



# MARKENT

průzkum trhu & marketing

## INTERNATIONALIZED DOMAIN NAMES (ORGANIZACE)

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





# 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 Postoje k diakritickým znaménkům v doménovém jméně organizace</b> .....	<b>15</b>
<b>4.3 Hodnocení sdružení CZ.NIC</b> .....	<b>19</b>
<b>4.4 Služby poskytované CZ.NIC</b> .....	<b>25</b>
<b>4.5 Povědomí o reklamě</b> .....	<b>29</b>
<b>4.6 Charakteristika registrátora a domény</b> .....	<b>30</b>
<b>4.7 Model cenové citlivosti</b> .....	<b>34</b>
<b>4.8 Popisné charakteristiky</b> .....	<b>36</b>

## 2. SEZNAM GRAFŮ A SCHÉMAT



### 1. Percepce doménových jmen s diakritickými znaménky

Preference doménového jména organizace 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.....	9
Spontánně uvedené výhody nespojení doménových jmen s diakritickými znaménky a bez nich.....	9
Výhody doménových názvů s diakritickými znaménky stimulující k jejich používání.....	9-10
Nevýhody doménových názvů s diakritickými znaménky odrazující od jejich.....	10
Odhad subjektů, kterým by zavedení diakritických znamének v doménových názvech pomohlo.....	11-12
Hodnocení práva stávajících držitelů doménových jmen na přednostní registraci doménového jména s diakritickými znaménky.....	13
Subjekty, které by měly mít přednost při registraci doménového jména s diakritickými znaménky.....	13-14

### 2. Postoje k diakritickým znaménkům v doménovém jméně organizace

Důležitost a užitečnost IDN při uspokojování vybraných charakteristik.....	15-16
Souhlas s výroky týkajícími se diakritických znamének v doménovém jméně organizace.....	16-18

### 3. Hodnocení sdružení CZ.NIC

Povědomí a spokojenost se sdružením CZ.NIC.....	19
Spontánně oceňované atributy sdružení CZ.NIC.....	19-20
Spontánně kritizované atributy sdružení CZ.NIC.....	19-20
Charakteristika sdružení CZ.NIC.....	21-24

### 4. Služby poskytované CZ.NIC

Znalost a využívání vybraných služeb.....	25-26
Preference vybraných služeb souvisejících s používáním počítače.....	27
Další služby požadované od sdružení CZ.NIC (spontánní odpovědi).....	28

### 5. Povědomí o reklamě

Povědomí o reklamě na domény .cz v posledním půlroce.....	29
---	----

### 6. Charakteristika registrátora a domény

Povědomí o registrátorech domén (spontánní odpovědi).....	30
Registrátor domény.....	30
Hodnocení spokojenosti s registrátorem.....	31
Preferované služby či produkty od registrátora (spontánní odpovědi).....	31-32
Umístění WWW stránek organizace (název poskytovatele).....	32

Využívaný redakční systém .....	32
Sledování návštěvnosti vlastních WWW stránek.....	33
Počet zaregistrovaných doménových jmen druhé úrovně .....	33

## 7. Model cenové citlivosti

Cenová citlivost poplatku za registraci domény druhé úrovně .....	34
Preferovaná výše poplatku za registraci domény druhé úrovně s diakritickými znaménky pro vlastníky domény bez diakritiky .....	34-35

## 8. Popisné charakteristiky

Funkce respondentů .....	36
Počet zaměstnanců.....	36
Funkce/nadřazená pozice .....	36
Typ subjektu .....	36
Odvětví.....	36

## 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 započítím vlastního výzkumného šetření provedena pilotáž dotazníku.

#### METODA SBĚRU DAT

K výběru respondentů bylo použito stratifikovaného náhodného výběru. Do zkoumaného vzorku byly zařazovány organizace podle velikosti (vyjádřené celkovým počtem zaměstnanců v ČR) a podle oboru činnosti (zaznamenávaného podle metodiky CZ-NACE). Konečná podoba zkoumaného souboru je dále determinována požadavkem registrace nejméně jedné domény druhé úrovně.

Podrobně o struktuře zkoumaného vzorku vypovídají údaje v kapitole „Popisné charakteristiky“.

Data byla získávána telefonickými rozhovory vyškolených tazatelů s respondenty. Tazatelé kladli respondentům otázky a zaznamenávali v průběhu interview jejich odpovědi. V každé organizaci byl takto dotazován vždy jeden respondent, a to pracovník odpovědný za koncepční rozhodnutí týkající se WWW prezentace zkoumané organizace.

S žádostí o rozhovor byli osloveni kompetentní zástupci celkem **1 781 organizací**. Interview byla provedena s **1 012 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 **1003 případech**.

Pyramida výběru respondentů:



Průměrná doba rozhovoru činila 29 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.

Oborové členění a klasifikace podniků byla provedena s využitím metodiky OKEČ používané Českým statistickým úřadem.

Údaj o počtu zaměstnanců vypovídá o počtu pracovníků ve všech pobočkách či detašovaných pracovištích dané organizace, které se nacházejí na území ČR.

Kategorie institucí finančního sektoru zahrnuje jak banky, tak také pojišťovny, zdravotní pojišťovny, penzijní fondy a leasingové společnosti.

Kategorie ostatních organizací zahrnuje subjekty, které působí v oblastech zemědělství, stavebnictví a služeb.

Pro časové srovnání výsledků výzkumu byly použity data ze závěrečných zpráv z roku 2004, 2006, 2008, 2010 a 2012.

V rámci podrobné analýzy jsou definovány podsegmenty respondentů, u nichž je v závorce uvedena procentuální diference dané proměnné od celého souboru respondentů.

