



Wpływ ceny

W Titanie cena ma największy wpływ na całkowity popyt w przemyśle hologeneratorów i liczbę zamówień złożonych w każdej firmie. Zatem strategia cenowa w dużej mierze wpływa na sukces lub porażkę firmy. Jeśli wszystkie przedsiębiorstwa będą utrzymywały tę samą cenę, jej obniżka w jednej z firm spowoduje przesunięcie krzywej popytu dla całego przemysłu. Na przykład: jeśli firma A zredukuje cenę na swoje hologeneratory do 25 \$, a firmy od B do F utrzymają cenę 30 \$, wtedy niższa cena wpłynie na wzrost zamówień z 3150 sztuk w okresie zerowym do 3221 w okresie 1. (patrz wykres). Zamówienia złożone na hologeneratory nie są jednak równo podzielone między wszystkie sześć firm działających na rynku, ponieważ jedna z nich ma przewagę cenową.

Okazuje się, że w firmie A, oferującej cenę 25 \$, złożono zamówienia na 761 sztuk, czyli o 236 więcej niż w poprzednim okresie. Każda z pięciu firm, które proponują cenę 30 \$, ma zamówienia na 492 hologeneratory, czyli o 33 sztuki mniej niż poprzednio. Należy zatem zauważyć, że niższa cena spowodowała wzrost zamówień w firmie.

Jeśli firma A obniży swoją cenę na hologeneratory do 20 \$, całkowita liczba zamówień złożonych w okresie 1. wyniesie 3295 sztuk. Firma A otrzyma wtedy 1145 zamówień, podczas gdy każda z pozostałych pięciu firm uzyska zamówienia na 430 sztuk

Wszystkie po 30 \$	3150
5 po 30 \$; 1 po 25 \$	3221
5 po 30 \$; 1 po 20 \$	3295
1 po 30 \$; 5 po 25 \$	3575