

# INTERNATIONALIZED DOMAIN NAMES (VLASTNÍCI DOMÉNY)

ŘÍJEN 2014

PŘIPRAVENO PRO

**CZ.nic**

MARKENT s.r.o. Heřmanova 22  
CZ 170 00 PRAHA 7  
Tel.: +420 220 190 580  
Fax: +420 220 190 590  
E-Mail: [INBOX@MARKENT.CZ](mailto:INBOX@MARKENT.CZ)





# MARKENT

## OČI, KTERÉ VIDÍ VÍC

Markent, s.r.o., je společnost specializovaná na výzkum trhu a návazné marketingové poradenství.

Nabídkou metod se profilujeme jako full-service agentura, nicméně důraz klademe zejména na kvantitativní přístupy. Naší snahou je maximálně využívat znalostí našich pracovníků z oblasti hromadného zpracování dat a jejich hloubkové analýzy. S pomocí specializovaného statistického softwaru využíváme sofistikovaných statistických postupů (např. analýza vícerozměrných regresních modelů, faktorová analýza); pokud to vyžaduje povaha projektu, definujeme pomocí clusterové analýzy jednotlivé segmenty cílové skupiny, analyzujeme časové řady, realizujeme predikci trendů a přicházíme s řešením celé řady dalších úloh.

Pracovníci společnosti Markent kladou důraz na správnou aplikaci vhodných výzkumných postupů, které přinášejí spolehlivé údaje z různorodých oblastí podnikání. Ve společných týmech tvořených našimi pracovníky a zástupci zadavatele výzkumu pak rozšiřují detailní znalosti zadavatele z konkrétních oborů o naše zkušenosti se získáváním a správou dat a znalostí.

Přestože naše schopnosti pokrývají široké spektrum obchodních a marketingových problémů, specializujeme se zejména na výzkumy spotřebitelů, reklamní analýzy a realizaci satisfakčních studií.

Kromě přípravy řady výzkumných projektů pro jednotlivé zadavatele, realizujeme každoročně také řadu výzkumů agenturní formou. Cílem těchto výzkumů, které nemají žádného konkrétního zadavatele, je podrobná analýza soudobých trendů v oblasti nákupního chování, spotřebitelských preferencí a vztahů mezi výrobcí či poskytovateli služeb a zákazníky (popř. spotřebiteli či uživateli).

Společnost Markent byla založena v roce 1995 a v současnosti disponuje sítí 886 vyškolených tazatelů pokrývajících celé území ČR.

# 1. OBSAH



<b>1. OBSAH</b> .....	<b>1</b>
<b>2. SEZNAM GRAFŮ A SCHÉMAT</b> .....	<b>2</b>
<b>3. ÚVOD</b> .....	<b>4</b>
<b>3.1 Metodika výzkumu</b> .....	<b>4</b>
<b>3.2 Vysvětlivky</b> .....	<b>5</b>
<b>3.3 Charakteristika statistických veličin</b> .....	<b>6</b>
<b>4. PŘEHLED VÝSLEDKŮ VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ</b> .....	<b>8</b>
<b>4.1 Percepce doménových jmen s diakritickými znaménky</b> .....	<b>8</b>
<b>4.2 Hodnocení sdružení CZ.NIC</b> .....	<b>18</b>
<b>4.3 Služba "mojeID"</b> .....	<b>24</b>
<b>4.4 Povědomí o reklamě</b> .....	<b>25</b>
<b>4.5 Charakteristika domény a registrátora</b> .....	<b>27</b>
<b>4.6 Model cenové citlivosti</b> .....	<b>31</b>
<b>4.7 Využívání počítače a Internetu</b> .....	<b>33</b>
<b>4.8 Popisné charakteristiky</b> .....	<b>36</b>

## 2. SEZNAM GRAFŮ A SCHÉMAT



### 1. Percepce doménových jmen s diakritickými znaménky

Preference doménových jmen druhé úrovně s českými diakritickými znaménky .....	8
Preferovaný způsob zavedení domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky .....	8
Spontánně uvedené výhody pevného spojení doménových jmen s diakritickými znaménky a bez nich .....	8-9
Spontánně uvedené výhody nespojení doménových jmen s diakritickými znaménky a bez nich .....	8-9
Výhody doménových názvů s diakritickými znaménky stimulující k jejich používání .....	9
Nevýhody doménových názvů s diakritickými znaménky odrazující od jejich používání .....	9-10
Zájem o zavedení diakritických znamének jiných jazyků v názvech pod doménou .cz .....	10-11
Souhlas s výroky, které se týkají vlastních domén s českými diakritickými znaménky .....	11-12
Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky .....	12-13
Odhad subjektů, kterým by zavedení diakritických znamének v doménových názvech pomohlo .....	13-14
Důležitost vybraných aspektů práce s Internetem .....	14-15
Hodnocení současné míry informací o používání doménových názvů s diakritickými znaménky .....	15
Hodnocení práva stávajících držitelů doménových jmen na přednostní registraci doménového jména s diakritickými znaménky .....	16
Subjekty, které by měly mít přednost při registraci doménového jména s diakritickými znaménky .....	16-17

### 2. Hodnocení sdružení CZ.NIC

Povědomí a spokojenost se sdružením CZ.NIC .....	18
Spontánně oceňované atributy sdružení CZ.NIC .....	19
Spontánně kritizované atributy sdružení CZ.NIC .....	19
Charakteristika sdružení CZ.NIC .....	20-21
Znalost a využívání vybraných služeb .....	21-22
Preference vybraných služeb souvisejících s používáním počítače .....	23
Další služby požadované od sdružení CZ.NIC (spontánní odpovědi) .....	23

### 3. Služba "mojeID"

Povědomí o službě mojeID .....	24
Odhad míry sepětí služby mojeID s činností CZ.NIC .....	24

### 4. Povědomí o reklamě

Povědomí o seriálu „Jak na Internet“ .....	25
Charakteristiky seriálu "Jak na Internet" .....	26
Spontánně preferovaná témata v seriálu .....	26
Povědomí o reklamě na domény .cz v posledním půlroce .....	26

## 5. Charakteristika domény a registrátora

Povědomí o registrátorech domén (spontánní odpovědi) .....	27
Registrátor domény (spontánní odpovědi).....	27
Hodnocení spokojenosti s registrátorem.....	28
Důvody pro výběr registrátora (spontánní odpovědi) .....	28
Preferované služby či produkty od registrátora (spontánní odpovědi) .....	29
Využívaný redakční systém .....	29
Sledování návštěvnosti vlastních WWW stránek.....	29-30

## 6. Model cenové citlivosti

Cenová citlivost poplatku na registraci domény druhé úrovně .....	31
Preferovaná výše poplatku za registraci domény druhé úrovně s diakritickými znaménky pro vlastníky domény bez diakritiky .....	31-32

## 7. Využívání počítače a Internetu

Doba používání počítače a Internetu .....	33
Doba strávená na počítači a Internetu v průměru za den .....	33
Souhlas s výroky, které popisují uživatelské zvyklosti při práci s Internetem.....	34
Vlastní e-mailová schránka .....	34
Nákupy na Internetu .....	35
Osobní zkušenost s podvodem ze strany e-shopu při nákupu přes Internet .....	35

## 8. Popisné charakteristiky

Struktura respondentů z hlediska jejich pohlaví a věku .....	36
Velikost místa bydliště .....	36
Oblast bydliště .....	36
Region .....	36
Nejvyšší dosažené vzdělání.....	36
Čistý měsíční příjem domácnosti .....	37
Socioekonomický status .....	37
Typ domácnosti respondenta .....	37
Zaměstnání respondenta .....	37
Profese respondenta .....	37

## 3. ÚVOD

### 3.1 METODIKA VÝZKUMU

#### POPIS

Údaje obsažené v této zprávě pocházejí z komplexního výzkumného šetření realizovaného nezávislou společností pro výzkum trhu Markent, s.r.o. Sběr dat byl realizován na území České Republiky v září 2014.

Zkonstruovaný dotazník, vedle řady otázek zaměřených na zjištění relevantních informací nezbytných k naplnění cílů tohoto výzkumu, obsahoval i řadu otevřených otázek, pomocí nichž byly sledovány kvalitativní aspekty sledovaných skutečností. Aby byly odstraněny možné nepřesnosti ve formulaci otázek, byla ještě před započítáním vlastního výzkumného šetření provedena pilotáž dotazníku.

#### METODA SBĚRU DAT

K výběru respondentů (vlastníků domény) bylo použito kvótní techniky. Výzkum probíhal v jednotlivých krajích ČR takovým způsobem, aby byla dodržena proporcionalita zastoupení obyvatel. Při přípravě výběru byla kromě regionálního rozložení dále zohledněna struktura obecné populace z hlediska pohlaví, věku a velikosti místa bydliště respondentů. Do zkoumaného vzorku byli zařazováni pouze lidé ve věku od 18 do 64 let.

Při koncipování výběru bylo použito aktuálních údajů Českého statistického úřadu. Podrobně o struktuře zkoumaného vzorku vypovídají údaje v kapitole „Popisné charakteristiky“.

Data byla získávána osobními rozhovory tazatelů s respondenty. Vyškolený tazatel kladl respondentovi otázky a zaznamenával v průběhu rozhovoru jeho odpovědi do dotazníku.

S žádostí o rozhovor bylo osloveno celkem **931 respondentů**, kteří odpovídali zadaným kvótám. Interview byla provedena se **512 respondenty** (ostatní dotázaní se odmítli výzkumu zúčastnit). Některé dotazníky byly dále vyřazeny ze samotného zpracování pro jejich neúplnost či chybné vyplnění. Zpracování dat a jejich analýza tak byla provedena na celkem **504 případech**.

Pyramida výběru respondentů:



Práce tazatelů byla zpětně kontrolována a ověřována telefonicky i písemně.

Průměrná doba rozhovoru činila 34 minut.



## ZPRACOVÁNÍ DAT

Před zpracováním dat byly všechny záznamy kontrolovány z hlediska úplnosti a logické konzistence odpovědí. Poté byla data zpracována matematicko-statistickými postupy; kromě třídění prvního a druhého stupně, bylo použito statistických testů významnosti, analýzy průměrů (ANOVA, t-test), chí kvadrátového testu a faktorové analýzy.

Data byla zpracována pomocí speciálního statistického programu IBM® SPSS® Statistics, ver. 19.0. Odpovědi na otevřené otázky byly analyzovány kvalitativními metodami na bázi obsahové analýzy.



Dobrý den, jsem zástupce nás respondentů a budu Vás provázet touto závěrečnou zprávou. V těchto šedých rámečcích Vám budu osobně prezentovat hlavní zjištění, vztahující se k jednotlivým zkoumaným tématům. Nyní se s Vámi rozloučím a opět se shledáme v kapitole 4.1.

## 3.2 VYSVĚTLIVKY

Pořadí sledovaných ukazatelů je uvedeno buď v abecedním pořadí, nebo podle intenzity. Relativní četnosti v přehledu výsledků výzkumného šetření vycházejí z analýzy všech dotazovaných subjektů, pokud není specifikováno jinak.

Pokud se údaje vztahují pouze k nějaké podskupině základního souboru, je v komentáři k příslušnému grafu vždy specifikováno, o jaké podskupině respondentů údaje vypovídají.

*Př.: „Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní znalost (60 %)“*

Součet relativních četností (procent) a řádkových procent se může vzhledem k zaokrouhlování pohybovat od 99 do 101.

Některé grafy prezentují otázky s možností několikanásobné odpovědi. Čísla v těchto grafech uvádějí podíl kladných odpovědí v procentech a jejich součet pak není roven 100.

V některých případech nebylo možné provést detailní vyhodnocení pro jednotlivé podskupiny z důvodu nízkého absolutního počtu – v těchto případech je popsána skutečnost vždy specifikována v komentáři k příslušnému grafu.

*Př.: „\* = nízká četnost“*

Během dotazování byly některé skutečnosti zjišťovány formou otevřených otázek, kdy respondenti sami formulují své názory, mínění či preference. V těchto případech byly jednotlivé odpovědi přepsány v doslovném znění.

Prezentace jednotlivých zjištění v závěrečné zprávě jsou uspořádaná tak, že nejprve je uvedena četnostní (prvostupňová) informace a poté jsou prezentovány závislosti a podrobnější analýza dat. Grafy, které detailně analyzují základní informaci, jsou barevně sladěny s výchozím grafem.

Definice socioekonomického statusu:

<b>třída sociálně slabých</b>	respondenti se základním stupněm dosaženého vzdělání, s nejnižším čistým měsíčním příjmem, vykonávající rutinní pracovní činnost bez samostatných rozhodovacích pravomocí
<b>nižší třída</b>	respondenti se základním nebo středním stupněm dosaženého vzdělání, s podmediánovým čistým měsíčním příjmem, vykonávající rutinní pracovní činnost bez samostatných rozhodovacích pravomocí
<b>nižší střední třída</b>	respondenti se středním stupněm dosaženého vzdělání, s přibližně mediánovým čistým měsíčním příjmem, vykonávající zaměstnání vyžadující kvalifikaci a odbornost, bez samostatných rozhodovacích pravomocí
<b>vyšší střední třída</b>	respondenti se středním stupněm dosaženého vzdělání nebo vysokoškoláci, s nadmediánovým až průměrným příjmem, vykonávající zaměstnání vyžadující kvalifikaci a odbornost, se samostatnými rozhodovacími pravomocemi
<b>vyšší třída</b>	respondenti s vysokým stupněm dosaženého vzdělání (typicky vysokoškoláci), s nadprůměrným čistým měsíčním příjmem, vykonávající zaměstnání vyžadující kvalifikaci a odbornost, se samostatnými rozhodovacími pravomocemi

V rámci podrobné analýzy jsou definovány podsegmenty respondentů, u nichž je v závorce uvedena procentuální diference dané proměnné od celého souboru respondentů. (např. *muži (+18 %)*). Tato segmentace vychází z druhého stupně třídění.

### 3.3 CHARAKTERISTIKA STATISTICKÝCH VELIČIN

Výběrové chyby pro 95 % interval spolehlivosti jsou popsány v následující tabulce:

1/99	3/97	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	40/60	50/50
0,9	1,5	1,9	2,6	3,1	3,5	3,8	4,0	4,3	4,4

Pozn.: hodnoty představují % odpovědí; pro soubor o velikosti 500 případů (odpovědí) platí, že hodnota 10% (jakož i doplňková hodnota 90%) může obsahovat odchylku 2,6 %, tzn. že „skutečná“ hodnota se s 95 procentní pravděpodobností v základním souboru nalézá v intervalu 7,4 % až 12,6 %.

Používané testy statistické závislosti jsou standardně prováděny na 5% hladině významnosti.

Průměry (průměrné hodnocení) uváděné v závěrečné zprávě jsou průměry aritmetické, pokud není uvedeno jinak.

Medián je bod, který rozděljuje uspořádanou číselnou řadu na dvě stejně početné části. Medián tak vypovídá o rozložení dat: čím je jeho hodnota vyšší, tím větší počet údajů se koncentruje v horní části uspořádané řady a vice versa.

Percentily (ve zprávě se nejčastěji objevuje 25% a 75% percentil – neboli horní a dolní kvartil) udávají hodnotu, která vyděluje z uspořádané řady hodnot čtvrtinu nejnižších hodnot (dolní kvartil) a čtvrtinu nejvyšších hodnot (horní kvartil).

Směrodatná odchylka představuje kvadratický průměr odchylek hodnot znaku od jejich aritmetického průměru. V případě, kdy je směrodatná odchylka malá, jsou si prvky souboru většinou navzájem podobné. Naopak velká směrodatná odchylka signalizuje velké vzájemné odlišnosti.



T-testy porovnávají průměry dvou skupin případů nebo zkoumají, zda se průměr proměnné liší od stanovené konstanty.

Chí kvadrátový test třídí proměnné do navzájem se nepřekrývajících kategorií a srovnává pozorované a očekávané (teoretické) četnosti v každé kategorii. V kontingenčních tabulkách tak umožňuje identifikovat statisticky odlišné kategorie.

ANOVA – Analýza rozptylu zjišťuje statistickou významnost rozdílu průměrů v podsouborech, které jsou vymezeny jednou nezávislou proměnnou. Na rozdíl od t-testu umožňuje ANOVA porovnávat větší počet (více než dva) podsouborů.

Při analýze statistických závislostí u nominálních proměnných je použito tzv. „znaménkové schéma“, které vychází z hodnot adjustovaných reziduí. Ta představují odchylku zkoumaného subsegmentu (pole tabulky) od celého souboru, jejíž velikost je porovnávána s tabulkovými hodnotami a uváděna v těchto základních stupních:

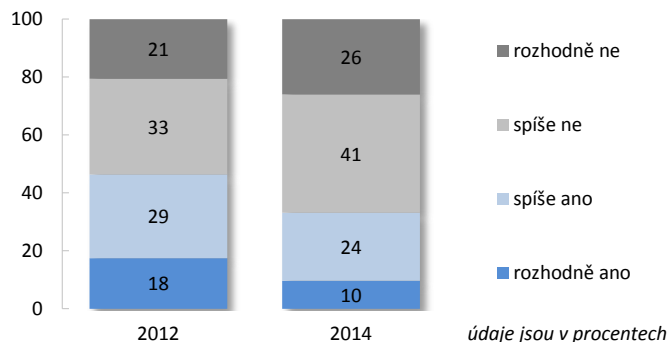
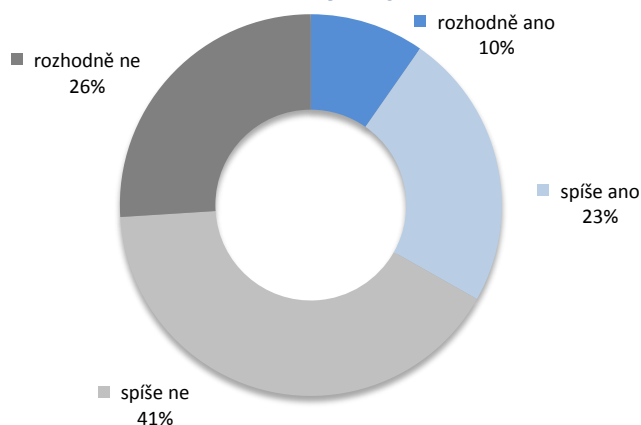
- +++ = extrémně nadprůměrná
- ++ = významně nadprůměrná
- + = nadprůměrná
- 0 = bez statisticky významné odlišnosti
- = extrémně podprůměrná
- = významně podprůměrná
- = podprůměrná

Faktorová analýza se používá k odhadu latentních faktorů s vysokým stupněm korelace s manifestními znaky. Tato metoda umožňuje hledat v rámci sledovaných jevů obecnější souvislosti, než vymezuje rámec stanovených indikátorů.

Clusterová analýza vymezuje typické skupiny analyzovaných znaků z hlediska jejich podobnosti. Výstupem clusterové analýzy je mimo jiné dendrogram, ve kterém vodorovné vzdálenosti mezi jednotlivými znaky představují míru jejich podobnosti. Čím je tato vzdálenost kratší, tím je podobnost vyšší.