(*např. finanční instituce (+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
0,6	1,1	1,4	1,9	2,2	2,5	2,7	2,8	3,0	3,1

Pozn.: hodnoty představují % odpovědí; pro soubor o velikosti 1 000 případů (odpovědí) platí, že hodnota 10% (jakož i doplňková hodnota 90%) může obsahovat odchylku 1,9 %, tzn. že „skutečná“ hodnota se s 95 procentní pravděpodobností v základním souboru nalézá v intervalu 8,1 % až 11,9 %.

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 rozděluje 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:

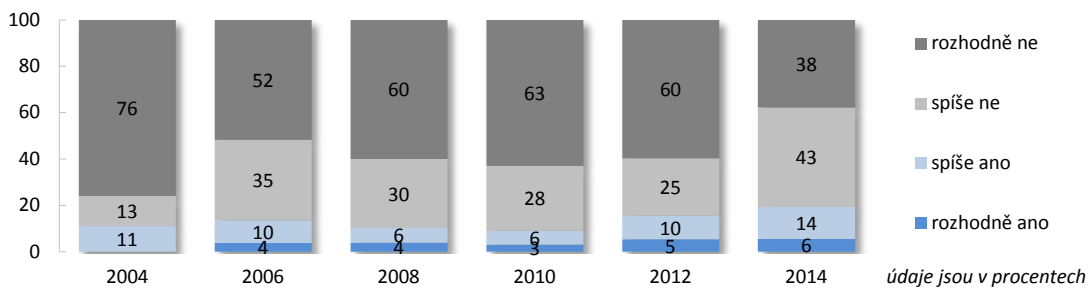
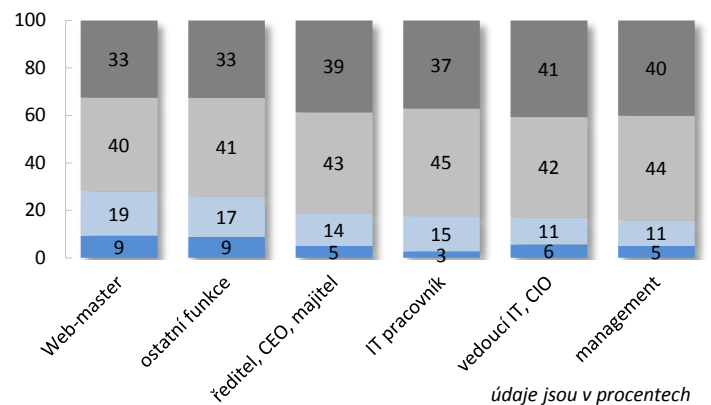
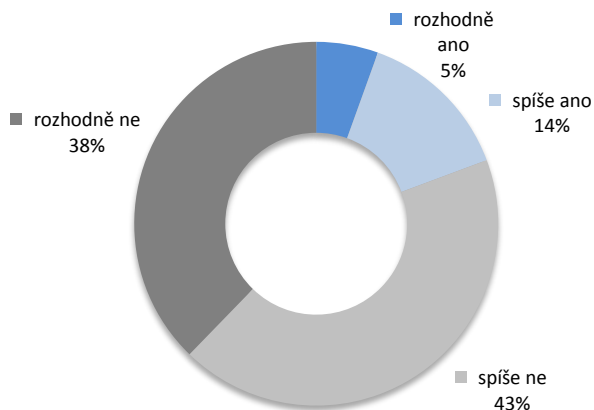
- +++ = extrémně nadprůměrná
- ++ = významně nadprůměrná
- + = nadprůměrná
- 0 = bez statisticky významné odlišnosti
- = extrémně podprůměrná
- = významně podprůměrná
- = podprůměrná

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

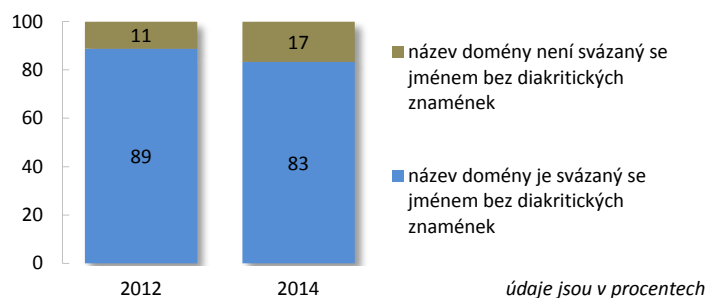
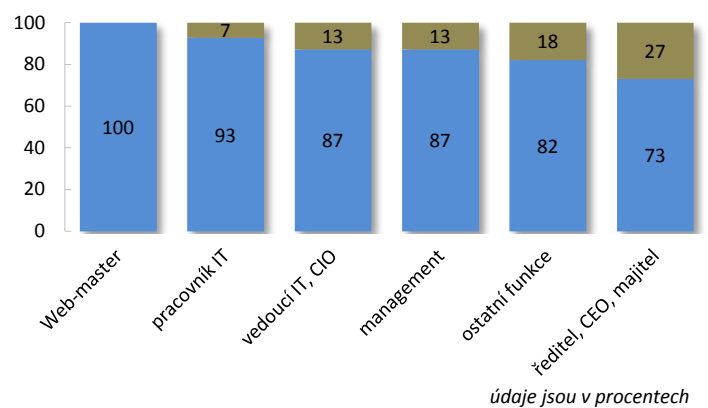
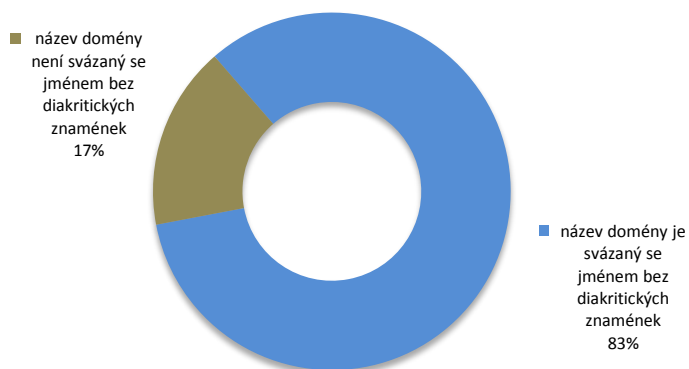
## 4.1 PERCEPCE DOMÉNOVÝCH JMEN S DIAKRITICKÝMI ZNAMÉNKY

### Preference doménového jména organizace s českými diakritickými znaménky



Základ: celý soubor

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



Doménová jména s českými diakritickými znaménky preferuje **pětina** z nás. **Více než 8 z 10** z nás preferuje **název domény svázaný se jménem bez diakritických znamének**.

