

אלגוריתמים מגלי-אמת

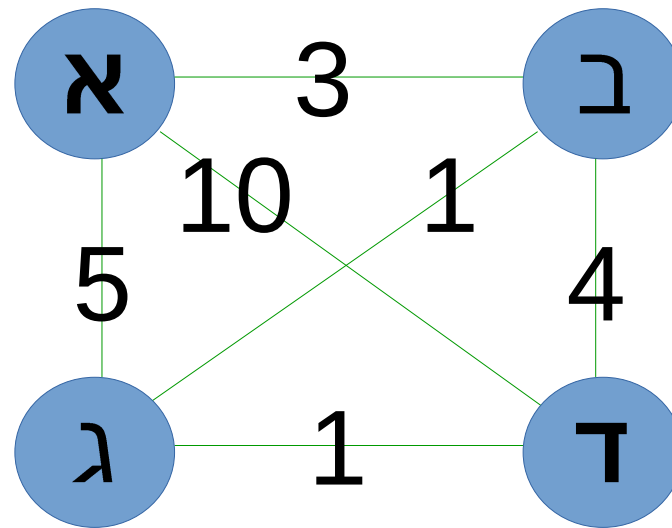
Truthful Algorithms

אראל סגל-הלוי



בעיה 1: מציאת מסלול זול ביותר

נתונה רשת. לכל קשת יש עלות-מעבר. צריך להעביר חבילה בין שתי נקודות ברשת ($A \leftarrow D$), במסלול עם עלות כוללת נמוכה ביותר.



- אם העלות של כל קשת ידועה לכולם ("ידע ציבורי" - common knowledge) – יודעים לפתור.
- אבל מה אם העלות של כל קשת ידועה רק לבעל-הקשת ("ידע פרטי" - private information)?

בעיה 2: בחירת פרסומות לדף רשת

Google - Mozilla Firefox - חיפוש ב- מחשב נייד - חיפוש ב- Google

file:///home/erelsgl/Dropbox/ariel/ALGORITHMS2M/google-ads.html 170% Search

תנך docs cite איפה בוס ubuntu תקציב stats dicta notebook אריאל אלגמ CPP vps בר-אילן conf משתלות OOP

מחשב נייד

Google

הכל תמונות סרטונים חדשות מפות עוד הגדרות כלים

כ-366,000 תוצאות (0.59 שניות)

מחשבים ניידים 60 יום ניסיון | עכשיו באתר AZRIELI.COM www.azrieli.com/ מודעה

מגוון רחב של דגמים של מיטב המותגים לבחירתכם באתר הקניות החדש מקבוצת עזריאלי

רשת אייבורי מחשבים | מחשב נייד דל 15.6" | ivory.co.il www.ivalry.co.il/ מודעה

מעבד Windows 10 Core i3-6006U ב-1,890 ש"ח

מחשבים ניידים - מבחר של ניידים | במבחר מחירים החל מ-790 ש"ח [www.ksp.co.il/ח"מ-790](http://www.ksp.co.il/ח) מודעה

1

2

3

בעיה 2: בחירת פרסומות לדף רשת

נתונים m מפרסמים שונים. לכל מפרסם יש ערך שונה להקלקה על הפרסומת שלו.

בדף יש k מיקומים, $k < m$. לכל מיקום יש אחוזי-הקלקה שונים.

צריך לבחור k מפרסמים ולתת מיקום לכל מפרסם, כך שתוחלת סכום הערכים תהיה גדולה ביותר.

אם הערך של כל מפרסם ידוע לכולם –

אלגוריתם חמדני פותר את הבעיה (נוכיח בהמשך).

אבל מה אם הערך של כל מפרסם ידוע רק לו?

בעיה 3: בחירת פרסומות לרדיו

נתונים m מפרסמים שונים. לכל מפרסם יש פרסומת באורך שונה, וגם ערך שונה להשמעת הפירסומת שלו.

בתוכנית יש זמן קצוב T להשמעת פרסומות.

צריך לבחור פרסומות באורך כולל של לכל היותר T , כך שסכום הערכים גדול ביותר.