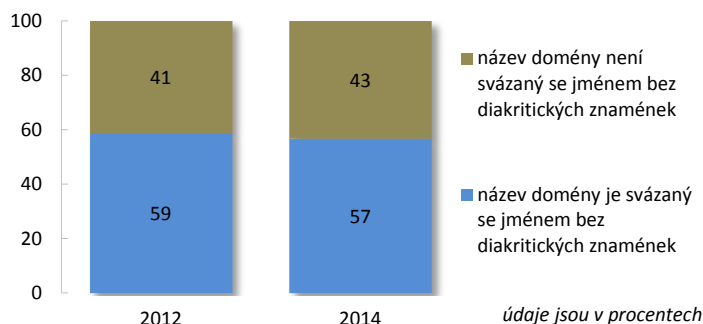
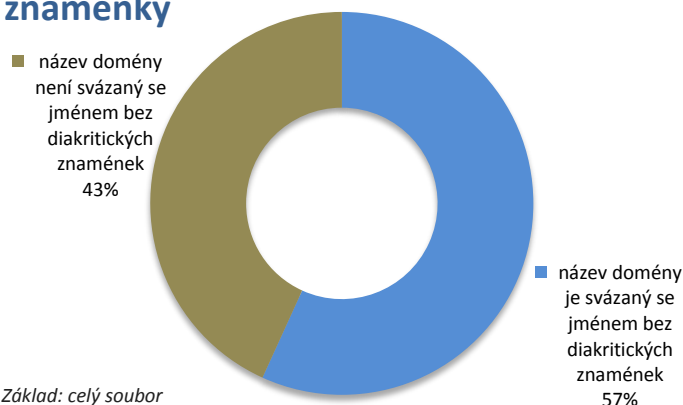
## 4.1 PERCEPCE DOMÉNOVÝCH JMEN S DIAKRITICKÝMI ZNAMÉNKY

### Preference doménových jmen druhé úrovně s českými diakritickými znaménky



Základ: celý soubor

### Preferovaný způsob zavedení domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky



Základ: celý soubor



Doménová jména s českými diakritickými znaménky preferuje **třetina** z nás. **Více než polovina** z nás preferuje **název domény svázaný se jménem bez diakritických znamének**.

### Spontánně uvedené výhody pevného spojení doménových jmen s diakritickými znaménky a bez nich

#### SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI RESPONDENTŮ

- zjednodušení vyhledávání 22 %
- domény se nebudou plést mezi sebou 13 %
- snáze srozumitelné 8 %
- je to již zažitě, zvyk 7 %
- zadávaní bez ohledu na diakritiku 4 %
- rychlejší vyhledávání 4 %
- výhodné pro český pravopis, použití normální češtiny 3 %
- lepší, jednodušší administrativa 2 %
- přesnější vyhledávání 2 %
- menší možnost omylů 2 %

Pozn.: minimální četnost = 2 %

Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu (66 %)

### Spontánně uvedené výhody nespojení doménových jmen s diakritickými znaménky a bez nich

#### SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI RESPONDENTŮ

- větší množství domén 29 %
- přesnější vyhledávání 7 %
- je to jednoduché 7 %
- lidem se to neplete 6 %
- správné rozlišení hledané stránky 2 %
- větší využití českého jazyka 2 %
- nekomolí se názvy, jasné názvy 2 %
- ti, co nemají diakritiku, by si nemuseli zřizovat doménu s diakritikou 2 %
- lepší ochrana domény 2 %

Pozn.: minimální četnost = 2 %

Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu (57 %)

### Spontánně uvedené výhody pevného spojení doménových jmen s diakritickými znaménky a bez nich (TOP 5)

**2012**  
je to jednodušší/snadněji se najde požadovaná stránka  
nestávaly by se překlepy/chyby  
rychlejší vyhledávání  
jasné informace/je to srozumitelnější  
pohodlnější přístup

**2014**  
zjednodušení vyhledávání  
domény se nebudou plést mezi sebou  
snáze srozumitelné  
je to již zažitý, zvyk  
zadávaní bez ohledu na diakritiku

Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu

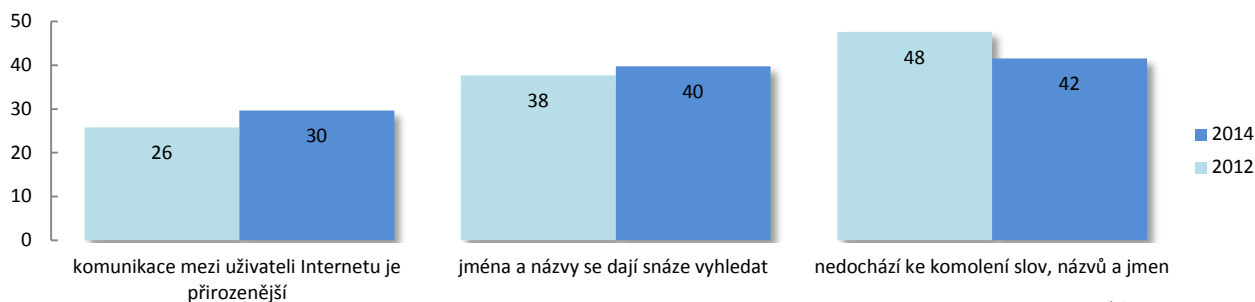
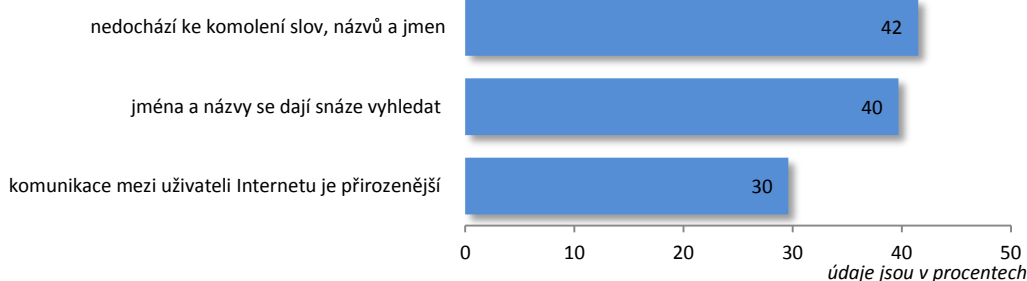
### Spontánně uvedené výhody nespojení doménových jmen s diakritickými znaménky a bez nich (TOP 5)

**2012**  
více možností stránek/více domén  
přesné zadání  
je to jasné/srozumitelné  
vyhledávač nabídne jen to, co hledám  
rozlišení stránek/variabilita

**2014**  
větší množství domén  
přesnější vyhledávání  
je to jednoduché  
lidem se to neplete  
správné rozlišení hledané stránky

Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu

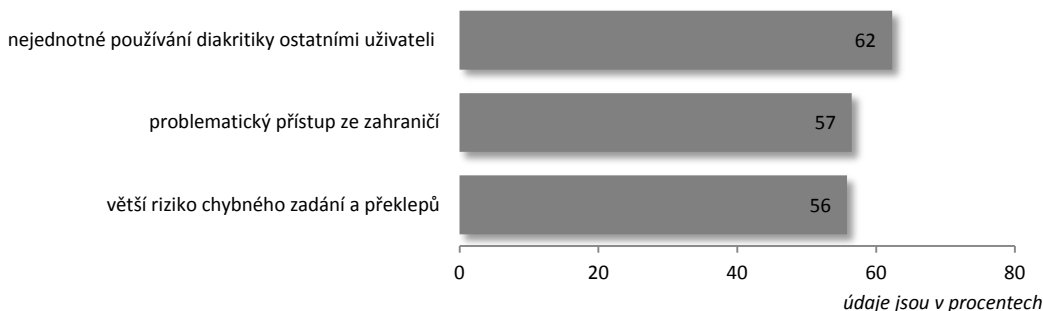
### Výhody doménových názvů s diakritickými znaménky stimuluji k jejich používání



Základ: celý soubor

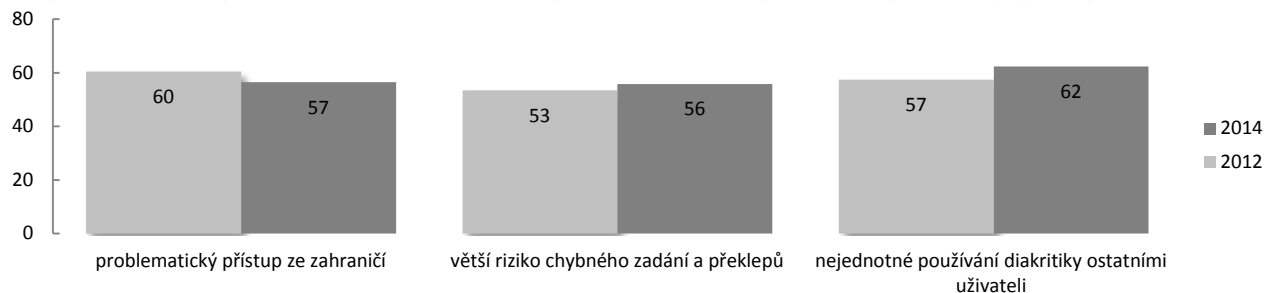
údaje jsou v procentech

### Nevýhody doménových názvů s diakritickými znaménky odrazují od jejich používání



Základ: celý soubor

## Nevýhody doménových názvů s diakritickými znaménky odrazující od jejich používání



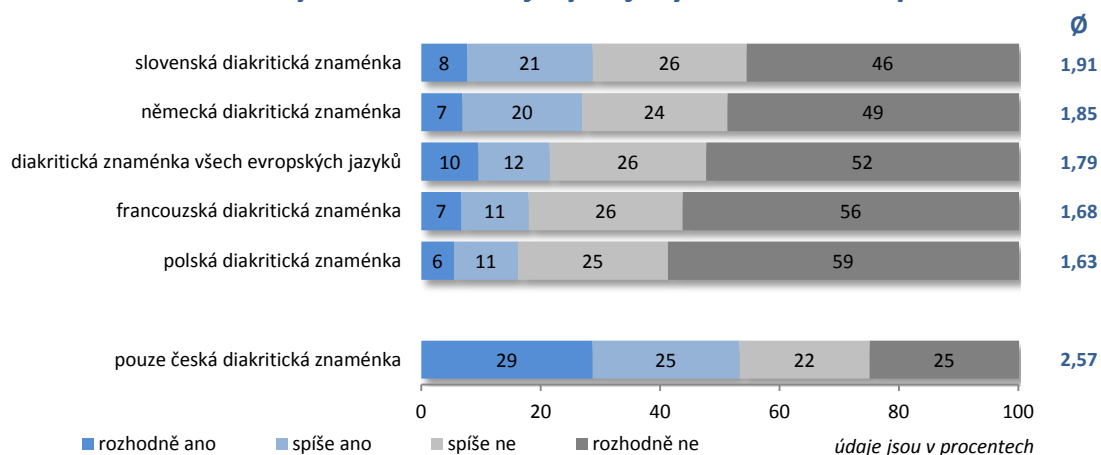
Základ: celý soubor

údaje jsou v procentech



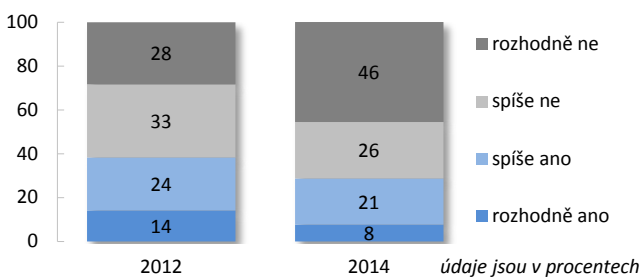
K podpoře využívání diakritiky přispívá zejména to, že **nedochází ke komolení slov, názvů a jmen, a že lze jména a názvy snáze vyhledat**. Naopak bariérou je jak **nejednotné používání diakritiky ostatními uživateli**, tak **problematický přístup ze zahraničí i větší riziko chybného zadání a překlepů**.

## Zájem o zavedení diakritických znamének jiných jazyků v názvech pod doménou .cz

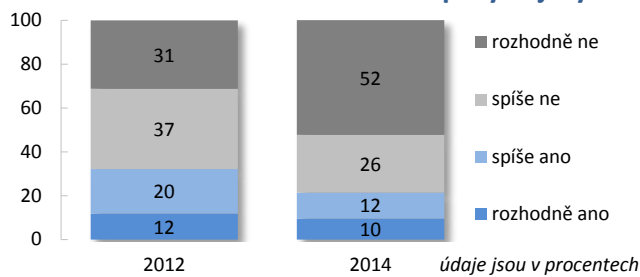


Pozn.: průměrné hodnocení (Ø): 1 = rozhodně ne, 4 = rozhodně ano

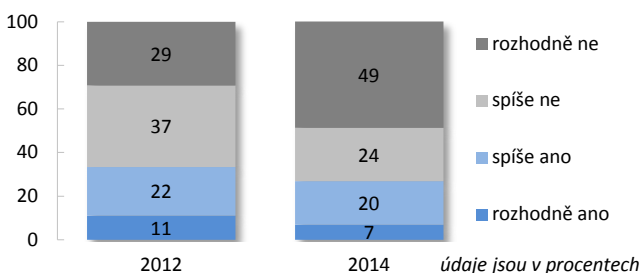
### slovenská diakritická znaménka



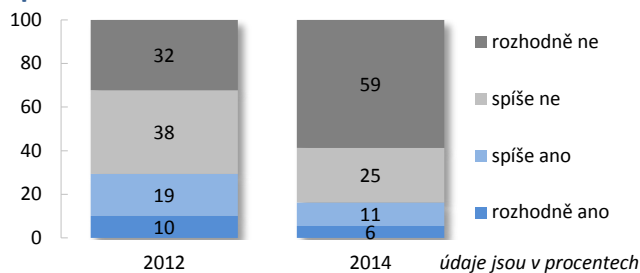
### diakritická znaménka všech evropských jazyků



### německá diakritická znaménka



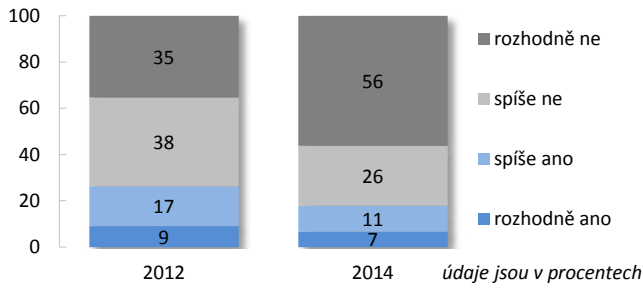
### polská diakritická znaménka



Základ: celý soubor

## Zájem o zavedení diakritických znamének jiných jazyků v názvech pod doménou .cz

### francouzská diakritická znaménka



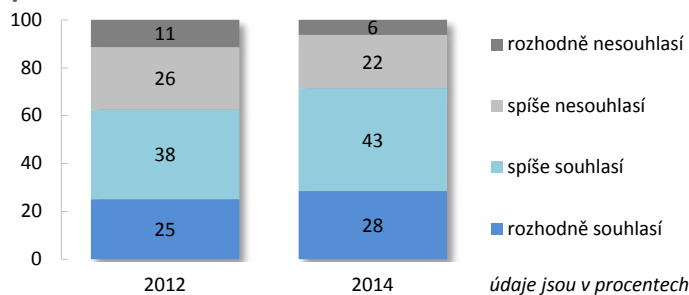
Základ: celý soubor

## Souhlas s výroky, které se týkají vlastních domén s českými diakritickými znaménky

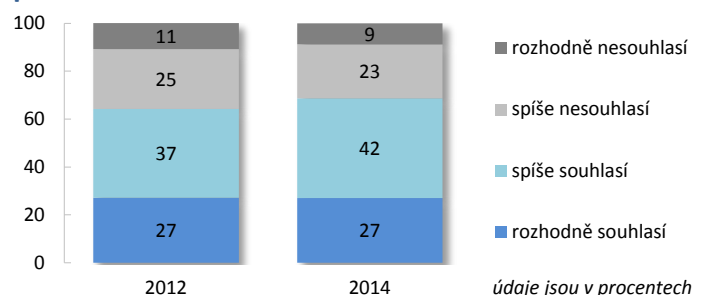


Pozn.: průměrné hodnocení (Ø): 1 = rozhodně nesouhlasí, 4 = rozhodně souhlasí

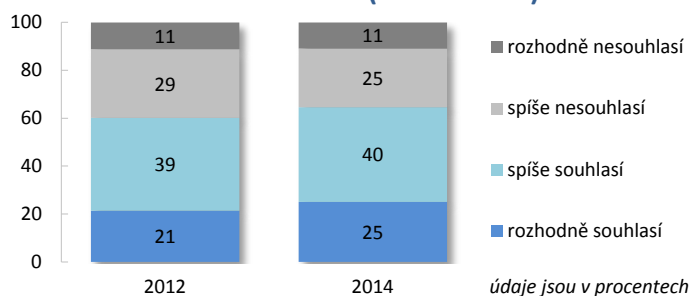
### Stávající vlastníci domén by měli mít přednostní právo k novému názvu s diakritikou.



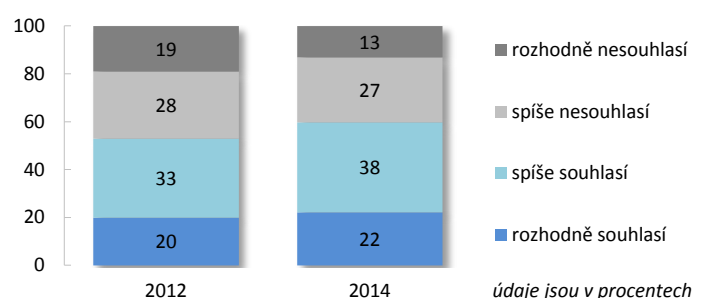
### S doménou obsahující diakritiku bych měl/a více problémů než užitku.



### Moje WWW adresa musí zůstat bez diakritiky kvůli zahraničním návštěvníkům (zákazníkům).



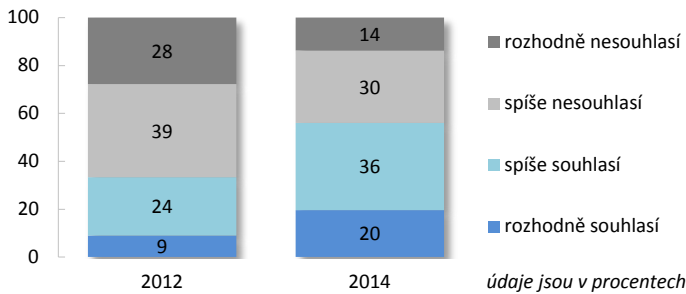
### Zavedení české diakritiky se mě nijak netýká.



Základ: celý soubor

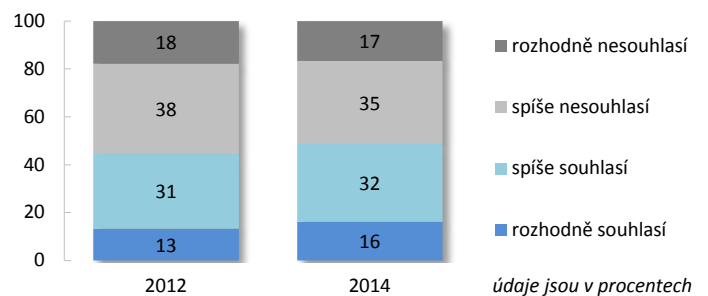
## Souhlas s výroky, které se týkají vlastních domén s českými diakritickými znaménky

Zaregistroval/a bych si název domény s českou diakritikou proto, aby si ji nezaregistroval někdo jiný.



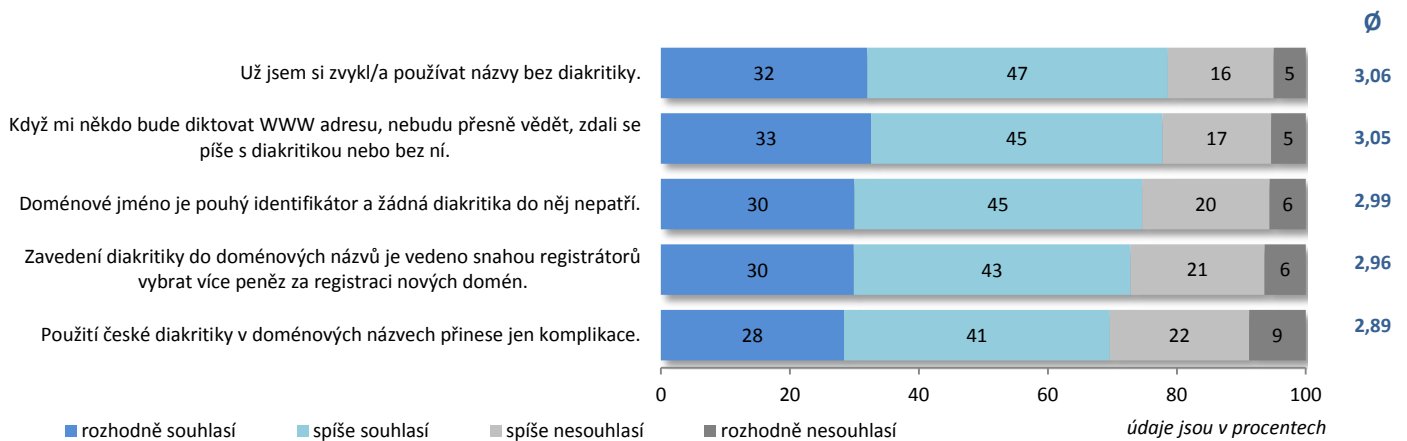
Základ: celý soubor

Zaregistroval/a bych si název domény s českou diakritikou, protože by to pomohlo naší propagaci v prostředí Internetu.