Základ: celý soubor

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

SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI	
je to lepší varianta	33 %
snadné vyhledávání	18 %
jednodušší pro uživatele	15 %
jen jedna doména	9 %
srozumitelnost pro zahraniční klienty	8 %
nedojde k záměně	6 %
možnost použít staré i nové domény	3 %
předcházení doménovým spekulacím	2 %

Pozn.: minimální četnost = 2 %

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

SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI	
je to lepší varianta	30 %
větší množství domén	10 %
přesnější názvy domén	9 %
možnost mít dva weby	8 %
lepší orientace pro uživatele	4 %
nezaměnitelnost názvů	4 %
nemožnost duplicity	3 %
výhodné pro zahraniční klientelu	2 %

Pozn.: minimální četnost = 2 %

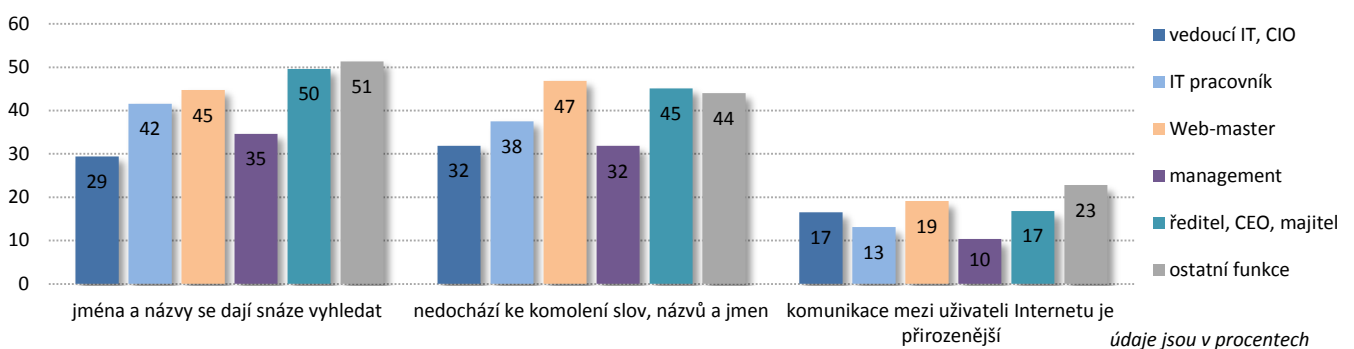
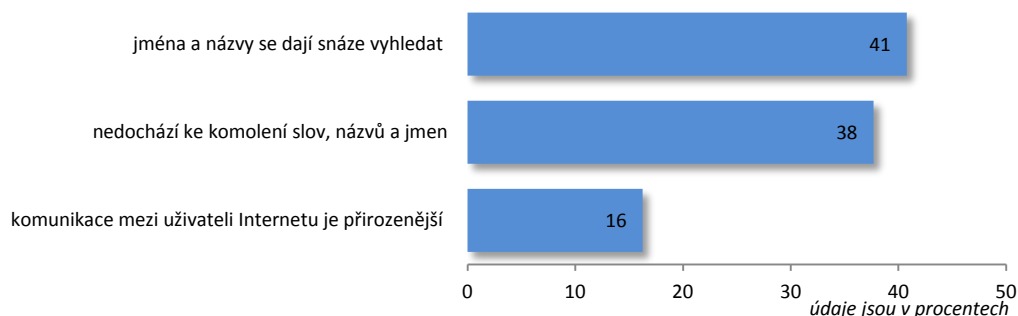


Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu (45 %)



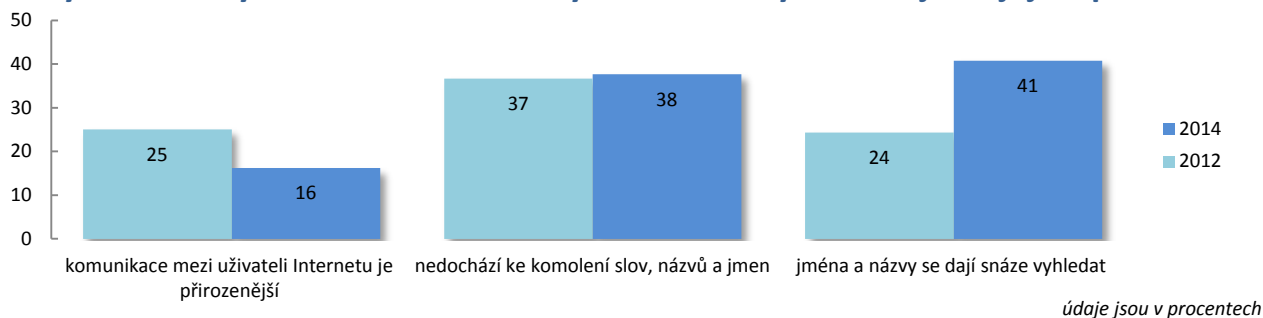
Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu (13 %)

