

Abstrakt: V zimním cestovním ruchu spojeném se zimními sporty je možné v posledních letech pozorovat jistou stagnaci. Nedochozí již k výraznému celkovému nárůstu počtu účastníků, ale vznikají nové lyžařské areály a stoupá mezi nimi konkurenční boj. Z hlediska konkurenceschopnosti je nutné zabývat se důvody, které vedou ke konečnému výběru lyžařské destinace účastníkem zimního cestovního ruchu. V této práci je věnována pozornost konceptům, které právě ovlivňují výběr destinace. Těmito koncepty, které jsou ve stručnosti představeny na základě zahraniční literatury, jsou: obraz destinace, place attachment a loajalita. Dále byl v průběhu zimní sezony 2015 uskutečněn v nově se rozvíjející destinaci Lipno nad Vltavou výzkum založený na pozorování a rozhovorech s návštěvníky. Následně zde byly aplikovány výše zmíněné koncepty.