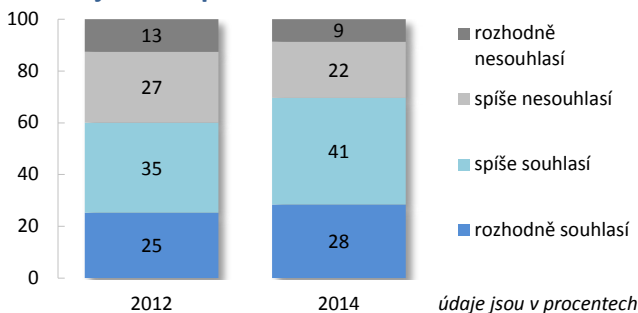
údaje jsou v procentech

## Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky

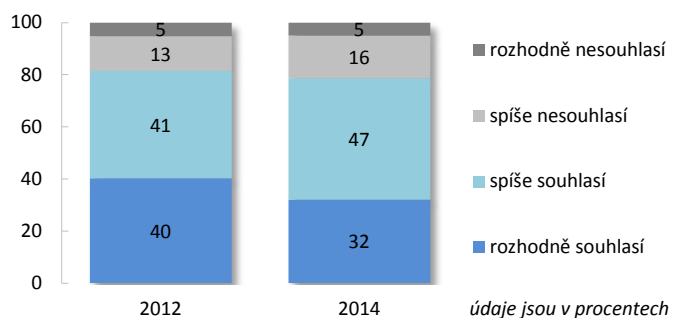


Pozn.: průměrné hodnocení (Ø): 1 = rozhodně nesouhlasí, 4 = rozhodně souhlasí

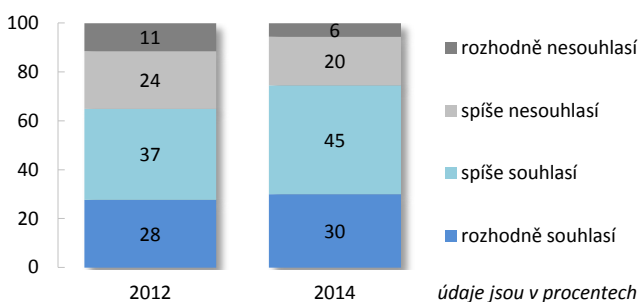
### Použití české diakritiky v doménových názvech přinese jen komplikace.



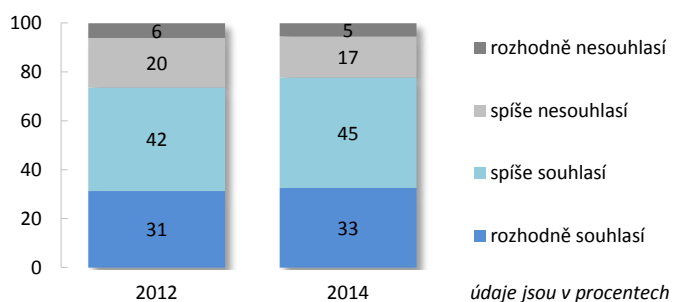
### Už jsem si zvykl/a používat názvy bez diakritiky.



### Doménové jméno je pouhý identifikátor a žádná diakritika do něj nepatří.



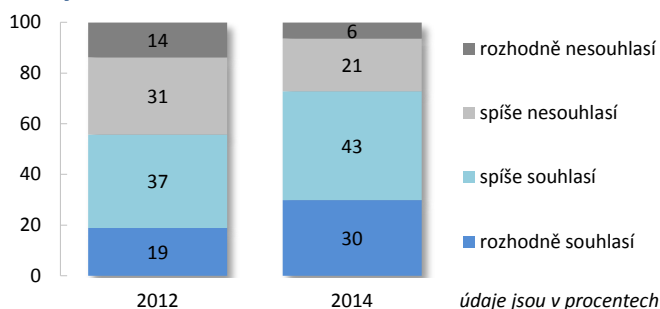
### Když mi někdo bude diktovat WWW adresu, nebudu přesně vědět, zdali se píše s diakritikou nebo bez ní.



Základ: celý soubor

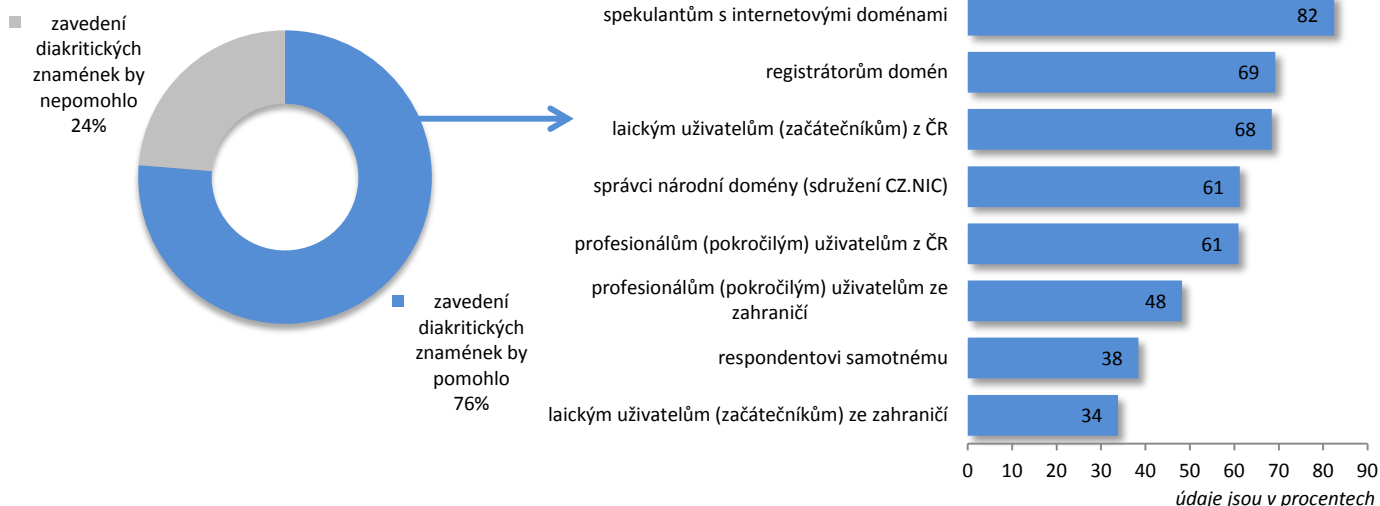
## Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky

Zavedení diakritiky do doménových názvů je vedeno snahou registrátorů vybrat více peněz za registraci nových domén.

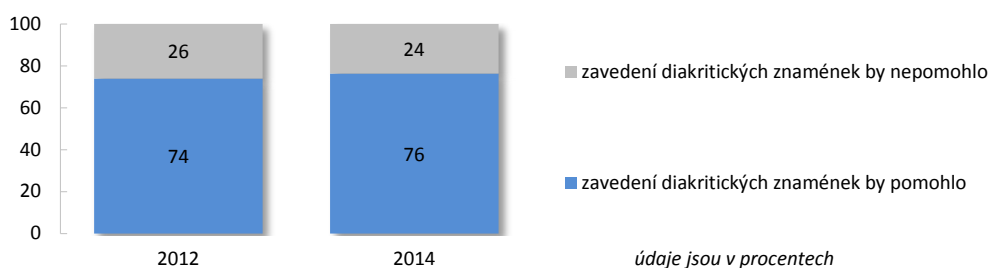


Základ: celý soubor

## Odhad subjektů, kterým by zavedení diakritických znamének v doménových názvech pomohlo

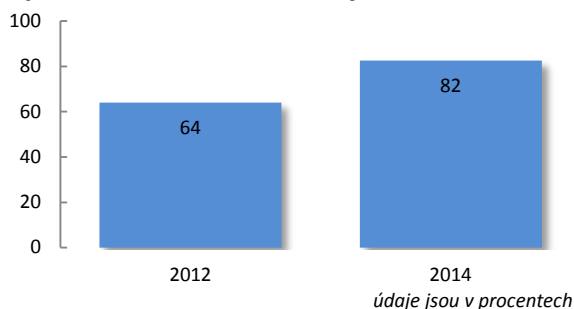


Základ: respondenti, podle kterých by zavedení diakritických znamének pomohlo (76 %)

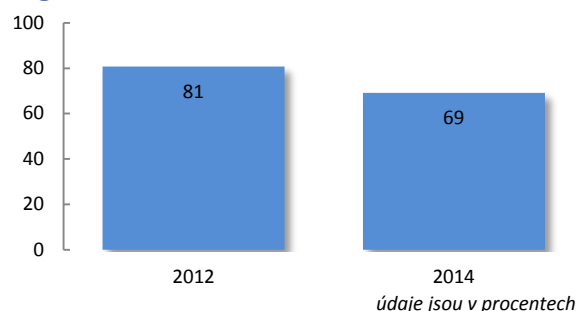


Základ: celý soubor

### spekulantům s internetovými doménami



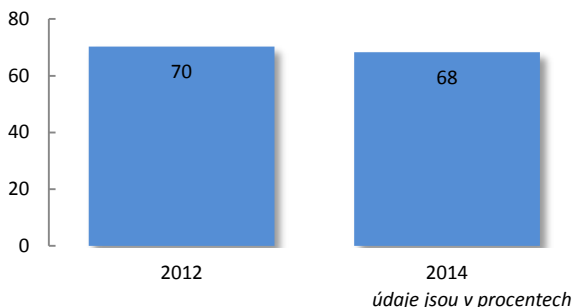
### registrátorům domén



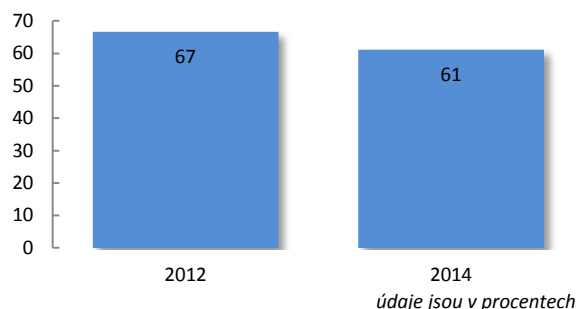
Základ: respondenti, podle kterých by zavedení diakritických znamének pomohlo

## Odhad subjektů, kterým by zavedení diakritických znamének v doménových názvech pomohlo

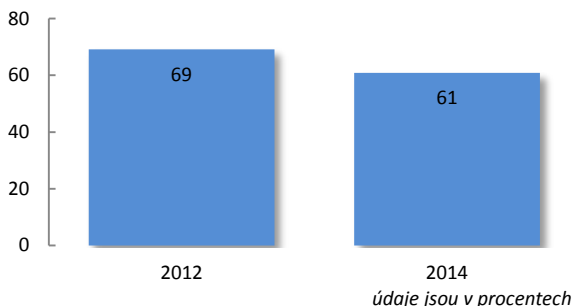
### laickým uživatelům (začátečnickům) z ČR



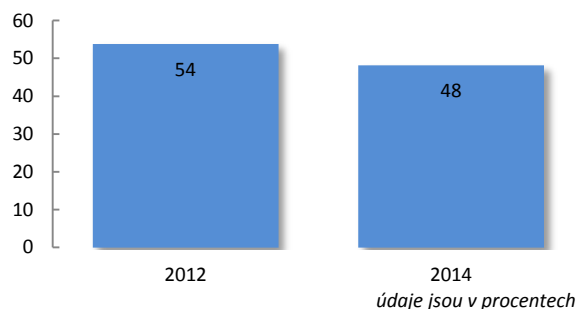
### správci národní domény (sdružení CZ.NIC)



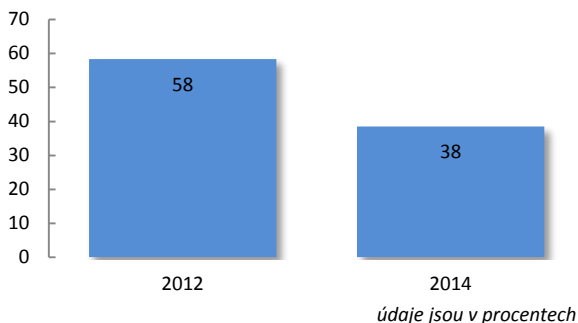
### profesionálům (pokročilým) uživatelům z ČR



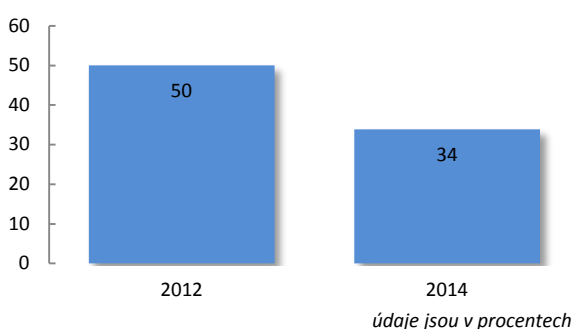
### profesionálům (pokročilým) uživatelům ze zahraničí



### respondentovi samotnému



### laickým uživatelům (začátečnickům) ze zahraničí

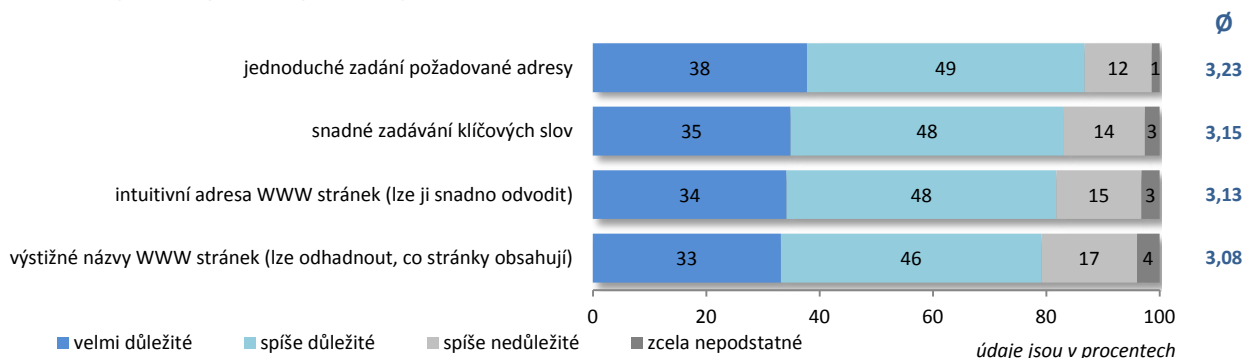


Základ: respondenti, podle kterých by zavedení diakritických znamének pomohlo



**Celkem 7 z 10** z nás si myslí, že použití českých diakritických znamének v doménových názvech přinese jen komplikace. Celkem **tří pětín** z nás se zavedení českých diakritických znamének netýká. **Tři čtvrtiny** z nás si myslí, že by diakritická znaménka v doménovém jméně mohla být prospěšná, přičemž nejčastěji by podle nás pomohla **registrátorům domén, laickým uživatelům (začátečnickům) z ČR a spekulantům s internetovými doménami.**

## Důležitost vybraných aspektů práce s Internetem



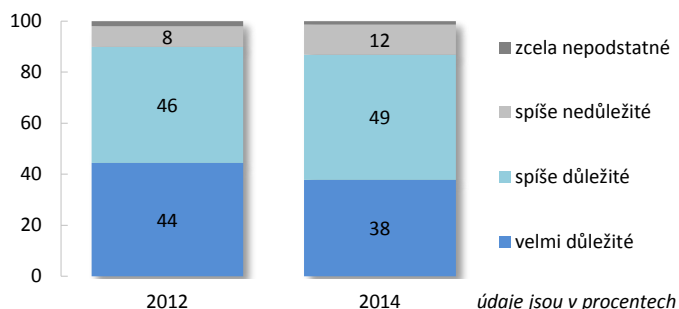
Pozn.: průměrné hodnocení (Ø): 1 = zcela nepodstatné, 4 = velmi důležité

Základ: celý soubor

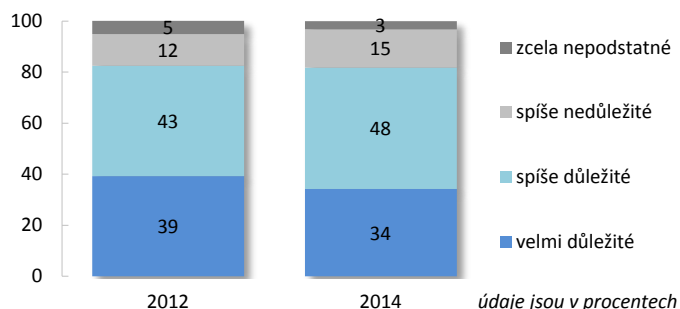


## Důležitost vybraných aspektů práce s Internetem

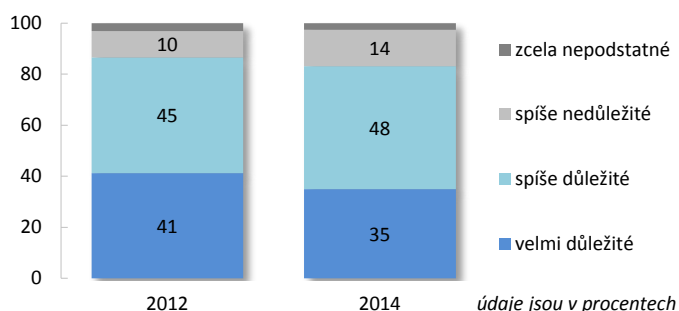
### jednoduché zadání požadované adresy



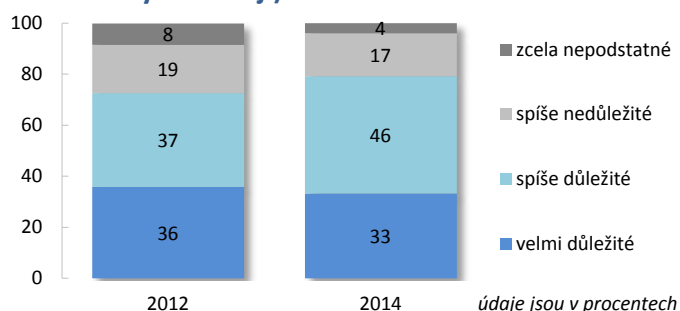
### intuitivní adresa WWW stránek (Ize ji snadno odvodit)