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



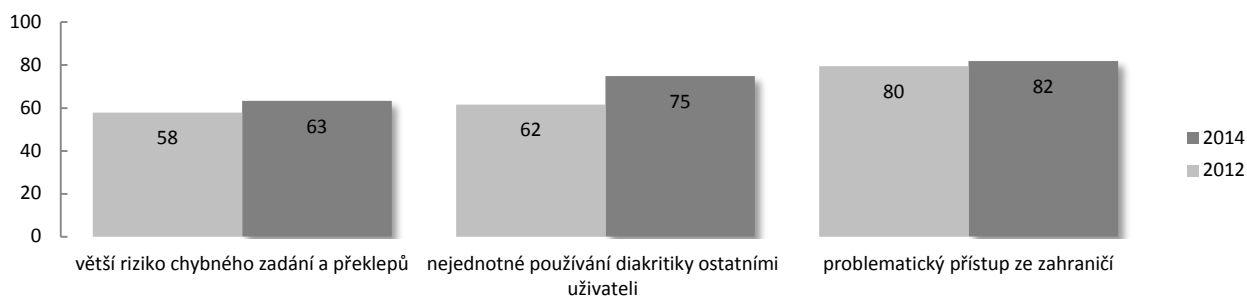
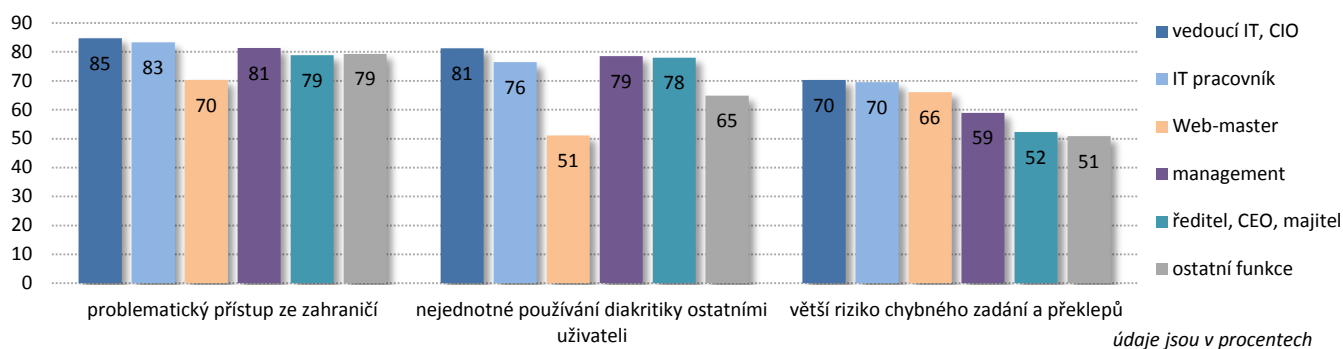
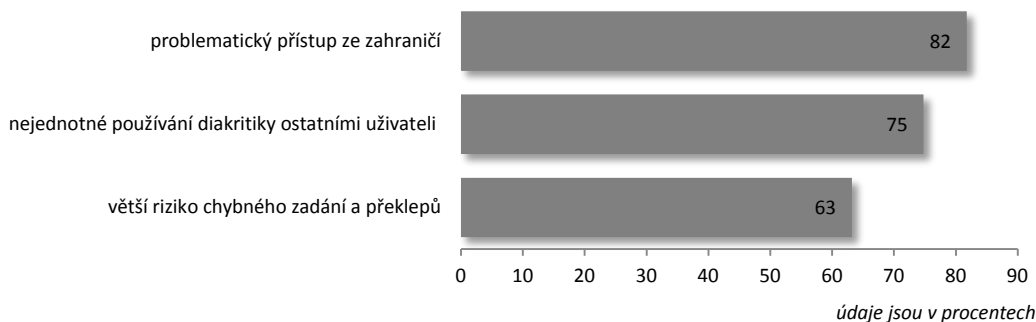
Základ: celý soubor

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



Základ: celý soubor

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

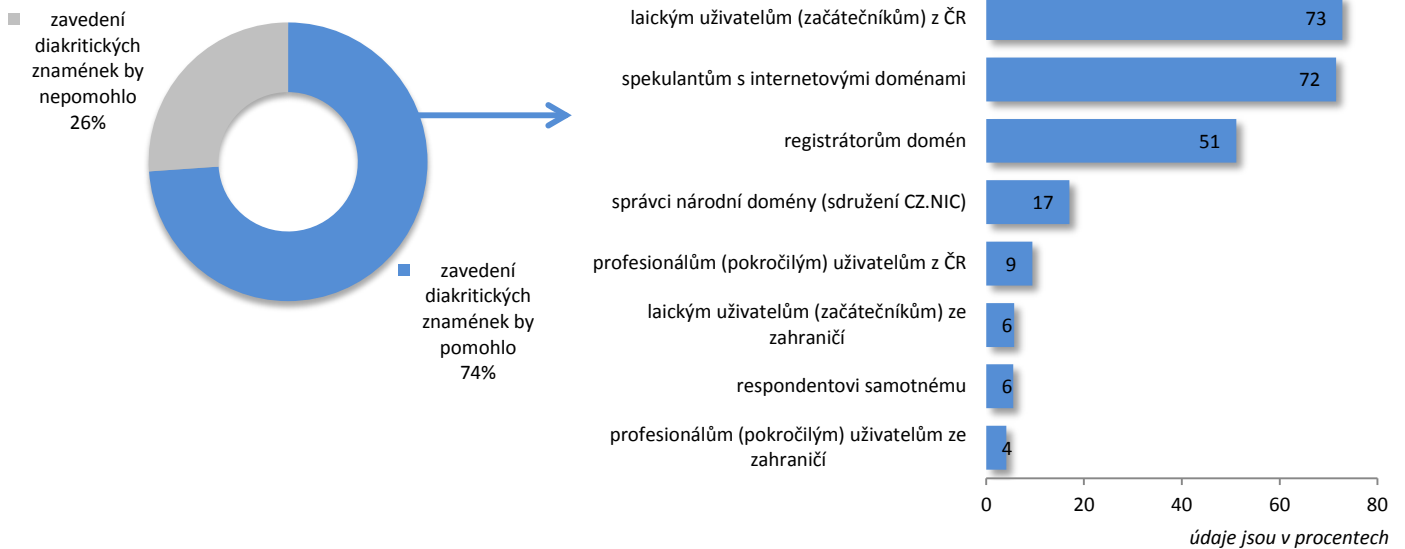


Základ: celý soubor



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 zejména **nejednotné používání diakritiky ostatními uživateli** a **problematický přístup ze zahraničí**.

