

Abstrakt

Název: **Price building - problematika stanovení cen na příkladu startovního na Gigathlon Czech Republic 2016**

Cíle: Hlavním cílem této diplomové práce je stanovit výši ceny startovního pro vytrvalostní závod Gigathlon Czech Republic 2016. Dalším cílem je analýza závodu Gigathlon Czech Republic 2016 a tvorba nákladů (výdajů) u tohoto závodu. Cílem diplomové práce je také analýza konkurenčních závodů.

Metody: V práci byly použity metody pro výpočet ceny startovního – nákladová metoda, metoda konkurenčního oceňování a metoda dle návratu investic. Dále byla použita metoda analýzy, která byla využita při analýze závodu Gigathlon a konkurenčních závodů. Poslední metodou byl rozhovor, kterým byly získány informace o závodu Gigathlon Czech Republic 2016 od hlavního organizátora této akce.

Výsledky: Nejnižší ceny startovního pro kategorii Team of five a Couple bylo dosaženo použitím metody konkurenčního oceňování. Pro kategorii Singl byla touto metodou stanovena naopak nejvyšší cena. Při konečném stanovování ceny bylo využito nejen kombinace všech metod, ale bylo přihlédnuto i k předpokládanému počtu závodníků a švýcarskému modelu cen. Zjištěné výsledky byly následně porovnány s reálnou cenou startovního. Mezi částkami jsou jen nepatrné rozdíly, které jsou způsobeny jinými částkami na jednoho závodníka (nižší u pořádající agentury). Konkurence byla hledána mezi vytrvalostními závody, avšak žádný z nich přesně neodpovídá modelu závodu Gigathlon.

Klíčová slova: cenotvorba, Gigathlon, konkurence, vytrvalostní závod