### snadné zadávání klíčových slov

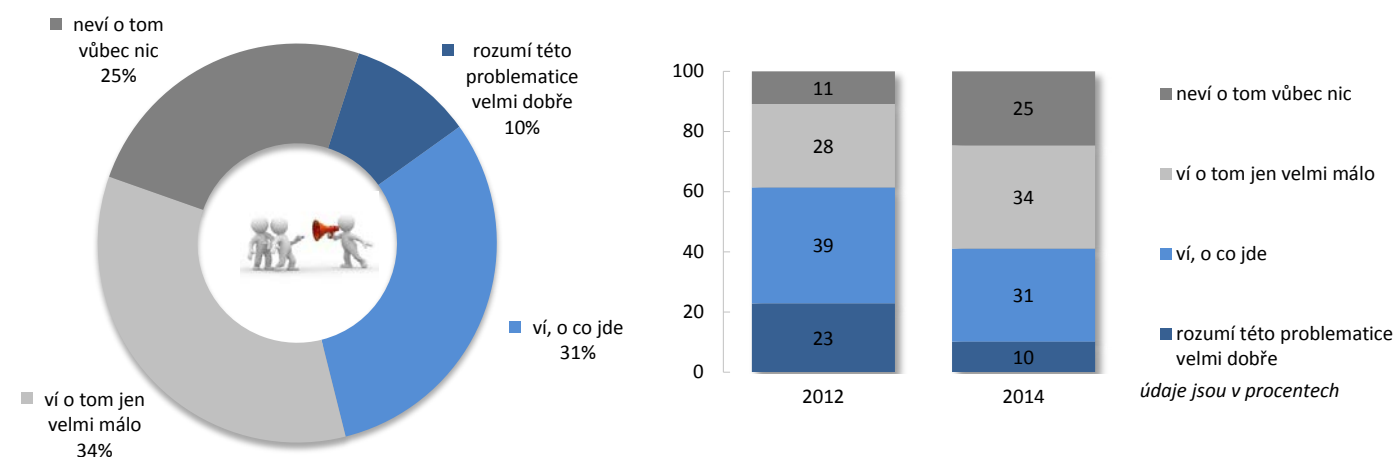


### výstižné názvy WWW stránek (Ize odhadnout, co stránky obsahují)



Základ: celý soubor

## Hodnocení současné míry informací o používání doménových názvů s diakritickými znaménky

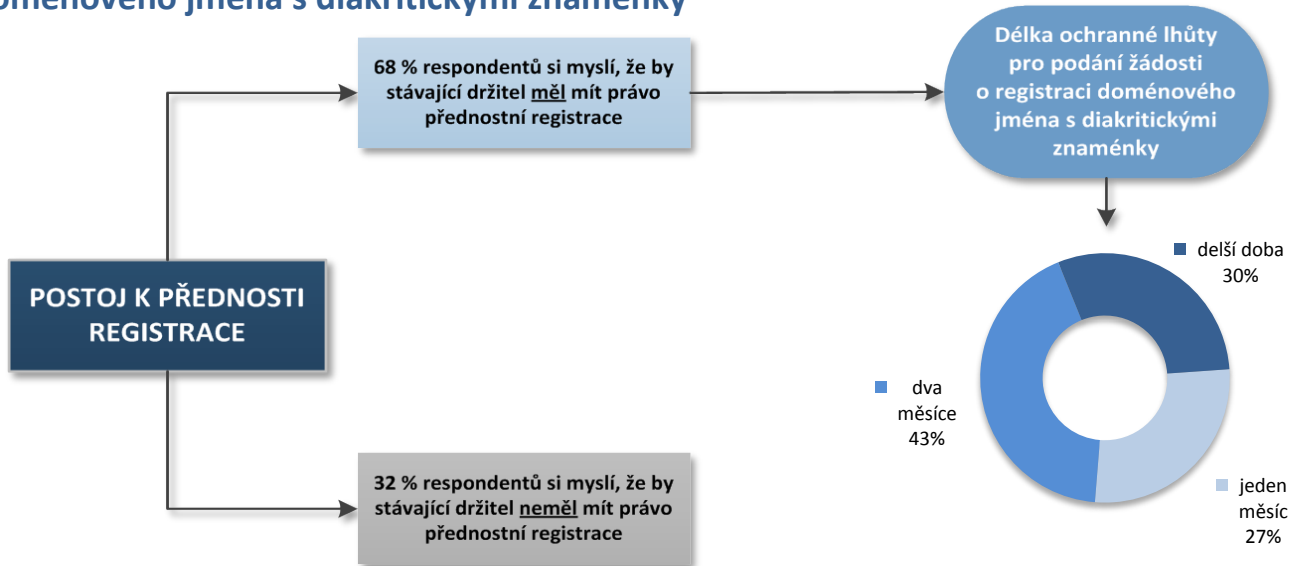


Základ: celý soubor



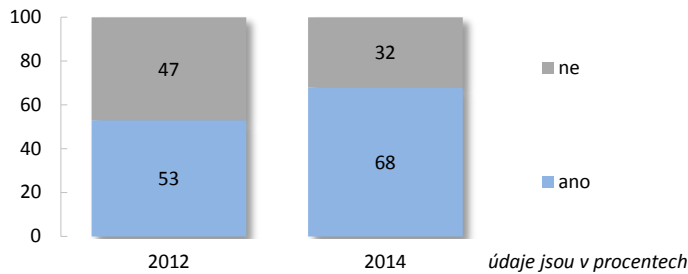
Celkem **41 %** z nás rozumí problematice používání doménových názvů s diakritickými znaménky. **59 %** z nás o této problematice neví vůbec nic nebo téměř nic.

## Hodnocení práva stávajících držitelů doménových jmen na přednostní registraci doménového jména s diakritickými znaménky



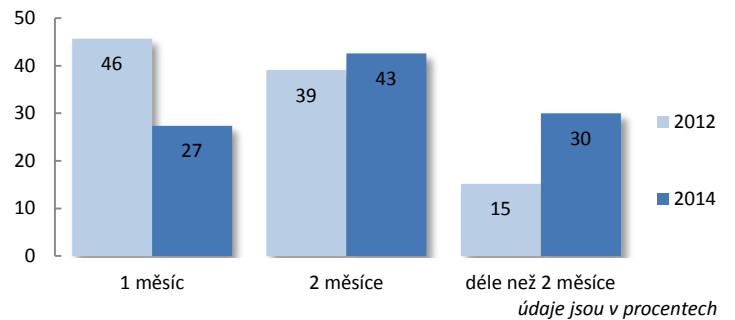
Základ: celý soubor

### Hodnocení práva stávajících držitelů doménových jmen na přednostní registraci doménového jména s diakritickými znaménky



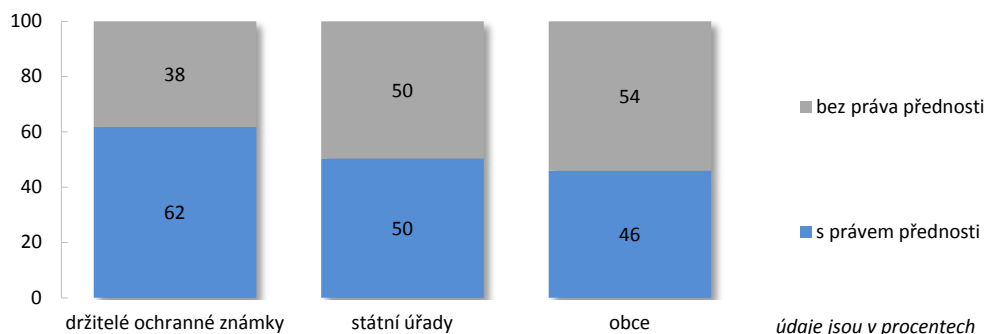
Základ: celý soubor

### Délka ochranné lhůty pro podání žádosti o registraci doménového jména s diakritickými znaménky



Základ: respondenti, kteří si myslí, že by stávající uživatelé měli mít přednostní právo registrace

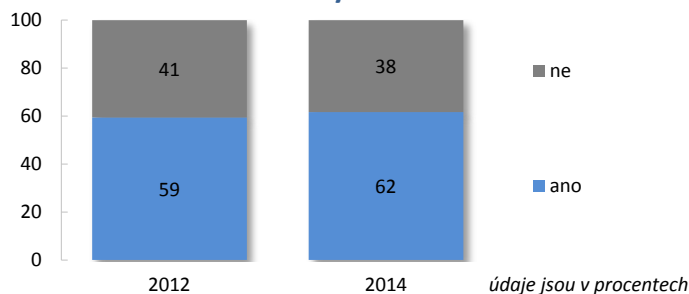
### Subjekty, které by měly mít přednost při registraci doménového jména s diakritickými znaménky



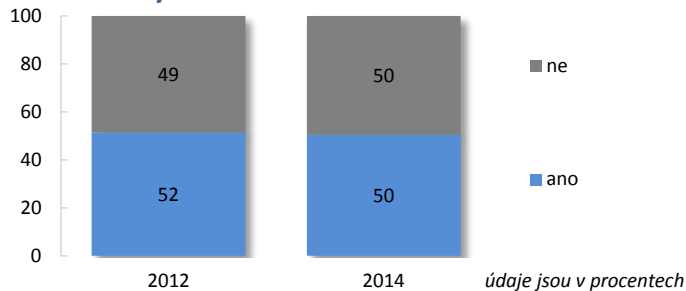
Základ: celý soubor

## Subjekty, které by měly mít přednost při registraci doménového jména s diakritickými znaménky

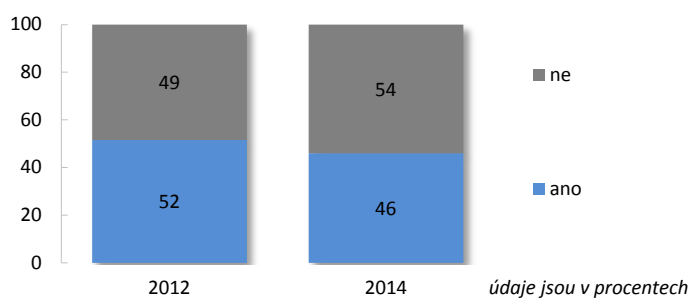
### držitelé ochranné známky



### státní úřady



### obce



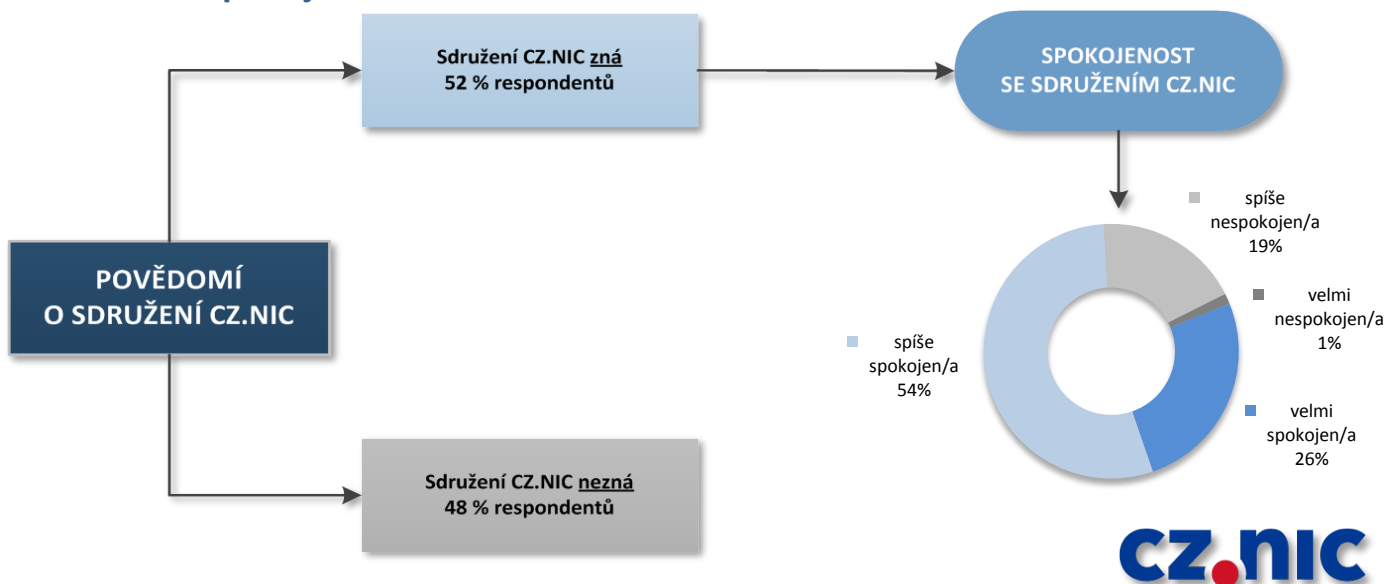
Základ: celý soubor



**Dvě třetiny** z nás si myslí, že by stávající držitelé domény měli mít právo přednostní registrace doménového jména s diakritickými znaménky. U **držitelů ochranné známky** souhlasí s přednostním právem registrace **tři pětiny** z nás. V případě **státních úřadů** a **obcí** je to **přibližně polovina** z nás.

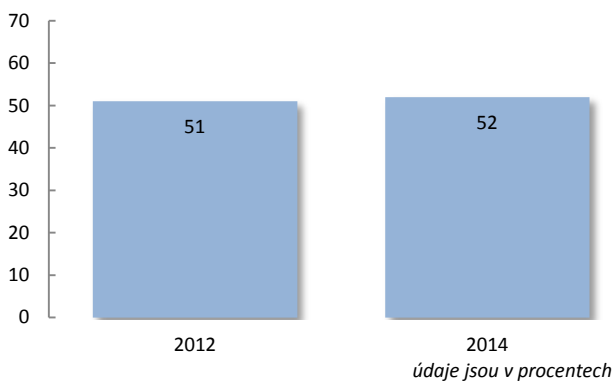
## 4.2 HODNOCENÍ SDRUŽENÍ CZ.NIC

### Povědomí a spokojenost se sdružením CZ.NIC



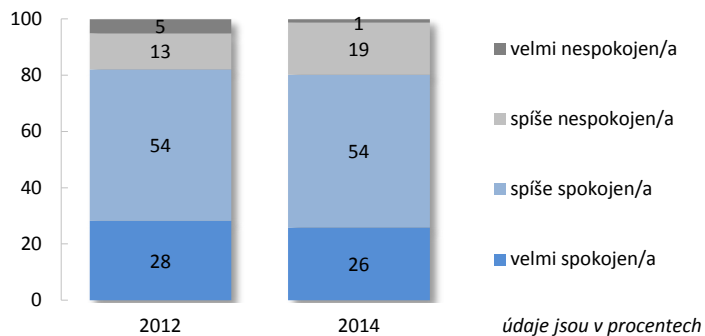
Základ: celý soubor/respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC (52 %)

### Povědomí o sdružení CZ.NIC



Základ: celý soubor

### Spokojenost se sdružením CZ.NIC



Základ: respondenti, kteří znají CZ.NIC

## Spontánně oceňované atributy sdružení CZ.NIC

### SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI

- správcovství domén, správa a vedení domén 15 %
- práce v celém spektru služeb 13 %
- poskytuje hodně zajímavých a důležitých informací 13 %
- kontrola registrátorů 5 %
- Akademie CZ.NIC 4 %
- zabývá se problematikou ochrany osobních údajů 4 %
- poskytuje užitečné služby 4 %
- je spolehlivé 4 %
- má dobré nápady 3 %
- pomoc uživatelům domén 3 %
- vysoká úroveň služeb 3 %
- je důvěryhodné 3 %
- je zodpovědné 3 %
- poskytuje bezplatné služby 3 %
- umožňuje vyhledávání v registru 3 %

## Spontánně kritizované atributy sdružení CZ.NIC

### SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI

- nepropojenost s jinými (zahraničními) doménami 33 %
- malá publicita 17 %
- neatraktivní barva stránek 17 %
- složité stránky pro laiky 17 %
- bude podporovat zavedení domén s českou diakritikou za účelem zisku 17 %



Pozn.: minimální četnost = 3 %

#### 2012

poskytuje nové informace/rady  
mám díky němu přehled  
poskytuje pomoc začátečníkům  
sdužuje více stránek  
chová se přátelsky

#### 2014

správcovství domén, správa a vedení domén  
práce v celém spektru služeb  
poskytuje hodně zajímavých a důležitých informací  
kontrola registrátorů  
Akademie CZ.NIC

#### 2012

je neznámé/není moc vidět  
nebojuje proti hackerům  
nezabývá se autorskými právy  
nezodpovídá za obsah  
má neosobní přístup

#### 2014

nepropojenost s jinými (zahraničními) doménami  
malá publicita  
neatraktivní barva stránek  
složité stránky pro laiky  
bude podporovat zavedení domén s českou diakritikou za účelem zisku

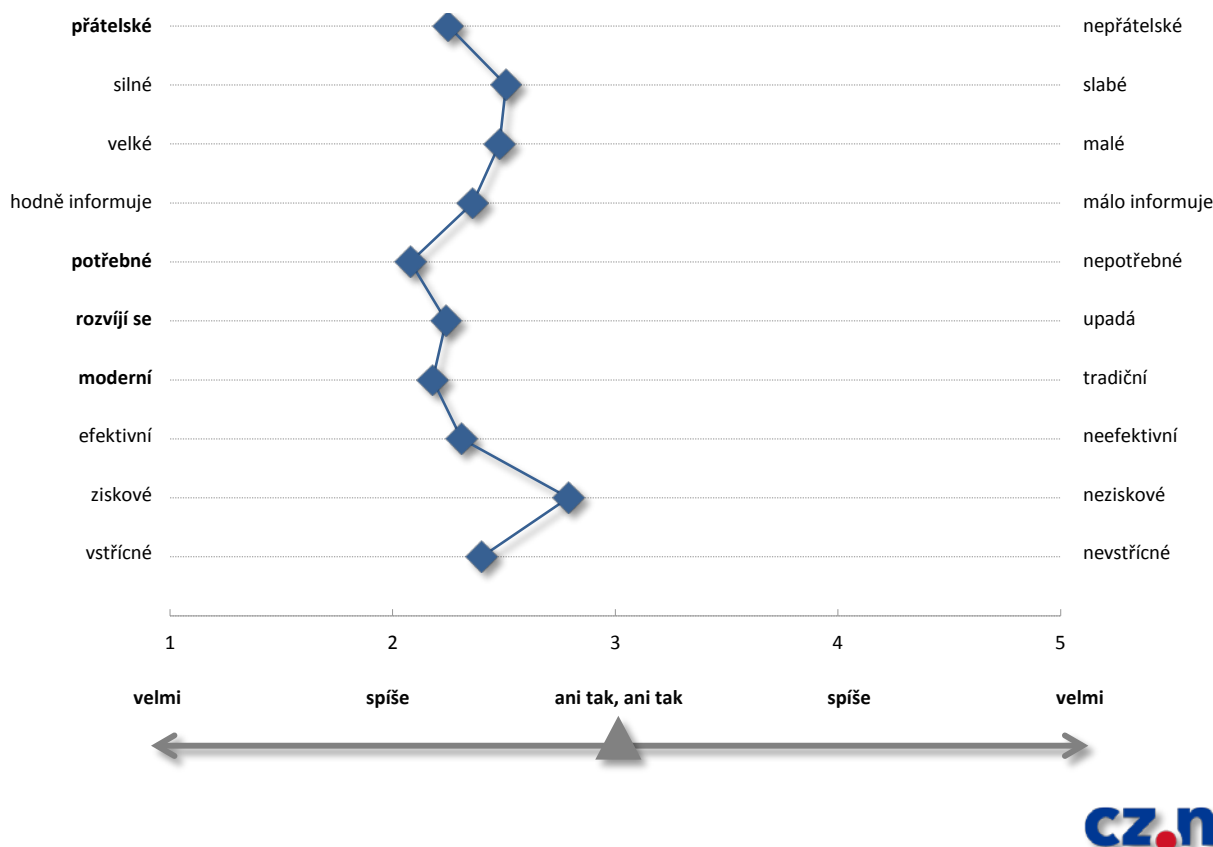
Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC a uvedli konkrétní oceňovaný atribut (24 %)

Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC a uvedli konkrétní kritizovaný atribut (1 %)



Sdružení CZ.NIC zná **52 %** z nás, přičemž naprostá většina je se sdružením spokojena. Na sdružení CZ.NIC oceňujeme především to, že **se zabývá správou a vedením domén**, že **poskytuje celé spektrum služeb**, a že **poskytuje hodně zajímavých a důležitých informací**. Na sdružení CZ.NIC nám na druhé straně vadí zejména to, že je **nepropojeno se zahraničními doménami**.