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

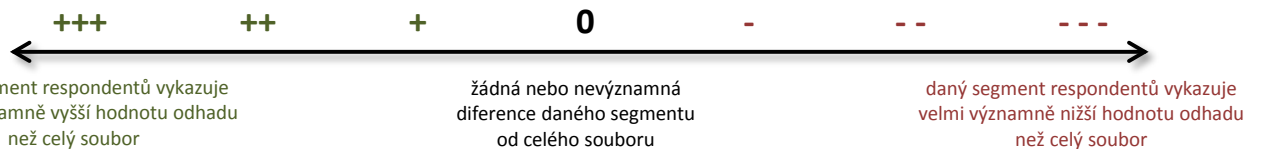


Základ: celý soubor

Základ: respondenti, podle kterých by zavedení diakritických znamének pomohlo (74 %)

## Odhad subjektů, kterým by zavedení diakritických znamének v doménových názvech pomohlo (statisticky významné odchylky)

	FUNKCE RESPONDENTŮ					
	vedoucí IT, CIO	pracovník IT	Web-master	management	ředitel, CEO, majitel	ostatní funkce
laickým uživatelům (začátečnickům) z ČR	++	--	0	0	0	0
spekulantům s internetovými doménami	+	0	+	0	--	0
registrátorům domén	0	-	0	0	--	+++
respondentovi samotnému	0	-	0	0	+++	++
profesionálům (pokročilým) uživatelům z ČR	0	--	0	0	0	+++
správci národní domény (sdružení CZ.NIC)	0	--	0	0	0	+++

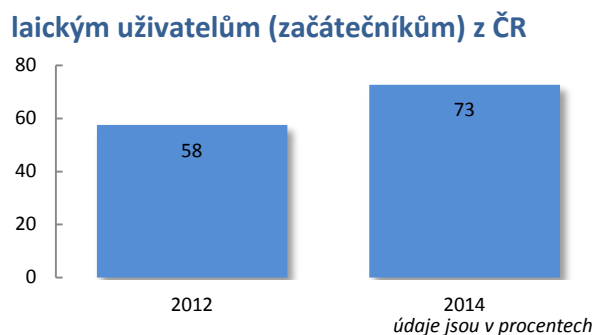
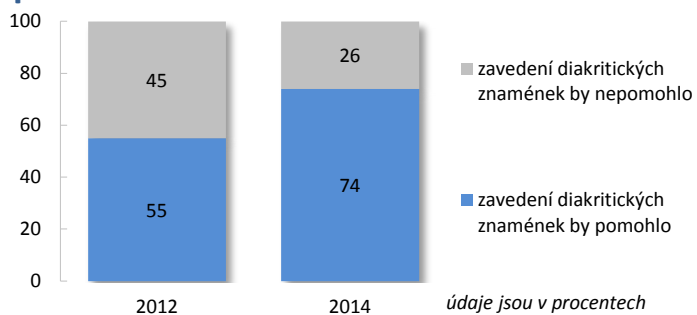


Základ: respondenti, podle kterých by zavedení diakritických znamének pomohlo (74 %)

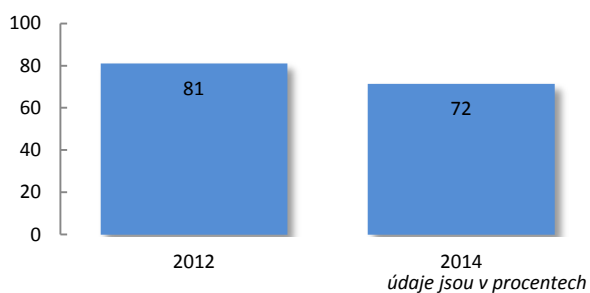


**Tři čtvrtiny** z nás si myslí, že by diakritická znaménka v doménovém jméně mohla někomu pomoci, přičemž nejčastěji by podle nás pomohla **spekulantům s internetovými doménami** a **laickým uživatelům (začátečnickům) z ČR**.

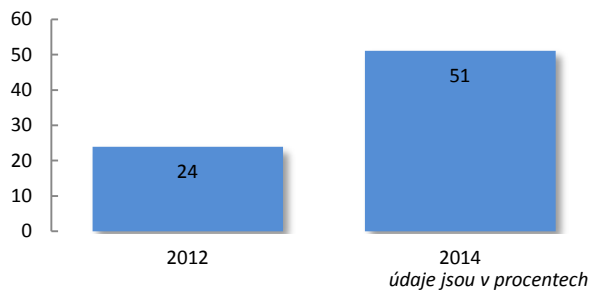
## Odhad subjektů, kterým by zavedení diakritických znamének v doménových názvech pomohlo



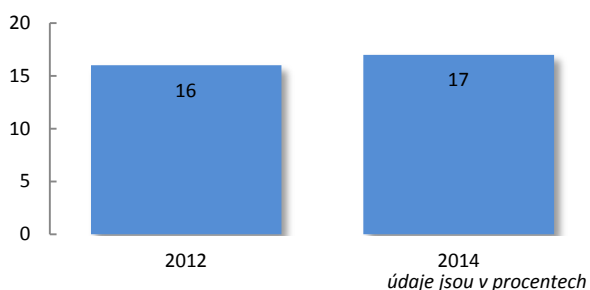
### spekulantům s internetovými doménami