אם הערך של כל מפרסם ידוע לכולם – בעיית התרמיל (knapsack problem).

אבל מה אם הערך של כל מפרסם ידוע רק לו?

אלגוריתם מגלה-אמת

הגדרה: אלגוריתם נקרא **אמיתי** (truthful)

או **חסיין-אסטרטגיה** (strategyproof)

או **לא-ניתן-למניפולציה** (non-manipulable)

או **מגלה-אמת** (truth-revealing)

אם האסטרטגיה הטובה ביותר של כל משתתף היא להגיד את הערך האמיתי שלו, לא משנה מה עושים האחרים.

יתרונות:

. **למנהל** - קלט אמיתי \leftarrow פלט אמיתי;

. **למשתתפים** - אין צורך "לרגל".

בעיה 0: חישוב מקסימום

יש לי חפץ שאני לא צריך. אני רוצה לתת אותו למי שיפיק ממנו הכי הרבה תועלת. אני שואל כל אחד "כמה שווה לך החפץ?" ורוצה לתת למי שהערך שלו הגבוה ביותר.

אם הערכים ידועים – בעיית חישוב מקסימום.

אם הערכים לא ידועים:

. לתת את החפץ בחינם – לא מגלה-אמת.

. מכרז "מחיר ראשון" – לא מגלה-אמת.

. האם קיים מכרז מגלה-אמת?

. <https://youtu.be/ZyATAodMDrQ>

מכרז מחיר שני – Second Price Auction

מכרז ויקרי - Vickrey Auction

הגדרה: מכרז ויקרי (=מכרז מחיר שני) הוא:

(א) המשתתפים כותבים הכרזות במעטפות;

(ב) המעטפות נפתחות ומסודרות בסדר יורד;

(ג) בעל ההכרזה הגבוהה ביותר זוכה בחפץ;

(ג) הזוכה משלם את ההכרזה השניה בגובהה.

מכרז ויקרי - Vickrey Auction

משפט: כשלשחקנים יש העדפות קוואזי-ליניאריות,
מכרז ויקרי מגלה-אמת.

הוכחה: מנקודת המבט של כל אחד מהשחקנים,
המכרז נראה כך:

"אתה יכול לקנות חפץ תמורת מחיר x , שאינו תלוי
בך (=המקסימום מבין הצהרות האחרים)".

האסטרטגיה הטובה ביותר לשחקן היא לקנות את
החפץ אם-ורק-אם הערך שלו גדול מהמחיר x ; זה
בדיוק מה שעושה המכרז כשהשחקן אומר אמת. ***

מכרז ויקרי - Vickrey Auction

משפט: מכרז ויקרי הוא יעיל פארטו (עבור קבוצת כל המשתתפים – כולל המוכר).

הוכחה: מכרז ויקרי נותן את החפץ לשחקן עם הערך הגדול ביותר. לכן הוא ממקסם את סכום הערכים, ולכן הוא יעיל פארטו. ***

מכרז מחיר ראשון – First Price Auction

משפט: מכרז מחיר ראשון אינו מגלה-אמת.

הוכחה: כדי להוכיח שמכרז אינו מגלה-אמת מספיק להביא דוגמה נגדית אחת.

נניח שהערך של שחקן כלשהו הוא 10, הוא הגבוה ביותר, והערך השני הוא 5.

הכרזה אמיתית (10) תיתן לו תועלת 0, אבל הכרזה לא אמיתית (למשל 6) תיתן לו תועלת גדולה מ-0.