## Charakteristika sdružení CZ.NIC



	prátelské x nepřátelské	silné x slabé	velké x malé	hodně informuje x málo informuje	potřebné x nepotřebné	rozvíjí se x upadá	moderní x tradiční	efektivní x neefektivní	ziskové x neziskové	vstřícné x nevstřícné
Ø průměr	2,25	2,51	2,48	2,36	2,08	2,24	2,18	2,31	2,79	2,40
σ směrodatná odchylka	0,93	0,98	1,04	1,13	0,92	0,90	0,94	1,02	0,93	0,96

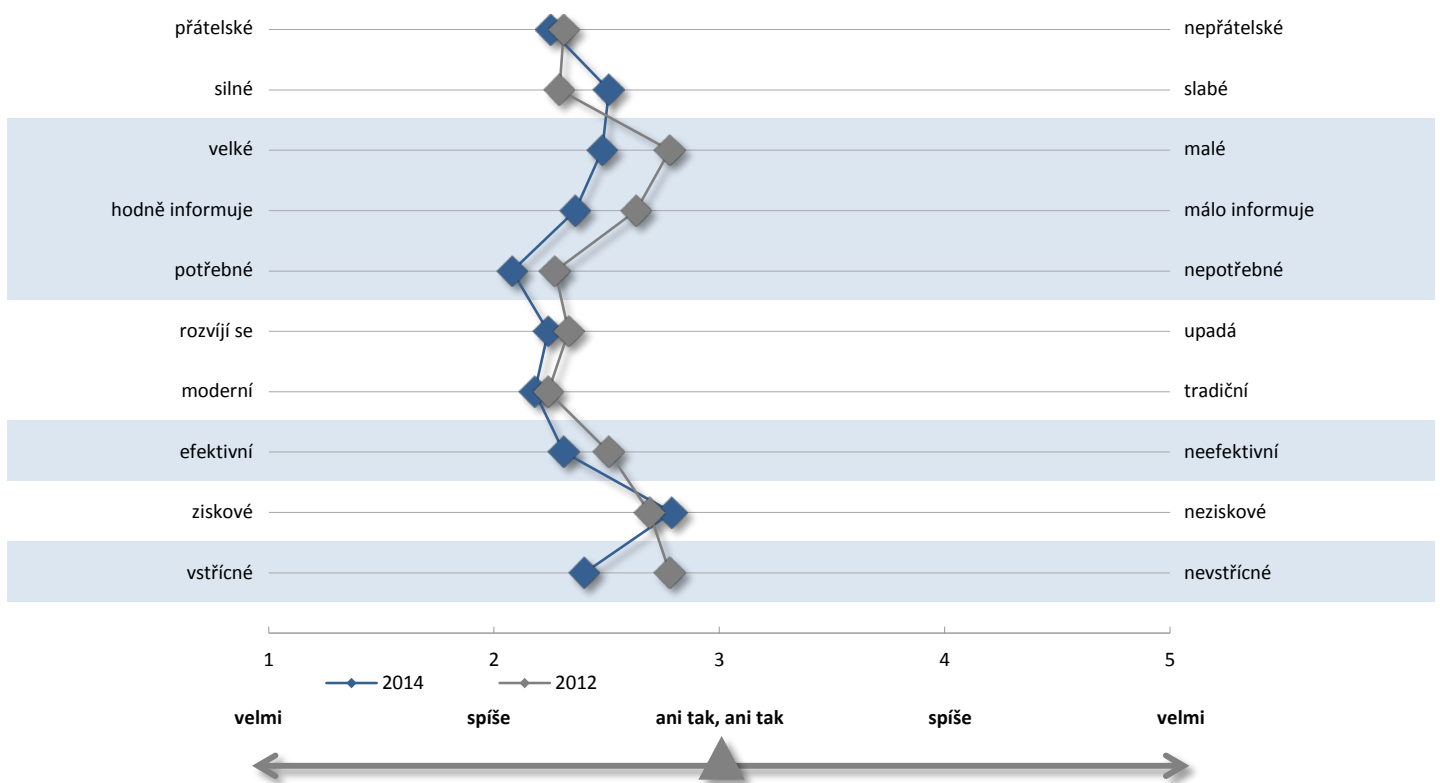
**Pozn.:** Ø = průměr; σ = směrodatná odchylka; 1 = sdružení CZ.NIC je ve všech případech hodnoceno první vlastností (například přátelské); 3 = sdružení CZ.NIC není hodnoceno ani první, ani druhou vlastností; 5 = sdružení CZ.NIC je ve všech případech hodnoceno druhou vlastností (například nepřátelské)

Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC (52 %)



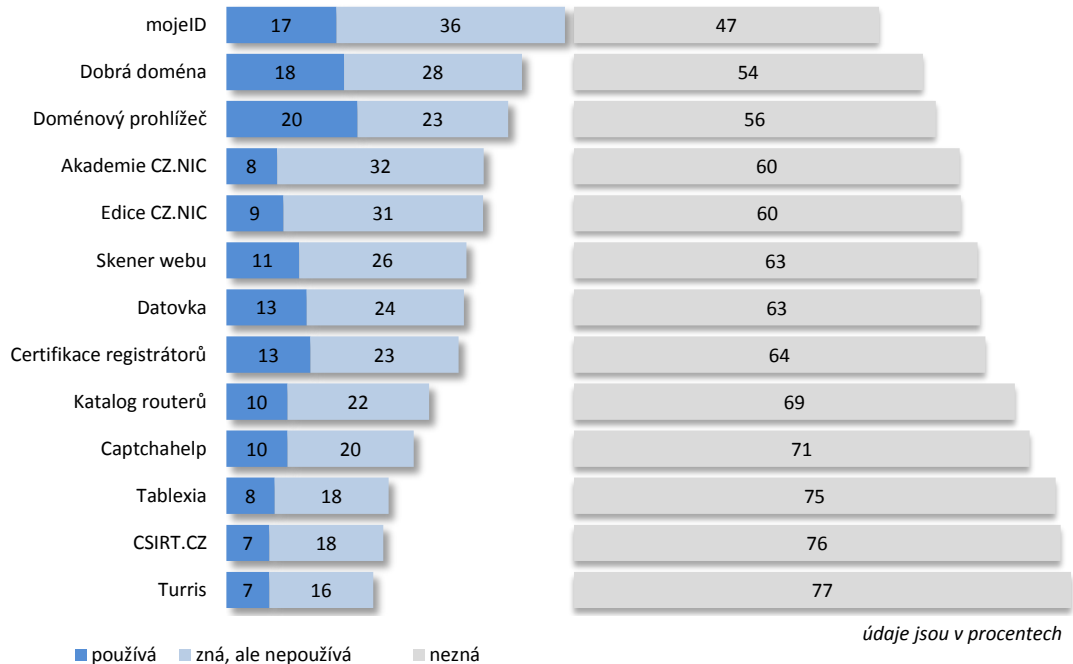
Sdružení CZ.NIC hodnotíme pozitivně, a to zejména jako **prátelské, potřebné, rozvíjející se a moderní**.

## Charakteristika sdružení CZ.NIC



Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC

## Znalost a využívání vybraných služeb

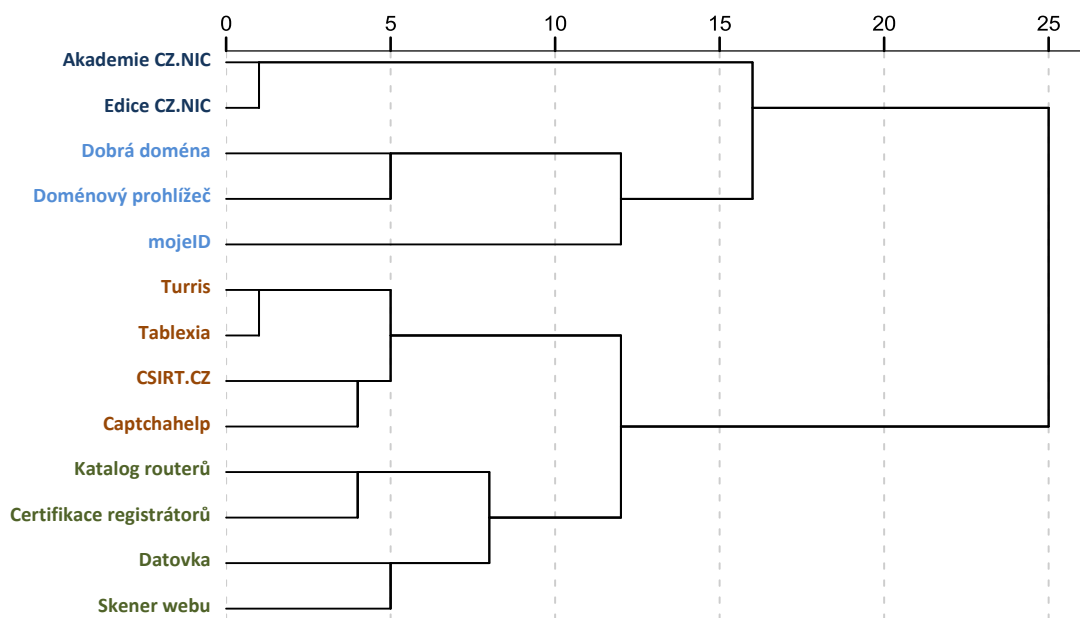


Základ: celý soubor



Alespoň jednu z výše uvedených služeb využívá **45 %** respondentů. Tito respondenti využívají v průměru **tři služby**.

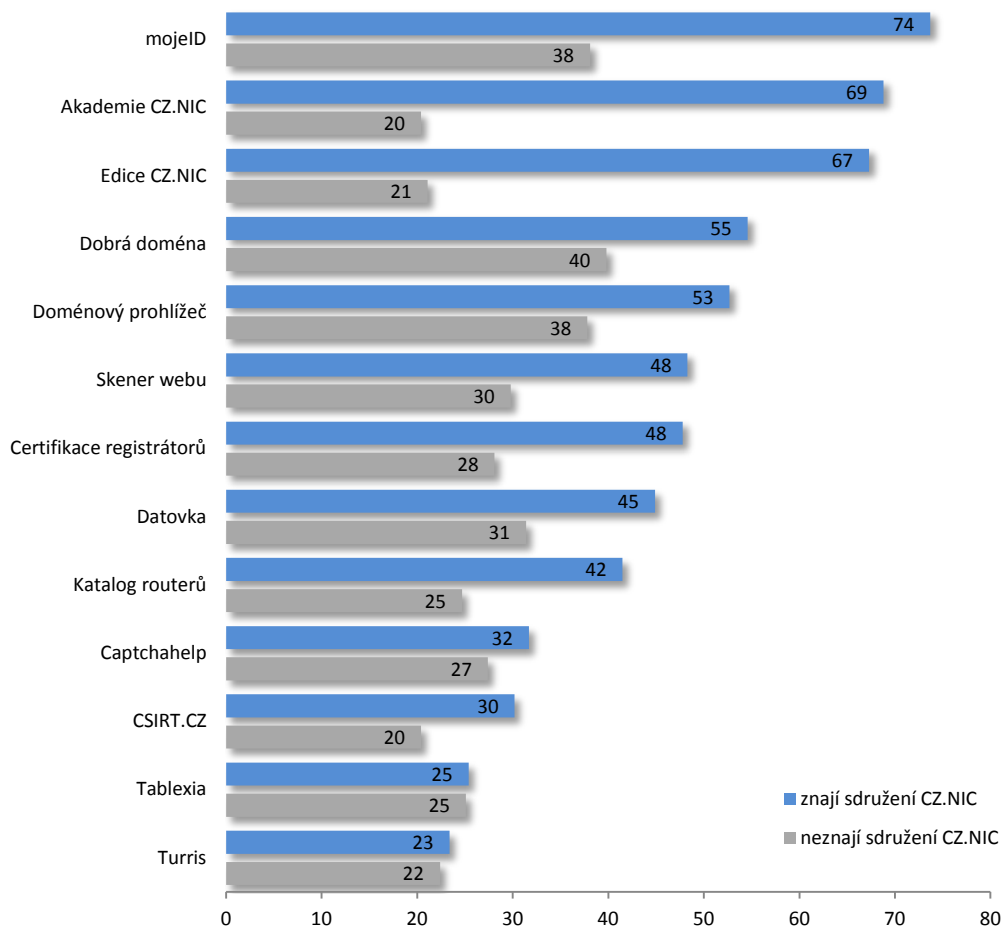
## Typické skupiny vybraných služeb z hlediska podobnosti jejich znalosti



**Pozn.:** Barevně jsou odlišeny typické skupiny služeb. Tyto skupiny jsou vytvořeny na základě clusterové analýzy, která vychází z podobnosti znalosti jednotlivých služeb. Vodorovné vzdálenosti naznačují míru podobnosti ve vnímání konkrétních položek. Čím je tato vzdálenost kratší, tím je podobnost vyšší.

Základ: celý soubor

## Povědomí o vybraných službách (podle znalosti sdružení CZ.NIC)



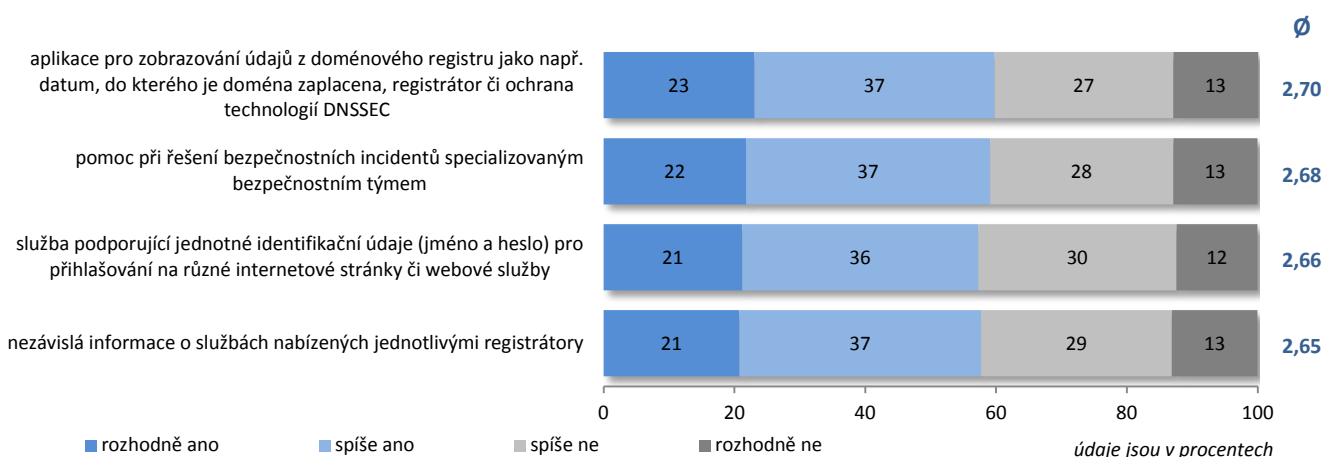
**Pozn.:** údaje vyjadřují podíl respondentů, kteří znají dané služby

Základ: celý soubor

údaje jsou v procentech



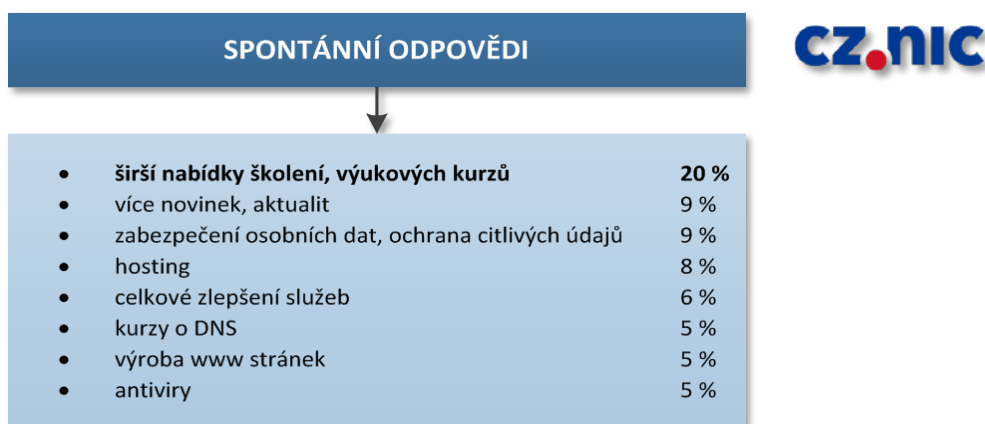
## Preference vybraných služeb souvisejících s používáním počítače



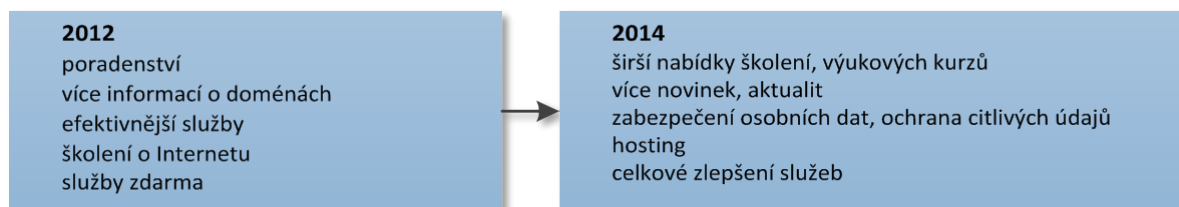
Pozn.: Průměrné hodnocení (Ø): 1 = rozhodně ne, 4 = rozhodně ano

Základ: celý soubor

## Další služby požadované od sdružení CZ.NIC (spontánní odpovědi)



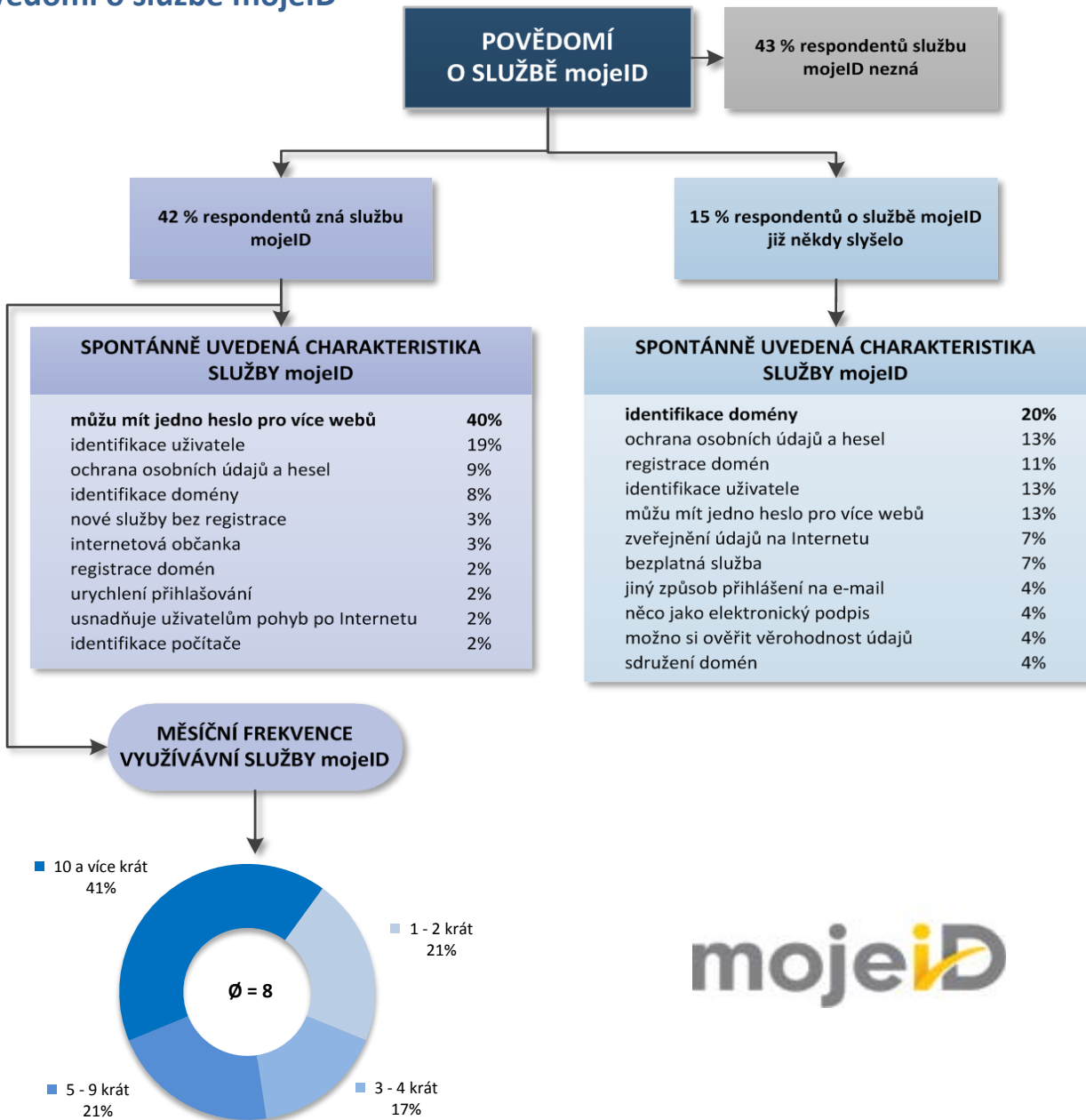
Pozn.: minimální četnost = 3



Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC a uvedli konkrétní požadovanou službu (13 %)