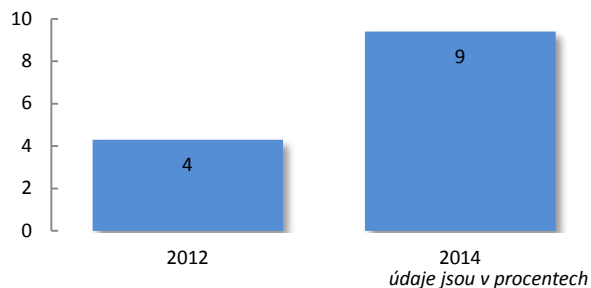
### registrátorům domén



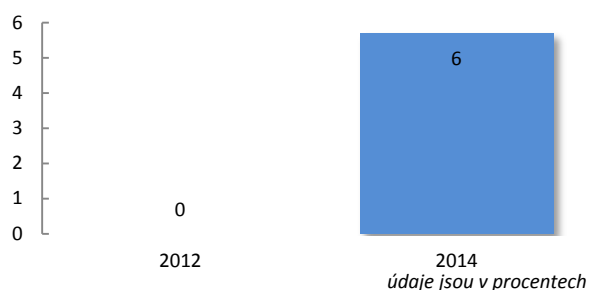
### správci národní domény (sdržení CZ.NIC)



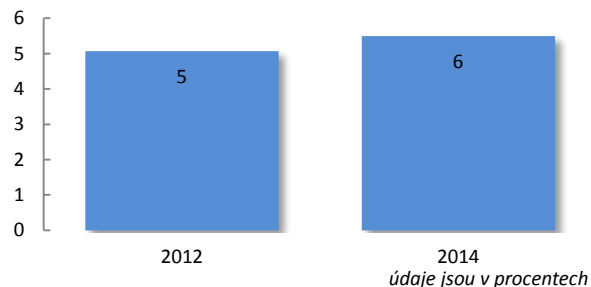
### profesionálům (pokročilým) uživatelům z ČR



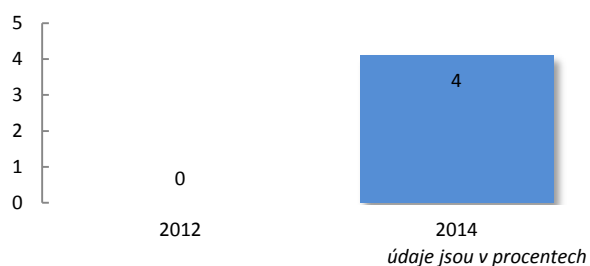
### laickým uživatelům (začátečnickům) ze zahraničí