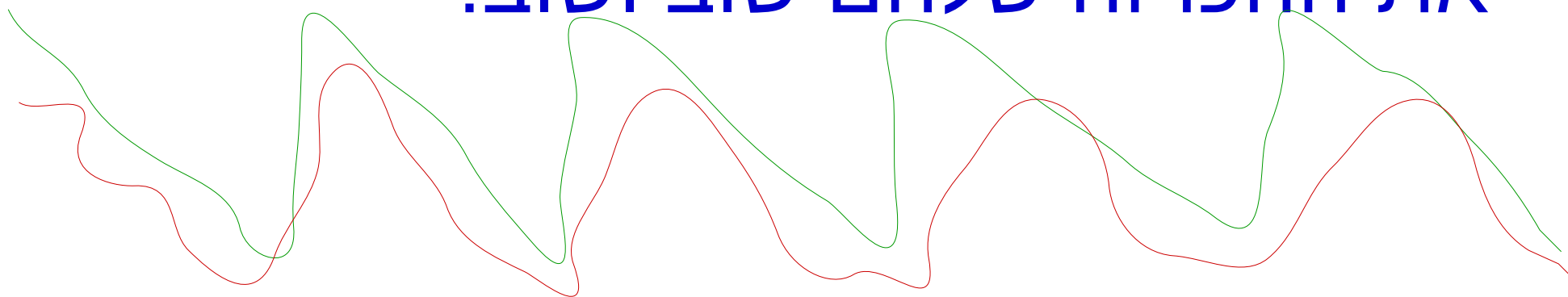
מה הבעיה במכרז לא מגלה-אמת? ←

מכרז מחיר ראשון בפירסום

. המכרזים הראשונים לפירסום לפי מילות
חיפוש היו של Overture (לפני גוגל).

. המכרזים הראשונים היו "מחיר ראשון".

. המהנדסים שמו לב, שהמפרסמים משנים
את ההכרזה שלהם שוב ושוב:



. נוצר עומס כבד על השרתים.

מכרז מחיר שני בפירסום

- בעקבות העומס הכבד על השרתים, החליטו המהנדסים של Google שהמכרז שלהם יהיה מכרז מחיר שני.
- המפרסם עם ההכרזה הגבוהה ביותר זוכה, ומשלים סנט אחד מעל ההכרזה השניה בגובהה.
- השלב הבא – כמה פרסומות בעמוד אחד.

מכרז פירסום – Ad Auction

יש כמה חפצים למכירה, כל אחד באיכות שונה:

Google - Mozilla Firefox - חיפוש ניד - מחשב ניד - חיפוש ב-Google

file:///home/erelsgl/Dropbox/ariel/ALGORITHMS2M/google-ads.html 170% Search

תנך docs cite איפה בוס ubuntu תקציב stats dicta notebook אריאל אלג2מ CPP vps בר-אילן conf משתלות OOP

מחשב ניד Google

כלים הגדרות עוד מפות חדשות סרטונים תמונות הכל

כ-366,000 תוצאות (0.59 שניות)

- מחשבים ניידים 60 יום ניסיון | עכשיו באתר AZRIELI.COM
▼ www.azrieli.com/ מודעה
מגוון רחב של דגמים של מיטב המותגים לבחירתכם באתר הקניות החדש מקבוצת עזריאלי
- רשת אייבורי מחשבים | מחשב ניד דל 15.6" | ivory.co.il
▼ www.ivory.co.il/ מודעה
מעבד Windows 10 Core i3-6006U ב-1,890 ש"ח
- מחשבים ניידים - מבחר של ניידים | במבחר מחירים החל מ-790 ש"ח
▼ www.ksd.co.il/n מודעה
מחשבים ניידים/החל מ-790 ש"ח

מכרז פירסום – Ad Auction

הנחות:

- לכל משבצת k יש הסתברות-הקלקה r_k
- $r_1 > r_2 > \dots$ [CTR = Click Through Rate]
- לכל מפרסם j יש ערך-הקלקה v_j .
- מכאן: כל מפרסם מעריך את משבצת k כ:

$$v_j * r_k$$

המטרה שלנו למצוא אלגוריתם מגלה-אמת למיקסום סכום הערכים.

מכרז פירסום – מיקסום סכום הערכים

אלגוריתם חמדני:

. סדר את המפרסמים בסדר יורד של v_j :

$$v_1 > v_2 > \dots$$

. תן למפרסם j את המקום ה- j .

מכרז פירסום – מיקסום סכום הערכים
משפט: האלגוריתם החמדני ממקסם סכום ערכים.