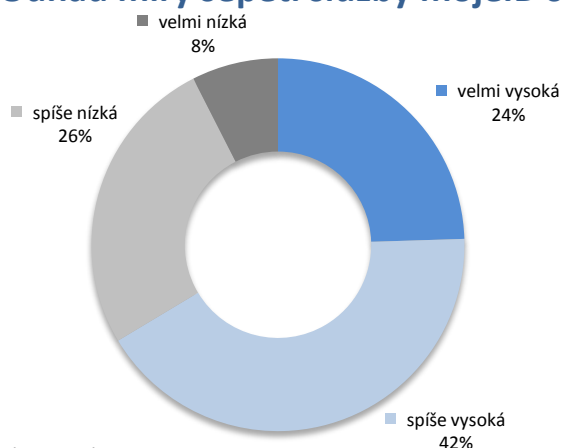
## 4.3 SLUŽBA "mojeID"

### Povědomí o službě mojeID



Základ: celý soubor/respondenti, kteří znají službu mojeID (42 %)/respondenti, kteří už o službě mojeID alespoň slyšeli (15 %)

### Odhad míry sepětí služby mojeID s činnostmi CZ.NIC

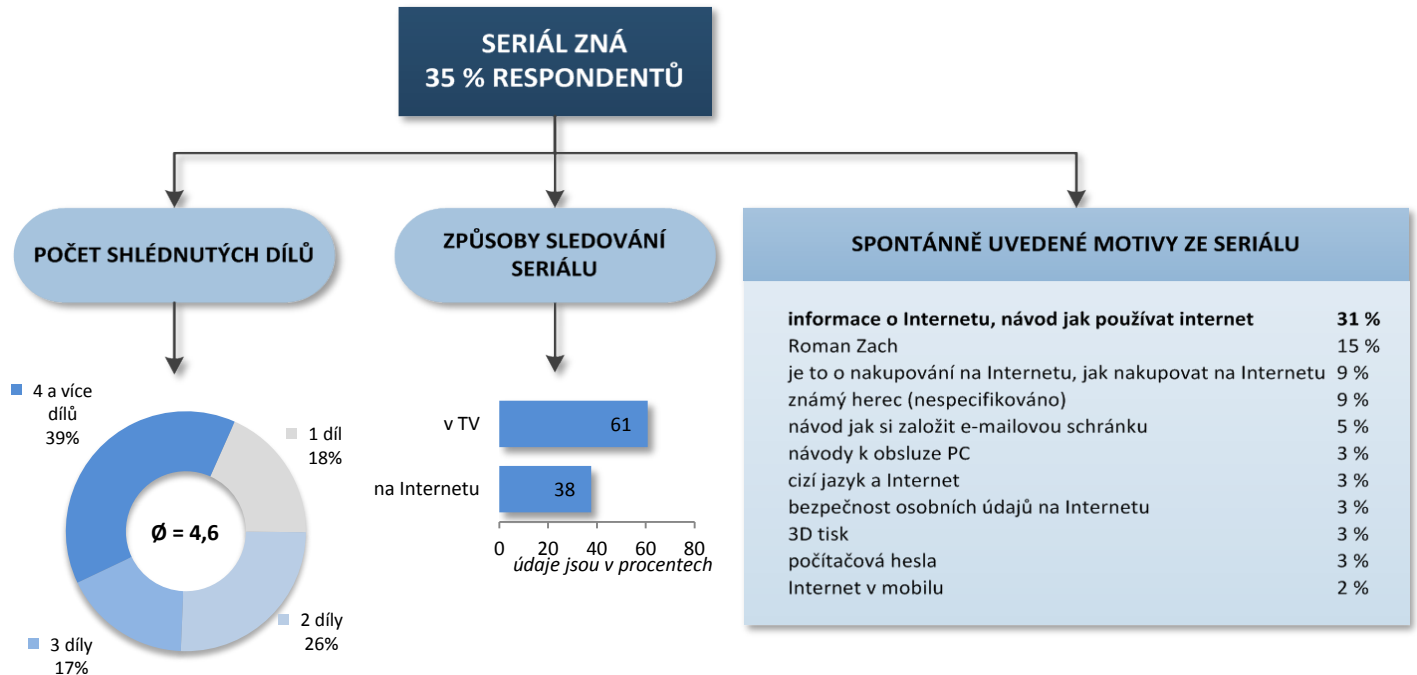


Službu mojeID zná **42 %** z nás, přičemž dalších **15 %** o této službě již někdy alespoň slyšelo. Ti z nás, kteří službu mojeID využíváme, tak činíme v průměru **8 krát za měsíc**. Celkem **dvě třetiny** z nás si myslí, že služba mojeID souvisí s činnostmi CZ.NIC.

Základ: celý soubor

## 4.4 POVĚDOMÍ O REKLAMĚ

### Povědomí o seriálu "Jak na Internet"

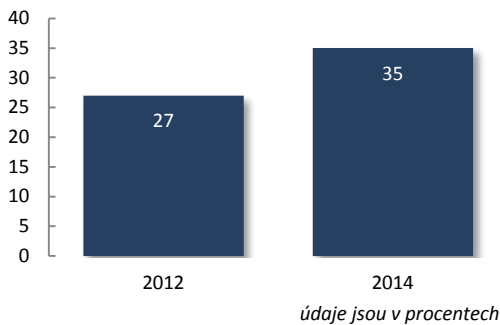


Základ: celý soubor/respondenti, kteří znají seriál (35 %)

Pozn.: minimální četnost = 2 %

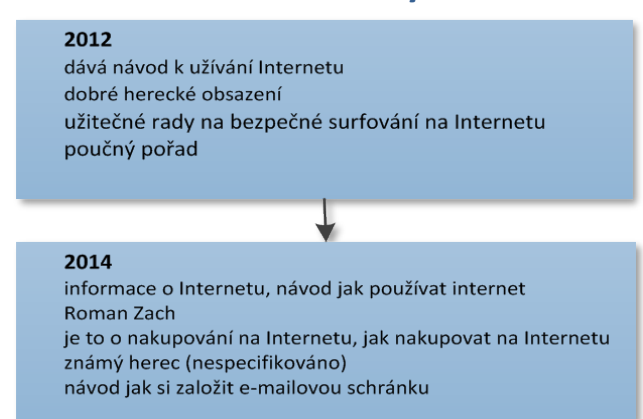
Základ: respondenti, kteří znají seriál a uvedli konkrétní motiv (30 %)

### Povědomí o seriálu "Jak na Internet"



Základ: celý soubor

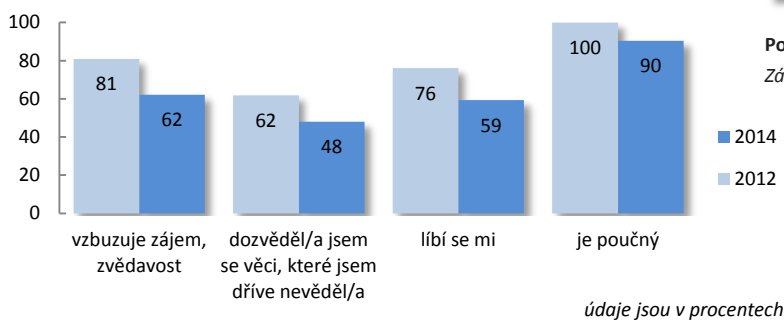
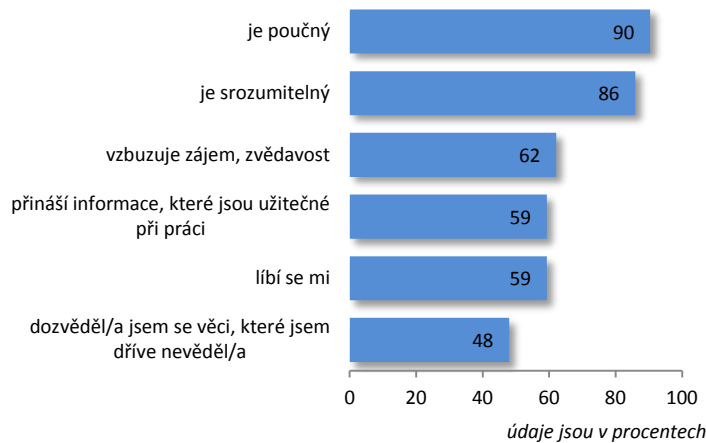
### Spontánně uvedené motivy ze seriálu



Základ: respondenti, kteří znají seriál



## Charakteristiky seriálu "Jak na Internet"



Základ: respondenti, kteří znají seriál (35 %)

## Spontánně preferovaná témata v seriálu



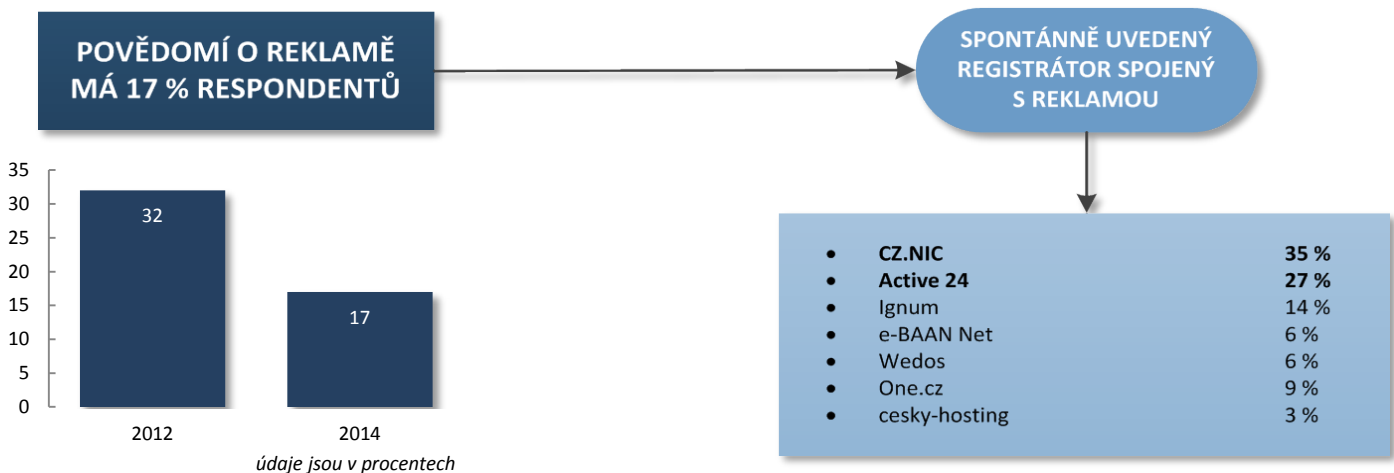
Pozn.: minimální četnost = 3 %

Základ: respondenti, kteří znají seriál a uvedli konkrétní téma (21 %)



Seriál "Jak na Internet" zná **více než třetina** z nás. Nejčastěji ho sledujeme v **televizi**, přičemž v průměru viděl každý z nás přibližně 5 dílů. Podle většiny z nás je seriál **poučný a srozumitelný**. Nejčastěji si z něho pamatujeme obecně **návod a rady na používání Internetu a herce účinkujícího v seriálu**.

## Povědomí o reklamě na domény .cz v posledním půlroce



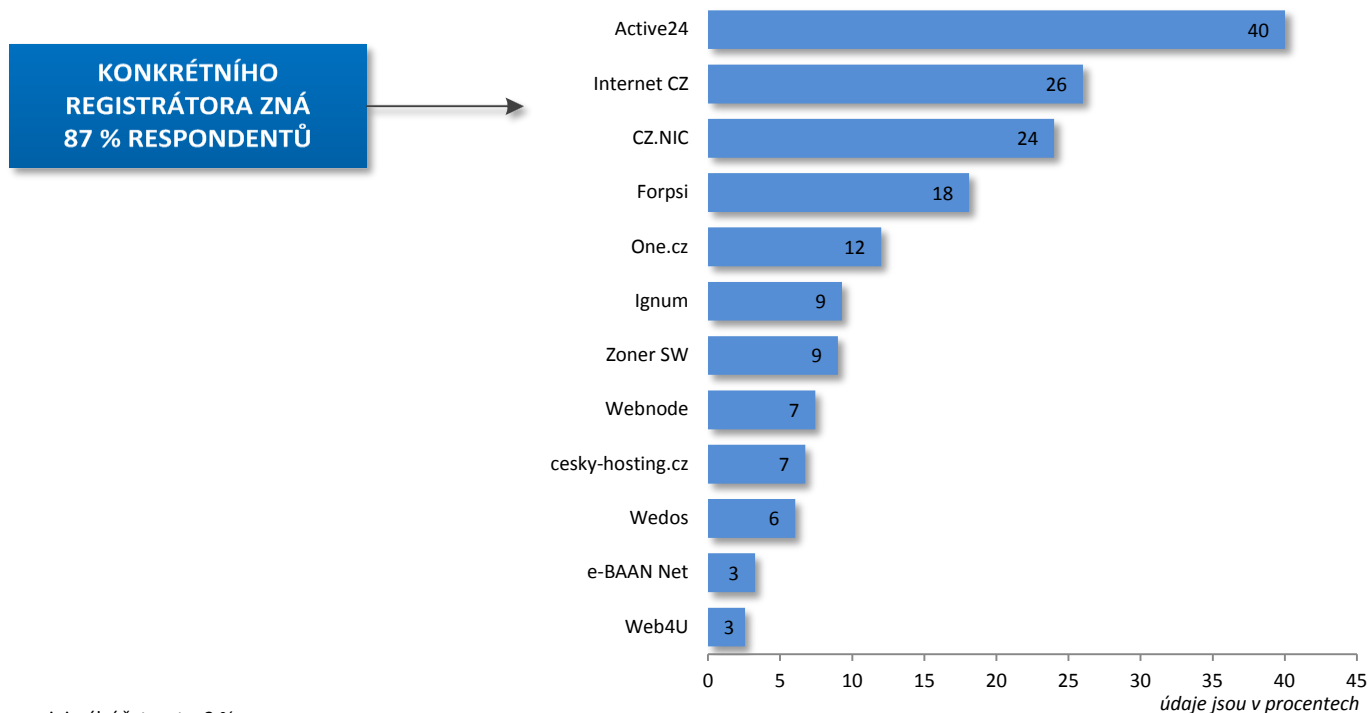
Základ: celý soubor/respondenti, kteří znají reklamu na doménu .cz (17 %)



Reklamu na domény .cz zaznamenalo v posledním půlroce **17 %** z nás. Nejčastěji jsme viděli reklamu na **CZ.NIC** a **Active 24**.

## 4.5 CHARAKTERISTIKA DOMÉNY A REGISTRÁTORA

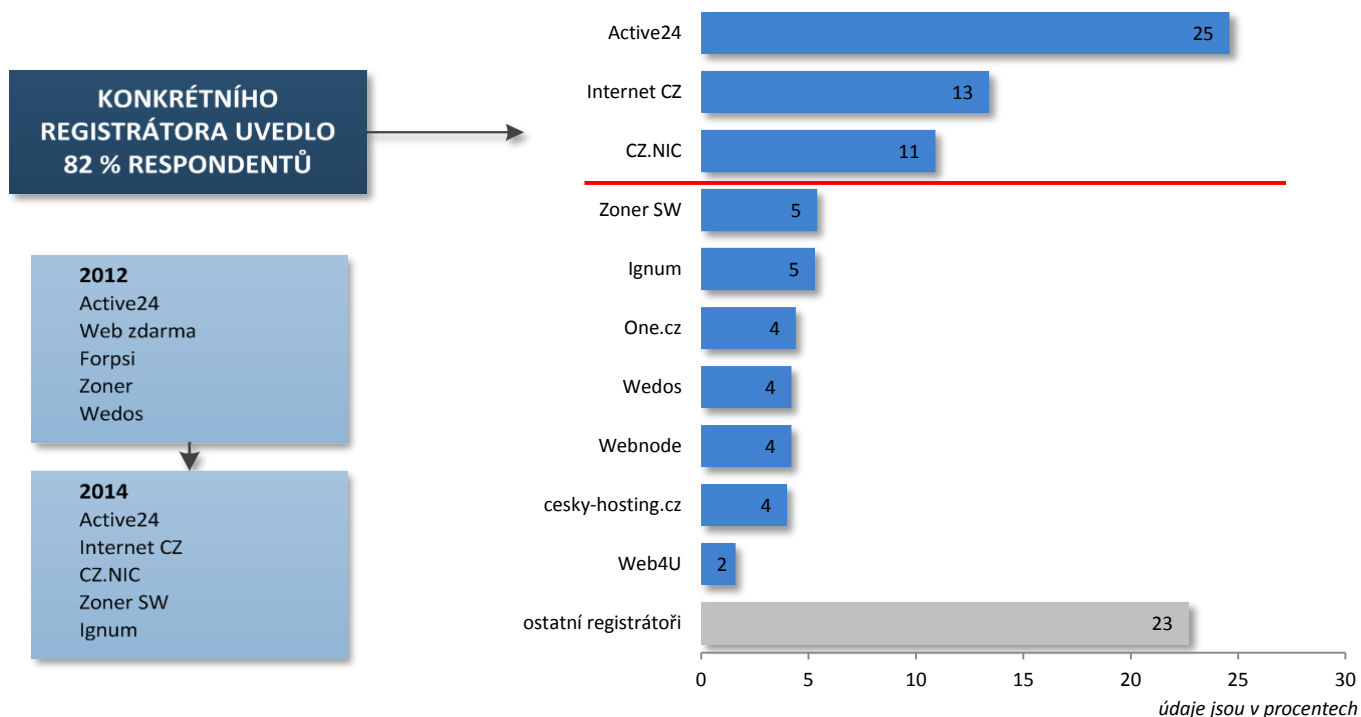
### Povědomí o registrátorech domén (*spontánní odpovědi*)



Pozn.: minimální četnost = 2 %

Základ: celý soubor/respondenti, kteří uvedli konkrétního registrátora (87 %)