### respondentovi samotnému

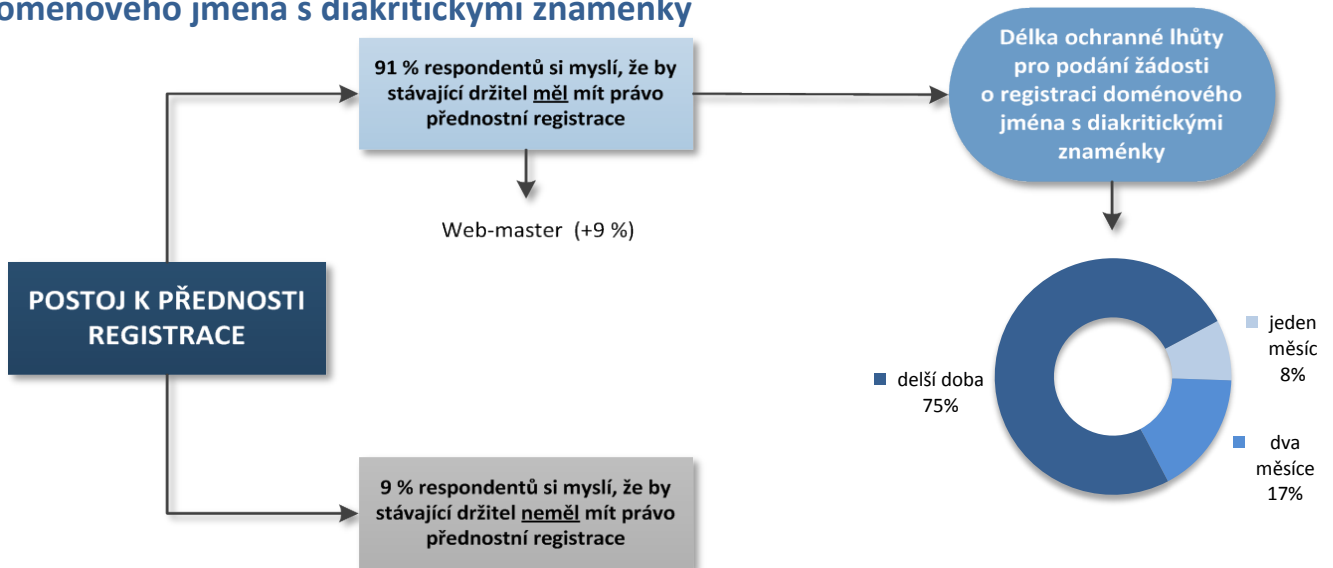


### profesionálům (pokročilým) uživatelům ze zahraničí



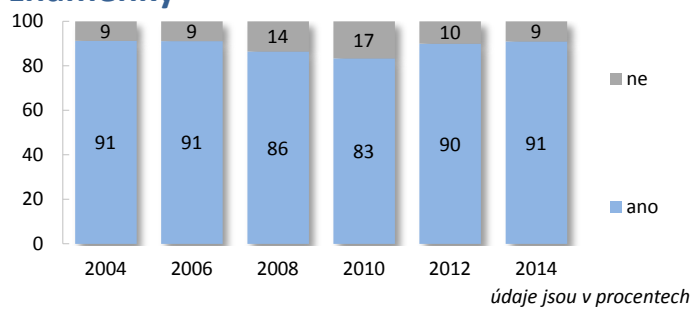
Základ: celý soubor

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



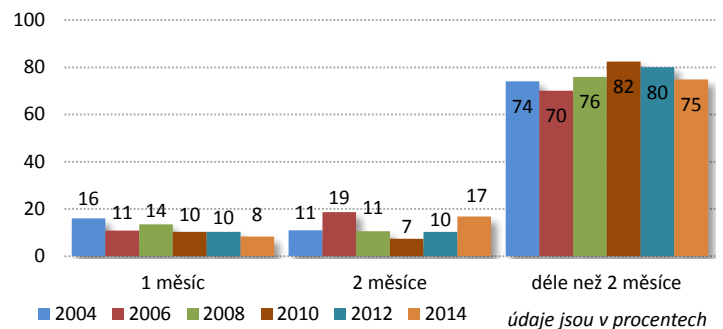
Základ: celý soubor

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



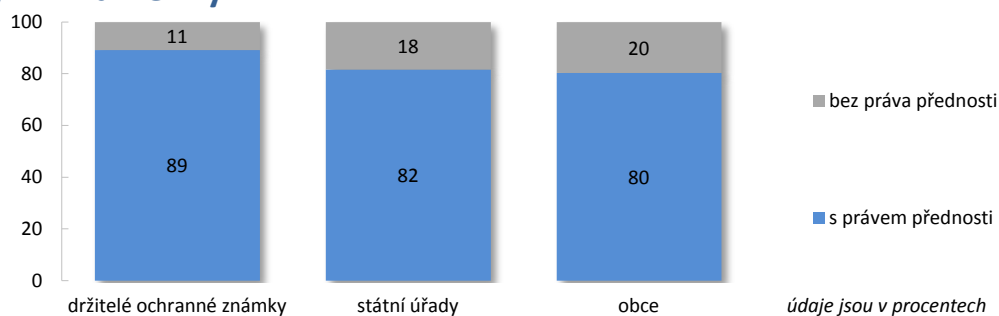
Základ: celý soubor

## 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

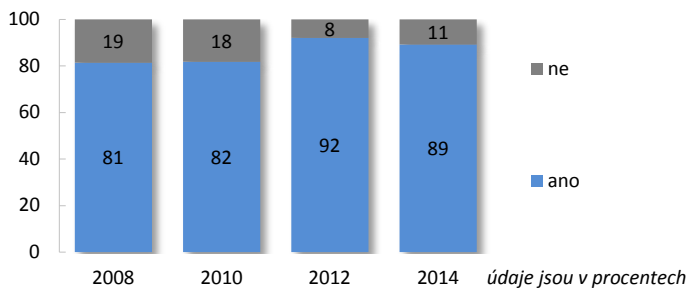
## Subjekty, které by měly mít přednost při registraci doménového jména s diakritickými znaménky



