trifft der Trugschluss auch für vergangene Zeitinvestitionen zu? (sunk time fallacy) In diesem Paper werden die Auswirkungen von vergangenen temporalen oder monetären Investitionen auf aktuelle Entscheidungen untersucht.

Literatur: Soman, D. (2001). The mental accounting of sunk time costs: Why time is not like money. *Journal of Behavioral Decision Making*, 14(3), 169-185.

8. Die Veränderung von Risikopräferenzen im Zeitverlauf

Die Wahl zwischen Lotterien wie der folgenden offenbart Ihre Risikopräferenzen: Wählen Sie die Lotterie, bei der Sie 300 € zu 100 % erhalten, sind Sie eher risikoavers. Wählen Sie die Lotterie, bei der Sie zu jeweils 50 % 0 € oder 1.000 € erhalten, sind Sie eher risikoaffin.

Verzögert sich die Auszahlung der Lotterie, d.h. Sie wählen jetzt, ob Sie in einem Jahr entweder 300 € zu 100 % erhalten oder 1.000 € oder 0 € zu jeweils 50 %, ist es rational dieselbe Lotterie wie oben zu wählen. Wie verhält sich die individuelle Risikoneigung bei Lotterien mit verspäteter Auszahlung?

Dieses Paper behandelt den Einfluss von Zeit auf Risikopräferenzen, unabhängig von Zeitpräferenzen.

Literatur: Abdellaoui, M., Diecidue, E., & Öncüler, A. (2011). Risk preferences at different time periods: An experimental investigation. *Management Science*, 57(5), 975-987.

9. Experimentelle Untersuchung des Newsvendor-Problems

Das klassische Zeitungsverkäufer-Modell setzt voraus, dass Entscheidungsträger ihren erwarteten Gewinn maximieren wollen. Diverse experimentelle Studien zeigen, dass neben der Gewinnmaximierung andere Präferenzen eine Rolle spielen können. Becker-Peth et al. erweitern die Literatur, indem sie neben den herkömmlichen Erklärungen, die sich besonders auf den Ankereffekt und das Demand-Chasing beziehen, untersuchen, wie Abweichungen von gewinnmaximierender Strategie durch verschiedene Vertragsparameter in Experimenten systematisch erklärt werden können.

Literatur: Becker-Peth et al. (2013). Designing Buyback Contracts for Irrational But Predictable Newsvendors, *Management Science* 59 (8), 1800-1816.

10. Stated Choice-Experimente

Um das Entscheidungsverhalten von Individuen besser abbilden zu können, setzt man an Stellen, an denen das Verhalten nicht beobachtet wird (revealed choice), auf Experimente in denen Individuen sagen, welche Wahl sie in einer bestimmten Entscheidung treffen würden (stated choice). Das Design solcher Experimente hat erheblichen Einfluss auf die Anzahl erforderlicher Teilnehmer der Studien und auf die Qualität der Informationen, die aus einem Experiment gezogen werden können. Es soll eine Umfrage aus dem Bereich des Supply Chain Managements (im weiteren Sinne) durchgeführt werden.

Literatur: Rose and Bliemer 2009. Constructing Efficient Stated Choice Experimental Designs. *Transport Reviews* 29 (5) 587-617.

11. Einfluss individueller, persönlicher online Rezensionen auf die Kaufentscheidung

Produktrezensionen stellen eine wichtige Informationsquelle für Kunden dar. Im Gegensatz zu zusammengefassten, aggregierten Kundenrezensionen (bspw. eine Durchschnittsbewertung) werden persönliche Einzelrezensionen vom Einzelhändler selber ausgewählt und auf der Produktseite platziert. In dieser Studie wird der Einfluss persönlicher Einzelrezensionen auf die Kaufentscheidung der Kunden analysiert.

Literatur: Vana and Lambrecht 2021. The effect of individual online reviews on purchase likelihood. *Marketing Science* (2021).