### Registrátor domény (*spontánní odpovědi*)



**2012**

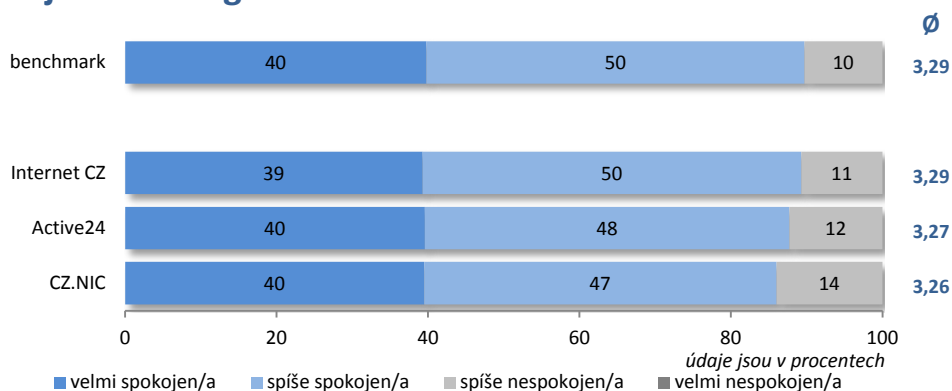
Active24  
Web zdarma  
Forpsi  
Zoner  
Wedos

**2014**

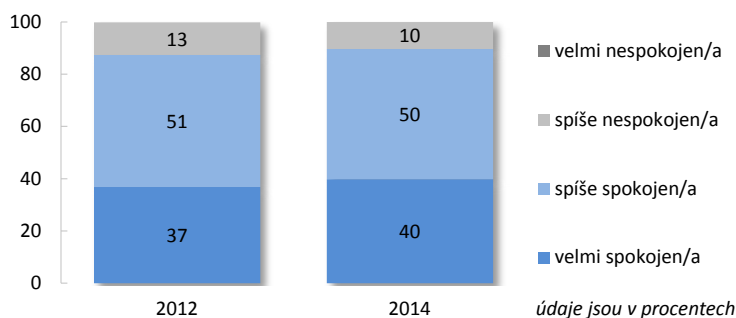
Active24  
Internet CZ  
CZ.NIC  
Zoner SW  
Ignum

Základ: celý soubor/respondenti, kteří uvedli konkrétního registrátora (82 %)

## Hodnocení spokojenosti s registrátorem



Pozn.: průměr (Ø): 1 = velmi nespokojen/a, 4 = velmi spokojen/a; benchmark vyjadřuje souhrnnou míru spokojenosti s registrátory



Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétního registrátora/respondenti, kteří využívají služeb jednotlivých registrátorů

## Důvody pro výběr registrátora (spontánní odpovědi)

CZ.NIC		ACTIVE 24	
doporučení od známého/příbuzného	52%	doporučení od známého/příbuzného	35%
náhodným výběrem na Internetu	30%	náhodným výběrem na Internetu	28%
snadná registrace	10%	nízká cena	15%
je nejvíce oblíbený	10%	podle nabídky registrátora	9%
je nejznámější	7%	renomé	9%
nízká cena	7%	jeden z nejlepších poskytovatelů	5%
jednoduchá instalace systému	7%	poskytuje kvalitní služby	3%
je spolehlivý	7%	snadná registrace	3%
		jinou společností jsem neznal/a	3%
		měli jsme ho i v práci	3%
		zaujala mě reklama	3%
INTERNET CZ			
doporučení od známého/příbuzného	79%		
renomé	21%		
náhodným výběrem na Internetu	11%		
nízká cena	8%		
je nejznámější	5%		
používám od začátku	5%		
je solidní	5%		
jeden z nejlepších poskytovatelů	3%		
je praktický	3%		

Základ: respondenti, kteří využívají služeb jednotlivých registrátorů

## Preferované služby či produkty od registrátora (*spontánní odpovědi*)

• snížení ročních poplatků za registraci	14%
• tvorba e-shopů	7%
• nabídky aktualizací	6%
• helpdesk/on-line poradenství	5%
• další/bonusové výhody pro registrované	5%
• hosting, webhosting	5%
• informace o novinkách, aktuální zprávy	4%
• e-mail	4%
• zabezpečení hesel, zvýšená ochrana osobních údajů	4%
• vylepšování bezpečnosti, zabezpečení domény	4%
• větší diskový prostor	3%
• podpora služby mojeID	3%
• možnost vkládání videí	3%
• registrace v zahraničí	3%

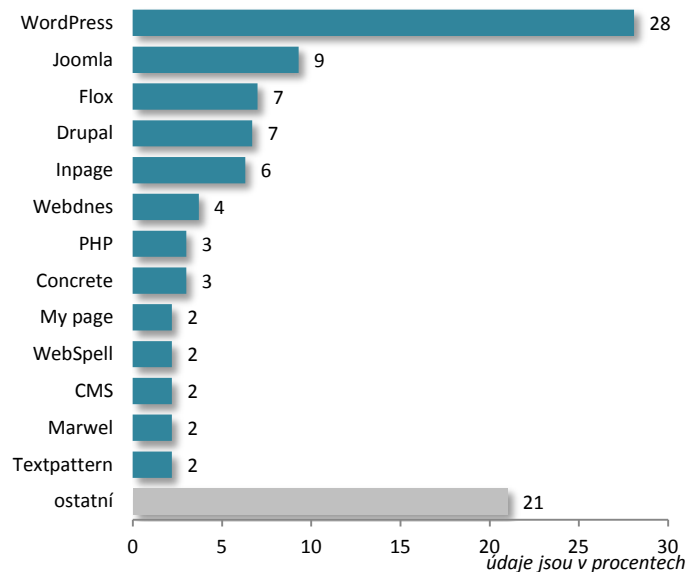
Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní preferovaný produkt/službu (32 %)



Mezi nejčastěji využívané registrátory našich domén patří **Active24**, **Internet CZ** a **CZ.NIC**. Obecně jsme se svými registrátory ve velké míře spokojeni (spokojenost vyjádřilo **9 z 10** z nás).

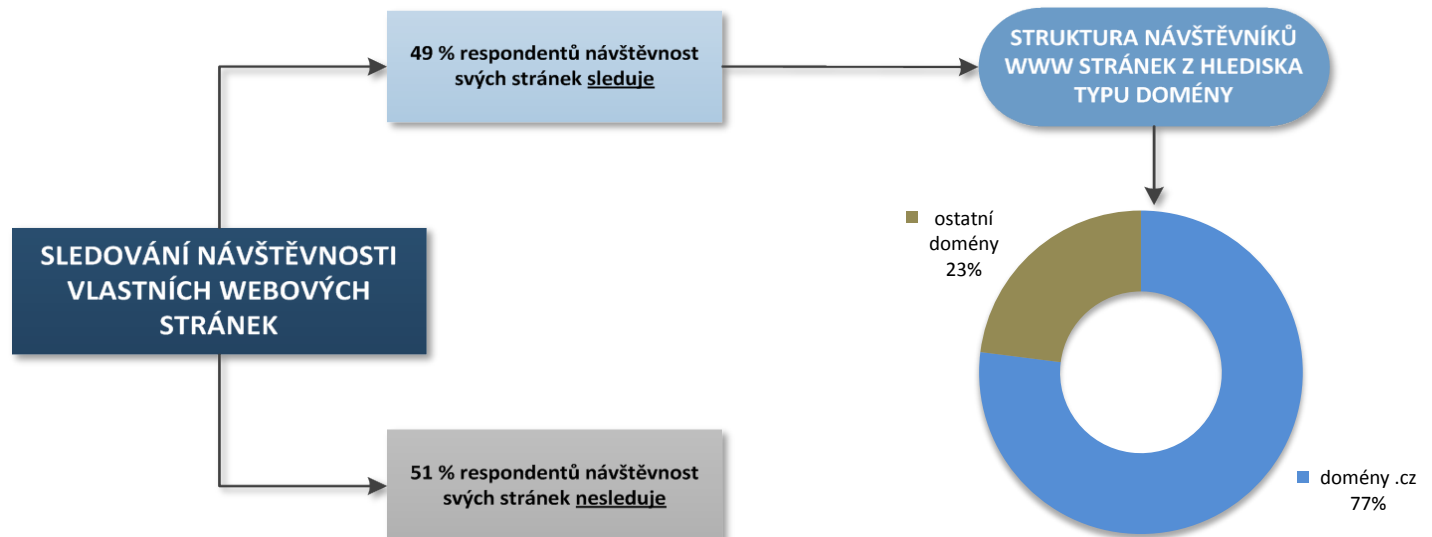
## Využívaný redakční systém

KONKRÉTNÍ REDAKČNÍ  
SYSTÉM UVEDLO  
54 % RESPONDENTŮ



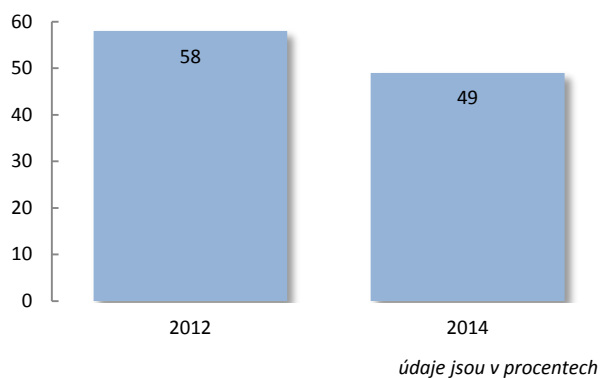
Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní redakční systém (54 %)

## Sledování návštěvnosti vlastních WWW stránek



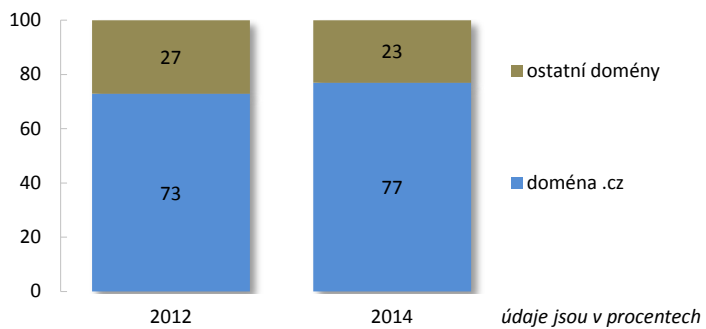
Základ: celý soubor/respondenti, kteří sledují návštěvnost svých stránek (49 %)

### Sledování návštěvnosti firemních WWW stránek



Základ: celý soubor

### Struktura návštěvníků WWW stránek z hlediska typu domény

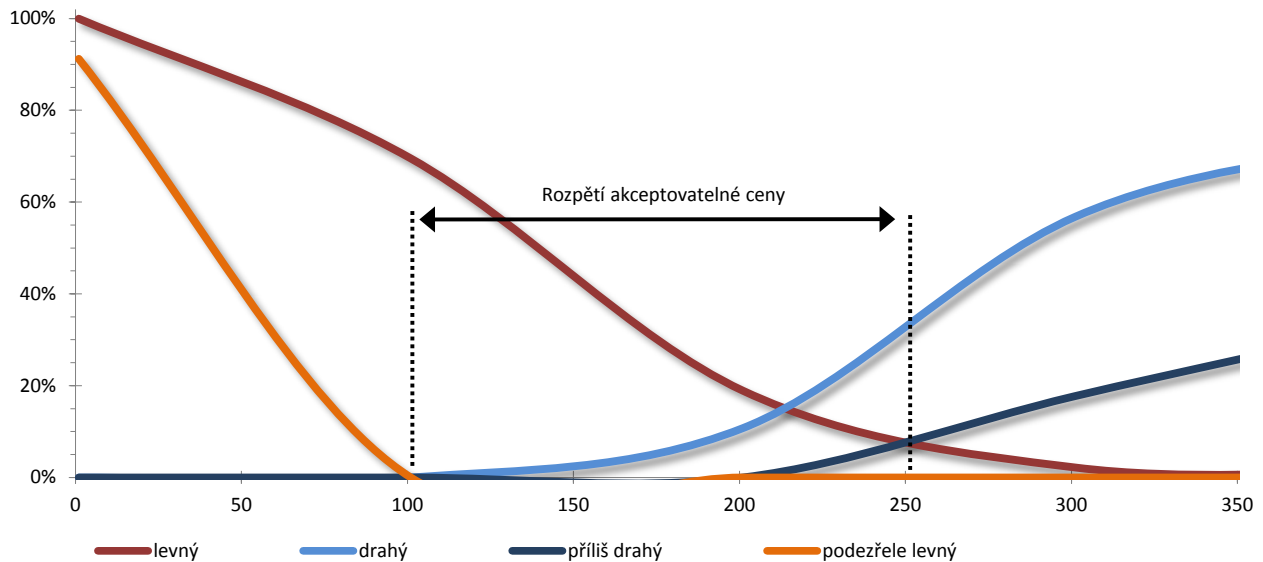


Základ: respondenti, kteří sledují návštěvnost svých stránek

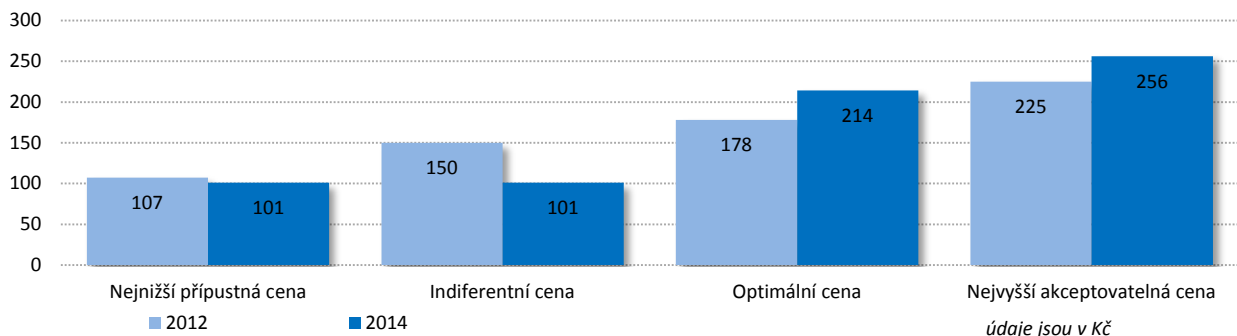


## 4.6 MODEL CENOVÉ CITLIVOSTI

### Cenová citlivost poplatku za registraci domény druhé úrovně



MCP	IDP	OPP	MEP
Nejnižší přípustná cena	Indiferentní cena	Optimální cena	Nejvyšší akceptovatelná cena
101 Kč	101 Kč	214 Kč	256 Kč



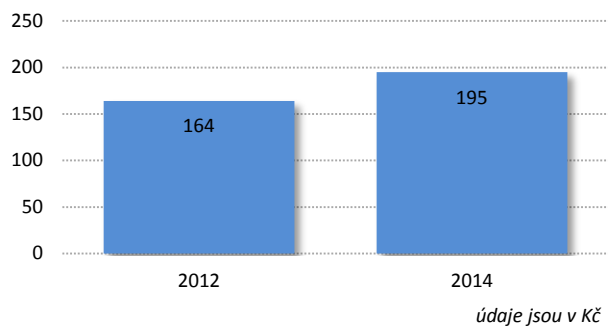
Základ: celý soubor

### Preferovaná výše poplatku za registraci domény druhé úrovně s diakritickými znaménky pro vlastníky domény bez diakritiky



Základ: celý soubor

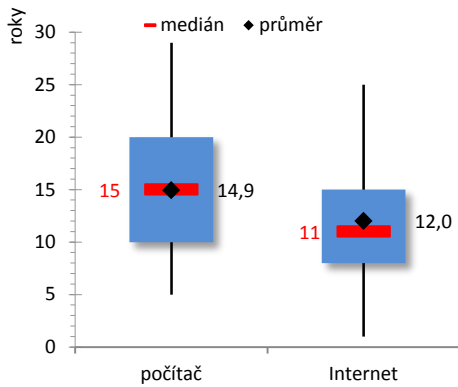
## Průměrná preferovaná výše poplatku za registraci domény druhé úrovně s diakritickými znaménky pro vlastníky domény bez diakritiky



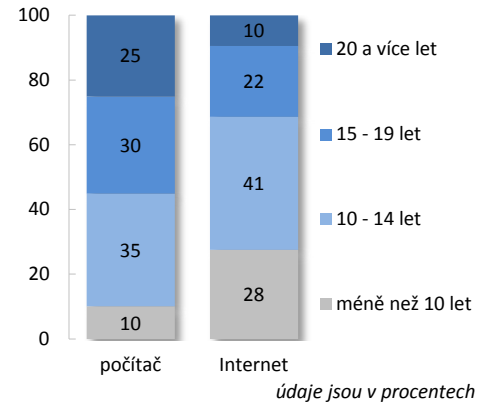
Z analýzy cenové citlivosti poplatku za registraci domény druhé úrovně vyplývá, že **optimální výše** poplatku odpovídá hodnotě **214 Kč**, **nejnižší přípustná hodnota** činí **101 Kč** a **nejvyšší akceptovatelná cena** odpovídá **256 Kč**. Za registraci domény s diakritikou bychom chtěli platit v průměru **195 Kč**. **Více než 200 Kč** (což přibližně odpovídá současné výši poplatku za registraci), by byla za registraci domény s diakritikou ochotna zaplatit **čtvrtina** z nás.

## 4.7 VYUŽÍVÁNÍ POČÍTAČE A INTERNETU

### Doba používání počítače a Internetu

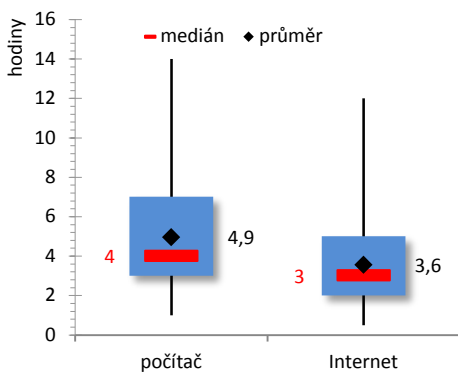


	počítač	Internet
Maximum	29	25
Horní kvartil	20	15
Průměr	14,9	12,0
Medián	15	11
Dolní kvartil	10	8
Minimum	5	1

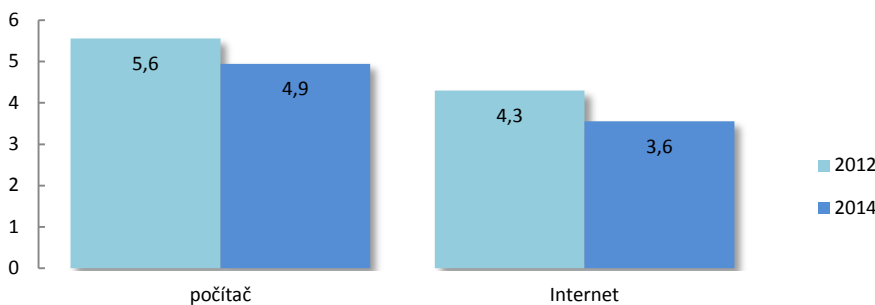
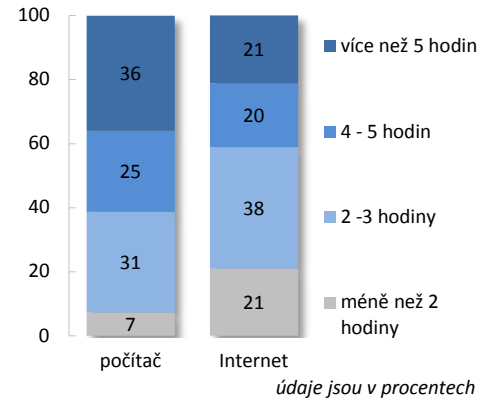


Základ: celý soubor

### Doba strávená na počítači a Internetu v průměru za den



	počítač	Internet
Maximum	14	12
Horní kvartil	7	5
Průměr	4,9	3,6
Medián	4	3
Dolní kvartil	3	2
Minimum	1,0	0,5



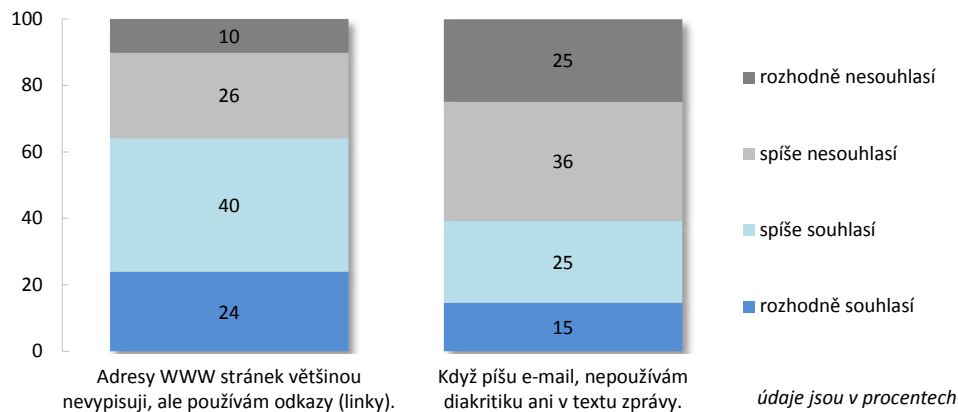
údaje jsou v hodinách

Základ: celý soubor

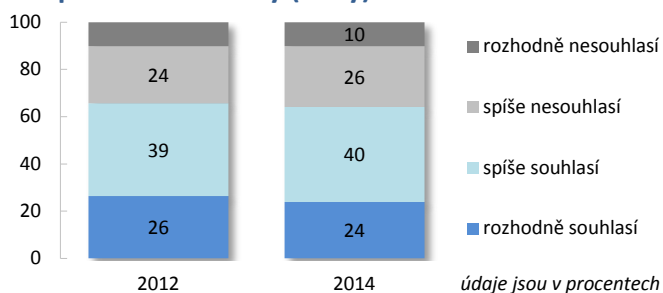


Internet využíváme v průměru **12,0 let** a trávíme na něm v průměru **3,6 hodiny denně**.  
**Více než třetina z nás (37 %)** začala využívat Internet ve stejné době, kdy začala využívat počítač.  
**Více než třetina z nás (37 %)** tráví veškerý čas s počítačem na Internetu (využívá Internet vždy, když pracuje s počítačem).

