



Chào Giá Khôn Ngoan

Hình thức đấu giá cơ bản tất cả chúng ta đều biết chỉ là một trong rất nhiều dạng đấu giá khác nhau. Ví dụ, trong hình thức "đấu giá giá thứ nhì", người chào giá cao nhất vẫn nhận được đối tượng bán đấu giá nhưng chỉ cần thanh toán theo mức giá chào cao thứ nhì. (Hình thức đấu giá này không nhất thiết gây tổn thất cho nhà đấu giá, vì những người mua có thể đua tranh gay gắt hơn.) Các hình thức đấu giá khác nhau được nghiên cứu bằng mô hình toán học, lý thuyết trò chơi, tổ hợp, quy hoạch nguyên và tối ưu hóa. Một kết luận căn bản được rút ra là những người mua thiếu kinh nghiệm hầu như luôn chào giá quá cao.

Mạng Internet là một nhân tố dẫn đến sự gia tăng các mặt hàng được bán đấu giá. Đấu giá ngược—trong đó một công ty có nhu cầu về một sản phẩm mời một số nhà cung cấp sản phẩm tham gia dự thầu, bên nào chào giá thấp nhất sẽ trúng thầu—cũng đang trở nên phổ biến. Một số loại hình đấu giá mới cho phép đấu giá nhiều nhóm mặt hàng hay đấu giá nhiều vòng. Minh chứng rõ rệt nhất cho sự gia tăng tần suất đấu giá thể hiện trong ngành hàng không, trong đó cả công cất cánh của một chuyến bay lẫn số lượng thẻ khuyến mãi khách hàng nhận được khi nhường lại ghế trên một chuyến bay đặt quá chỗ, đều có thể được tính toán bằng đấu thầu.

Tài liệu tham khảo: *The Economic Theory of Auctions* (Lý thuyết Kinh tế về Đấu giá), Paul Klemperer, chủ biên.



Dana Breslin/Art270



Chương trình *Mathematical Moments* thúc đẩy sự tiếp nhận và thấu hiểu vai trò của toán học trong khoa học, tự nhiên, công nghệ, và văn hóa nhân loại.