הוכחה: נניח בשלילה שיש סדר שונה, k , הממקסם את סכום הערכים. בסדר זה יש מפרסמים j, i שעבורם:

$$\begin{array}{l} v_j < v_i \qquad r_{k(j)} > r_{k(i)} \\ \text{נחליף את מפרסמים } j \text{ ו-} i. \text{ אחרי ההחלפה, } i \text{ נמצא} \\ \text{במקום } k(j) \text{ ו-} j \text{ נמצא במקום } k(i). \text{ השינוי בסכום:} \\ v_i * (r_{k(j)} - r_{k(i)}) - v_j * (r_{k(j)} - r_{k(i)}) = (v_i - v_j)(r_{k(j)} - r_{k(i)}) > 0 \end{array}$$

מכאן שהסדר האחר אינו ממקסם את סכום הערכים
– סתירה להנחה. ***

מכרז פירסום

- . אנחנו יודעים איך להקצות מפרסמים למקומות.
- . אנחנו צריכים להחליט איך לקבוע את התשלומים.
- . איך נכליל את מכרז ויקרי למכירת כמה חפצים?

ויקרי – קלארק – גרובס

Vickrey – Clarke - Groves (VCG)

הנחות:

יש מספר סופי של תוצאות אפשריות.

לכל משתתף יש ערך כספי לכל תוצאה.

התועלת = ערך התוצאה פחות התשלום (קוואזי-ליניארית).

האלגוריתם:

בחר את התוצאה עם סכום-הערכים הגבוה ביותר.

עבור כל שחקן:

חשב את סכום הערכים של שאר השחקנים.

חשב את סכום הערכים של שאר השחקנים

אילו השחקן הנוכחי לא היה משתתף.

גבה מהשחקן את ההפרש בין שני הסכומים.

דוגמה: ראו בגליון אלקטרוני.

ויקרי – קלארק – גרובס

Vickrey – Clarke - Groves (VCG)

משפט: אלגוריתם VCG מגלה-אמת.

מושגים: ערך = ברוטו (לא כולל המחיר);

תועלת = נטו (ערך פחות מחיר).

הוכחה: התועלת של כל שחקן היא:

(1) הערך של השחקן עצמו;

(2) פחות הסכום של ערכי שאר השחקנים בלעדיו;

(3) ועוד הסכום של ערכי שאר השחקנים כשהוא

פה.

ויקרי – קלארק – גרובס

Vickrey – Clarke - Groves (VCG)

משפט: אלגוריתם VCG מגלה-אמת.

הוכחה [המשך]: התועלת של כל שחקן היא:

סכום הערכים של כל השחקנים (שורה 1,3),

פחות מספר שאינו תלוי בהצהרה שלו (שורה 2).

השחקן שואף להשיג תועלת גדולה ביותר. לשם

כך עליו למקסם את סכום הערכים של כל

השחקנים. זה בדיוק מה שעושה אלגוריתם ויקרי-

קלארק-גרובס כשהשחקן אמיתי. ***

המשמעות: שיתוף אינטרסים בין הפרט לכלל.

ויקרי – קלארק – גרובס במכרזי פירסום

דוגמה עם שלושה מפרסמים ושני מקומות:

$$r_1 = 0.1, \quad r_2 = 0.05, \\ v_1 = 10, \quad v_2 = 9, \quad v_3 = 6.$$

המחיר למפרסם 1:

- $9 * 0.1 + 6 * 0.05$ – סכום האחרים בלעדיו
- $- 9 * 0.05$ – סכום האחרים כשהוא נמצא
- $= 0.75 = 7.5 * 0.1$

המחיר למפרסם 2:

- $10 * 0.1 + 6 * 0.05$ – סכום האחרים בלעדיו
- $- 10 * 0.1$ – סכום האחרים כשהוא נמצא
- $= 0.3 = 6 * 0.05$

מכרז ויקרי-קלארק-גרובס למסלול זול ביותר

צריך לפתור $1+6$ בעיות מסלול-זול-ביותר.

- כשכולם נמצאים: המסלול אבגד, הסכום 5-.
- בלי אב: המסלול אגד, הסכום 6-.
- בלי בג: המסלול אגד, הסכום 6-.
- בלי גד: המסלול אבד, הסכום 7-.
- בלי אג/אד/בד: אין שינוי, הסכום 5-.
- תשלום כולל 9-.