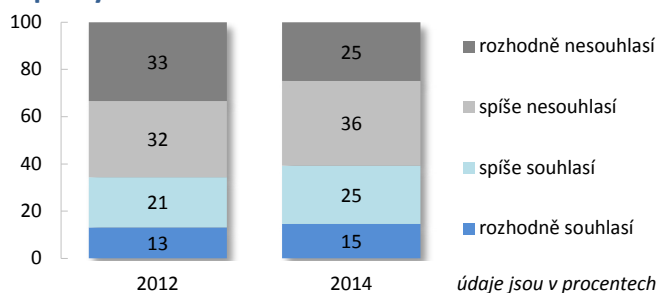
## Souhlas s výroky, které popisují uživatelské zvyklosti při práci s Internetem



## Adresy WWW stránek většinou nevypisuji, ale používám odkazy (linky).

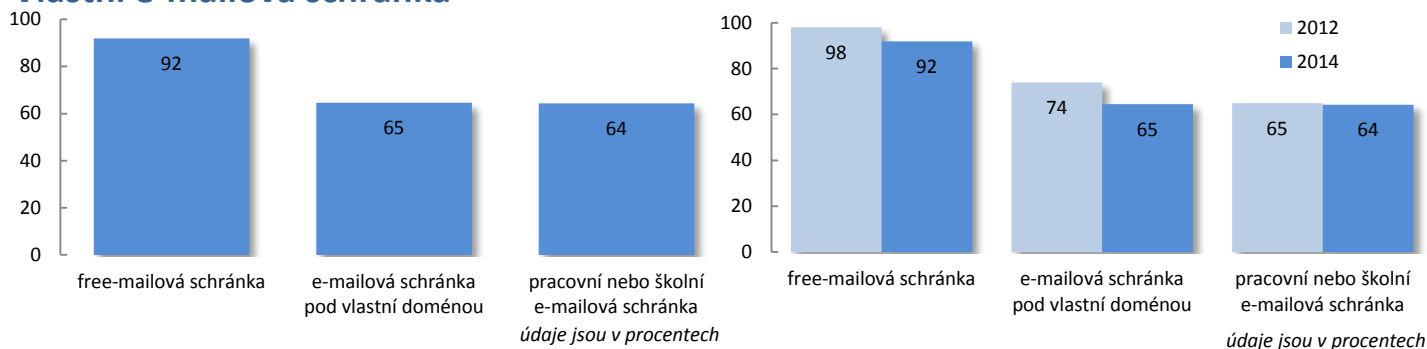


## Když píšu e-mail, nepoužívám diakritiku ani v textu zprávy.



Základ: celý soubor

## Vlastní e-mailová schránka

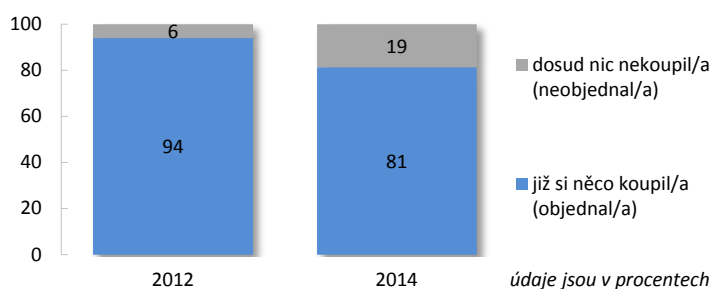
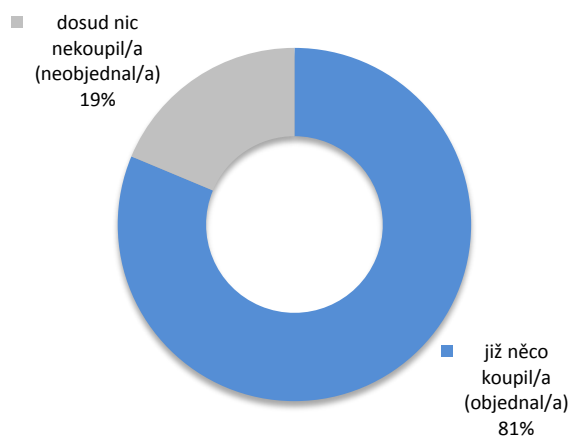


Free-mailová schránka	E-mailová schránka pod vlastní doménou	Pracovní nebo školní e-mailová schránka	Podíl (%)
•	•	•	46%
•			16%
•	•		15%
•		•	15%
	•	•	2%
		•	1%
	•		1%
žádná e-mailová schránka			4%

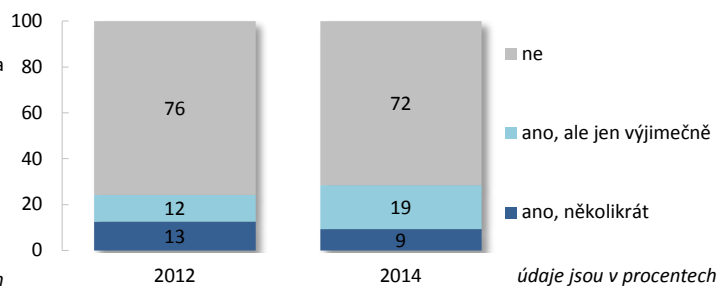
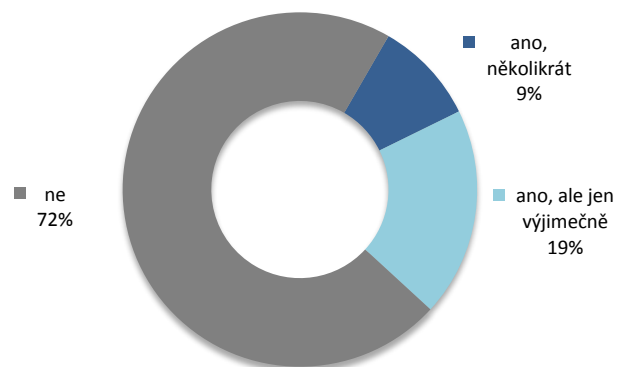
Pozn.:  $\Sigma = 100\%$ 

Základ: celý soubor

## Nákupy na Internetu



## Osobní zkušenost s podvodem ze strany e-shopu při nákupu přes Internet



Základ: celý soubor

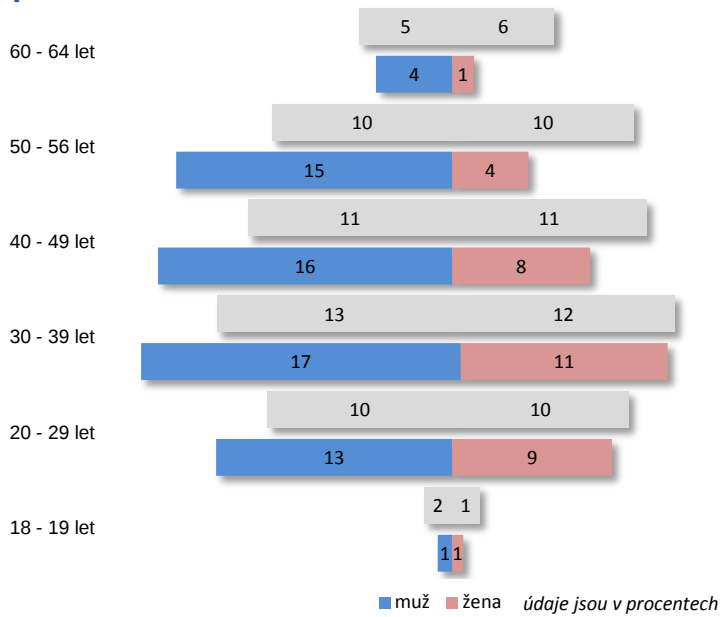
Základ: respondenti, kteří na Internetu nakupovali (81 %)



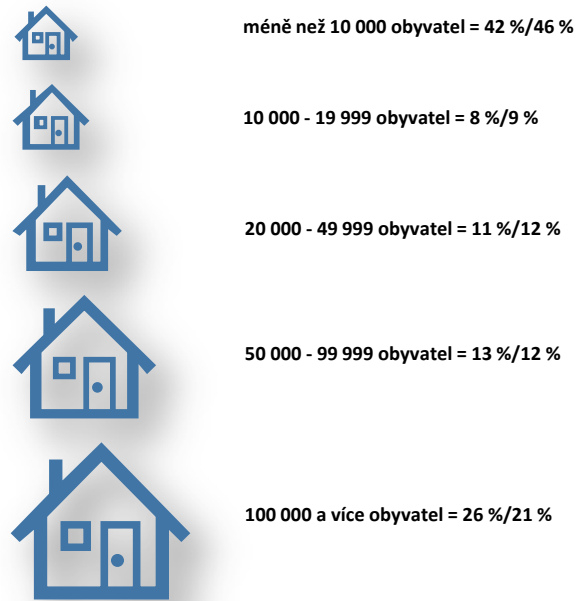
**Více než 8 z 10** z nás provedlo nákup na Internetu, přičemž **přibližně čtvrtina** z nás, kteří máme s tímto nákupem zkušenost, byla jednou nebo opakovaně podvedena.

## 4.8 POPISNÉ CHARAKTERISTIKY

### Struktura respondentů z hlediska jejich pohlaví a věku



### Velikost místa bydliště

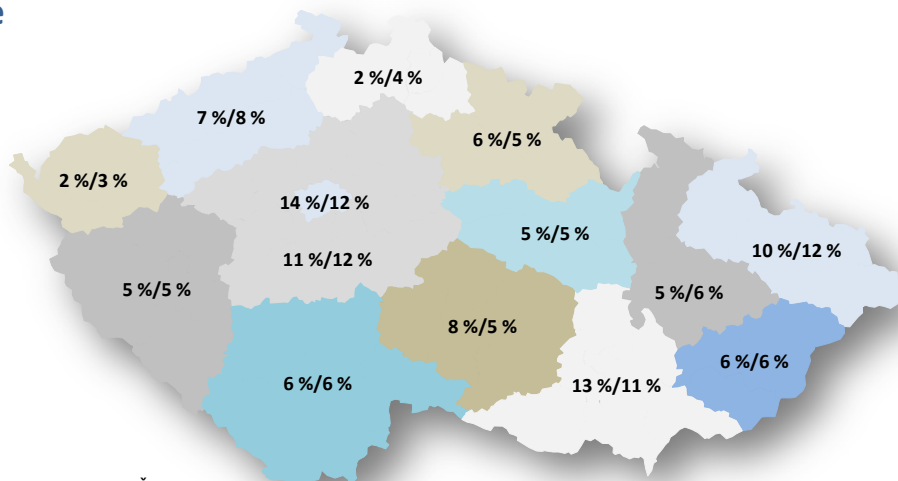


Pozn.: muži/ženy (výběrový soubor (obecná populace v ČR)) = 66 % (51 %)/34 % (49 %)

Pozn.: šedou barvou jsou označeny aktuální data vycházející z ČSÚ

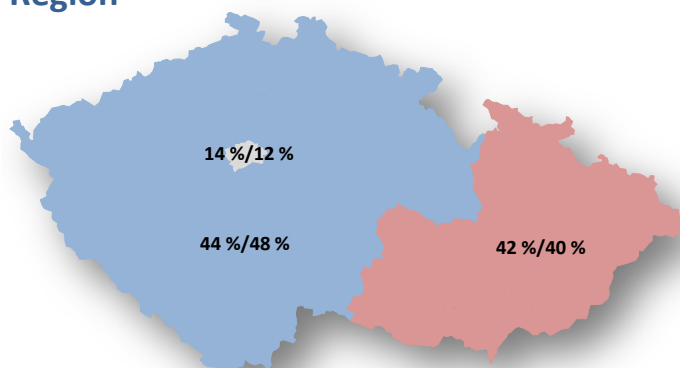
Pozn.: výběrový soubor/obecná populace v ČR

### Oblast bydliště



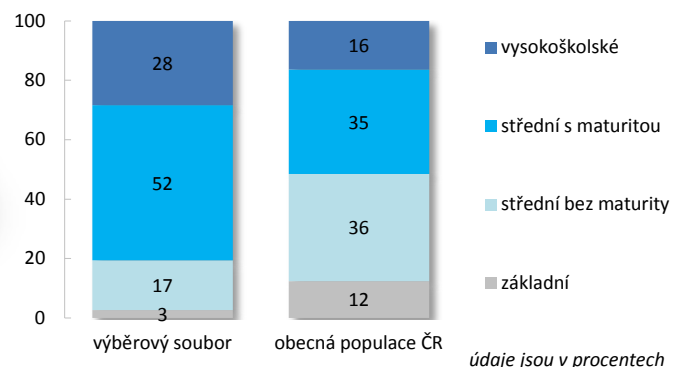
Pozn.: výběrový soubor/obecná populace v ČR

### Region

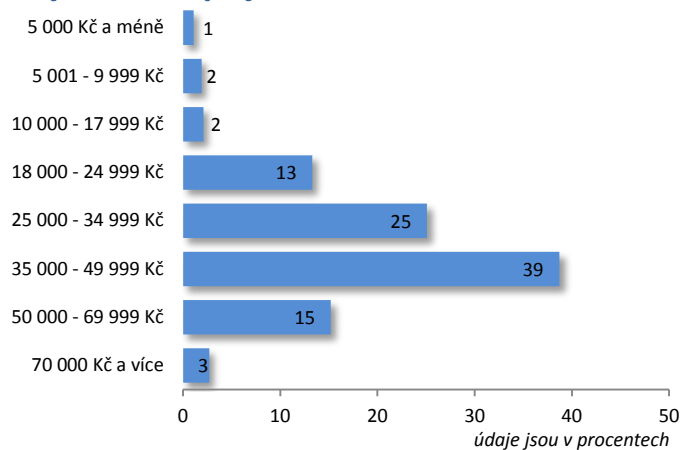


Pozn.: výběrový soubor/obecná populace v ČR

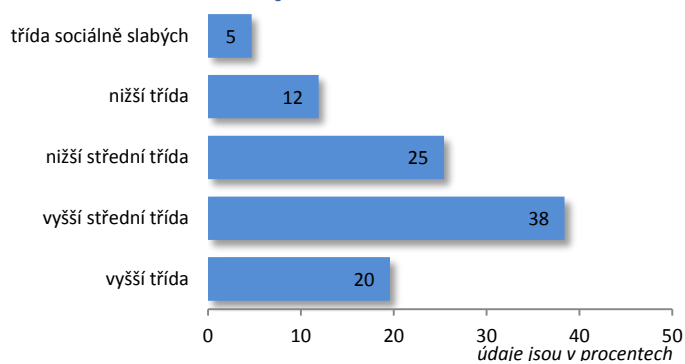
### Nejvyšší dosažené vzdělání



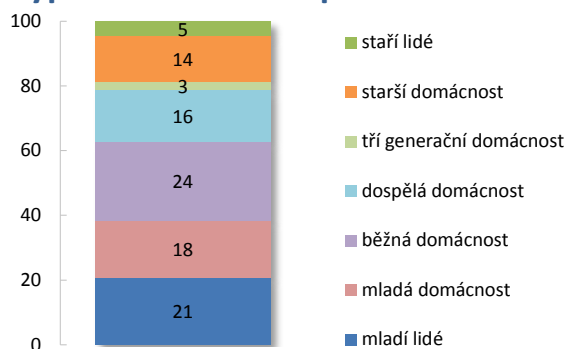
## Čistý měsíční příjem domácnosti



## Socioekonomický status



## Typ domácnosti respondenta



údaje jsou v procentech

staří lidé = 1-2 dospělí nad 60 let, bez dětí v domácnosti

starší domácnost = 1-2 dospělí 35-60 let, bez dětí v domácnosti

tří generační domácnost = 1-2 rodiče a 1-2 prarodiče, děti do 18 let

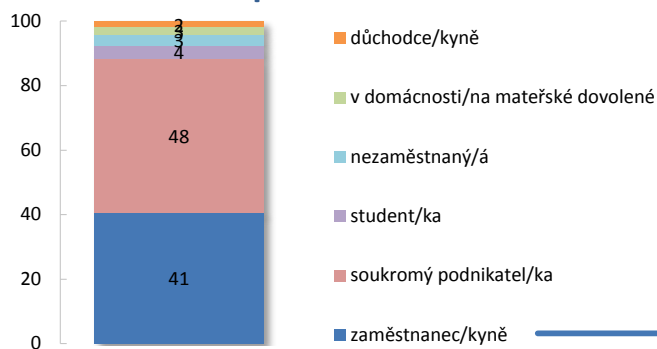
dospělá domácnost = 1-2 rodiče s dospělými dětmi

běžná domácnost = 1-2 dospělí, děti převážně 10 až 18 let

mladá domácnost = 1-2 dospělí, děti převážně do 9 let

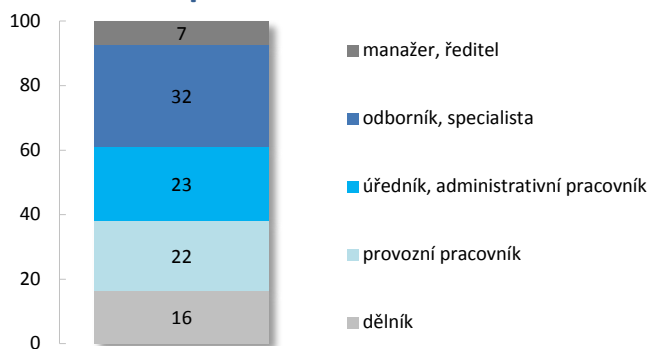
mladí lidé = 1-2 dospělí do 35 let, bezdětní

## Zaměstnání respondenta



údaje jsou v procentech

## Profese respondenta



Základ: pouze zaměstnanci

údaje jsou v procentech



# INTERNATIONALIZED DOMAIN NAMES (VLASTNÍCI DOMÉNY)

ŘÍJEN 2014