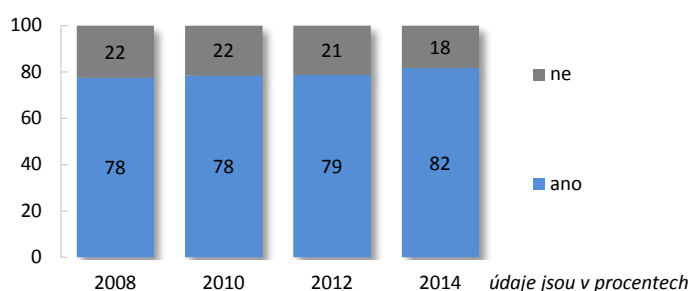
Základ: celý soubor

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

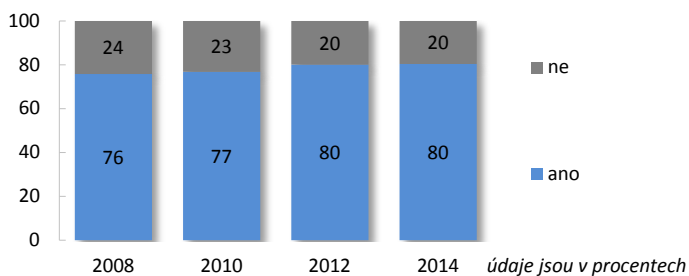
### držitelé ochranné známky



### státní úřady



### obce



Základ: celý soubor

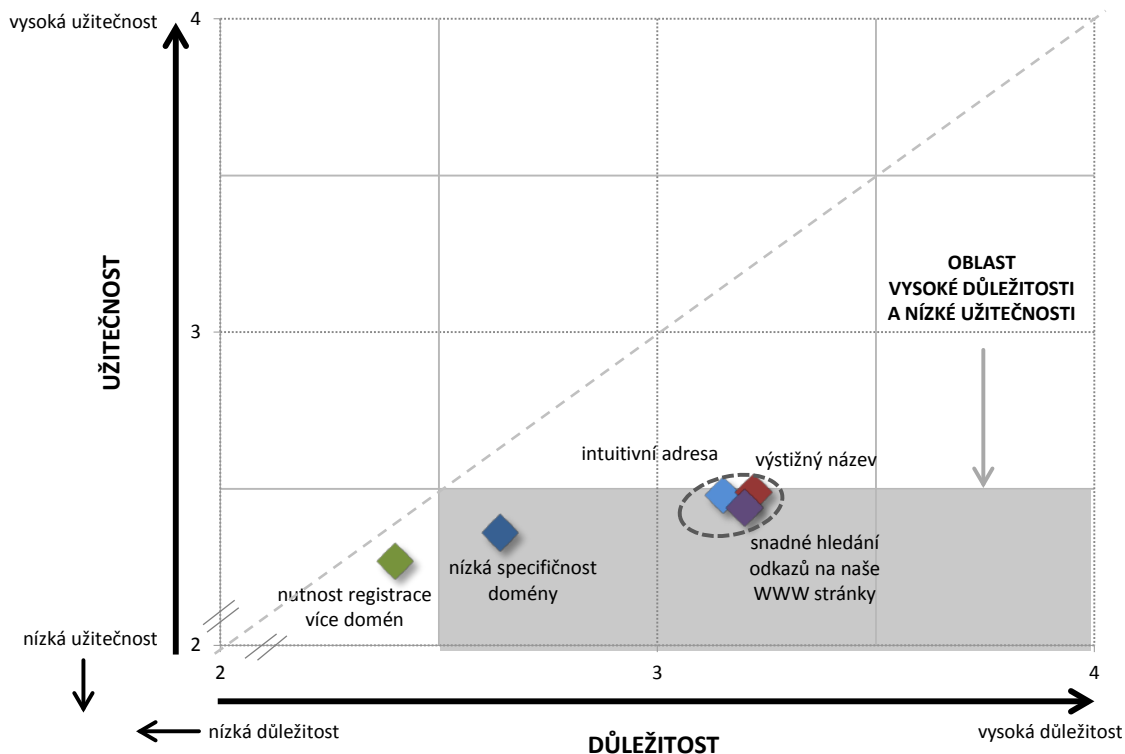


**Celkem 9 z 10** z nás si myslí, že by stávající držitelé domény měli mít právo přednostní registrace doménového jména s diakritickými znaménky. U subjektů, jako jsou **držitelé ochranné známky, státní úřady a obce**, souhlasí s přednostním právem registrace **minimálně čtyři pětiny** z nás.



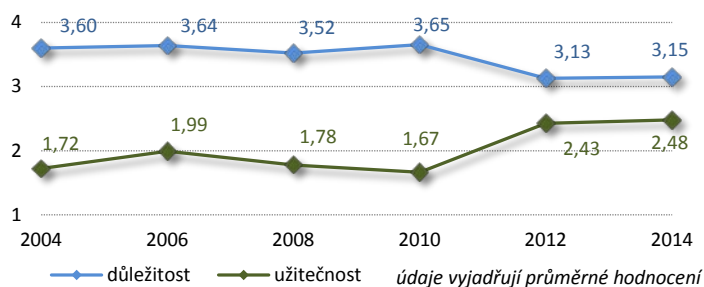
## 4.2 POSTOJE K DIAKRITICKÝM ZNAMÉNKŮM V DOMÉNOVÉM JMÉNĚ ORGANIZACE

### Důležitost a užitečnost IDN při uspokojování vybraných charakteristik

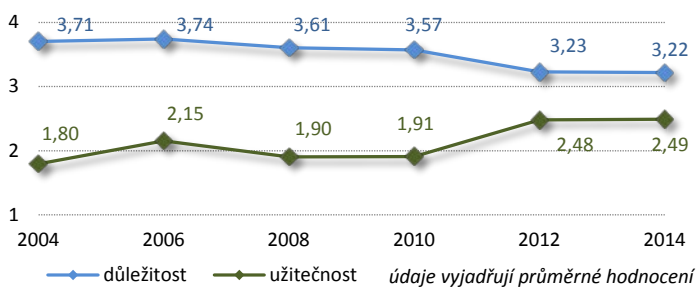


Pozn.: užitečnost: 1 = rozhodně ne, 4 = rozhodně ano; důležitost: 1 = zcela nepodstatné, 4 = velmi důležité

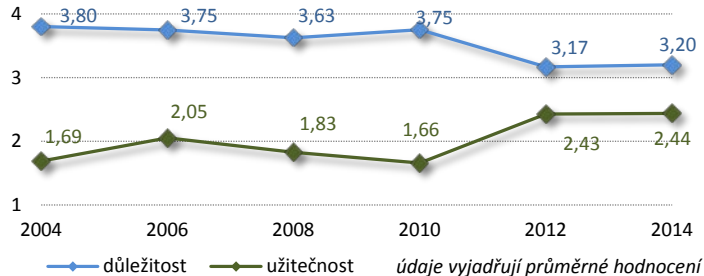
#### intuitivní adresa



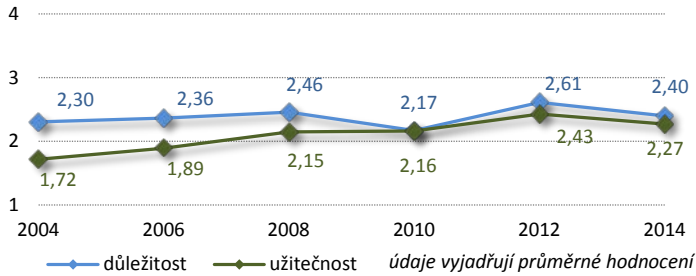
#### výstižný název



#### snadné hledání odkazů na naše WWW stránky



#### nutnost registrace více domén

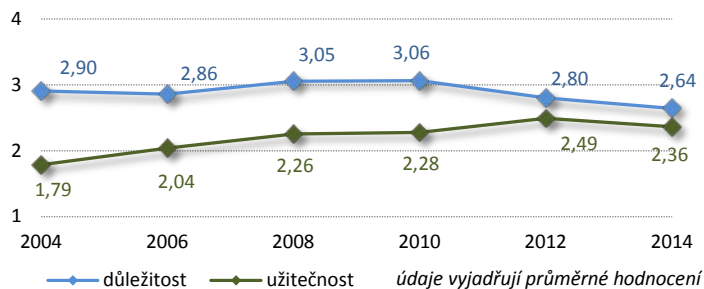


Pozn.: užitečnost: 1 = rozhodně ne, 4 = rozhodně ano; důležitost: 1 = zcela nepodstatné, 4 = velmi důležité

Základ: celý soubor

## Důležitost a užitečnost IDN při uspokojování vybraných charakteristik

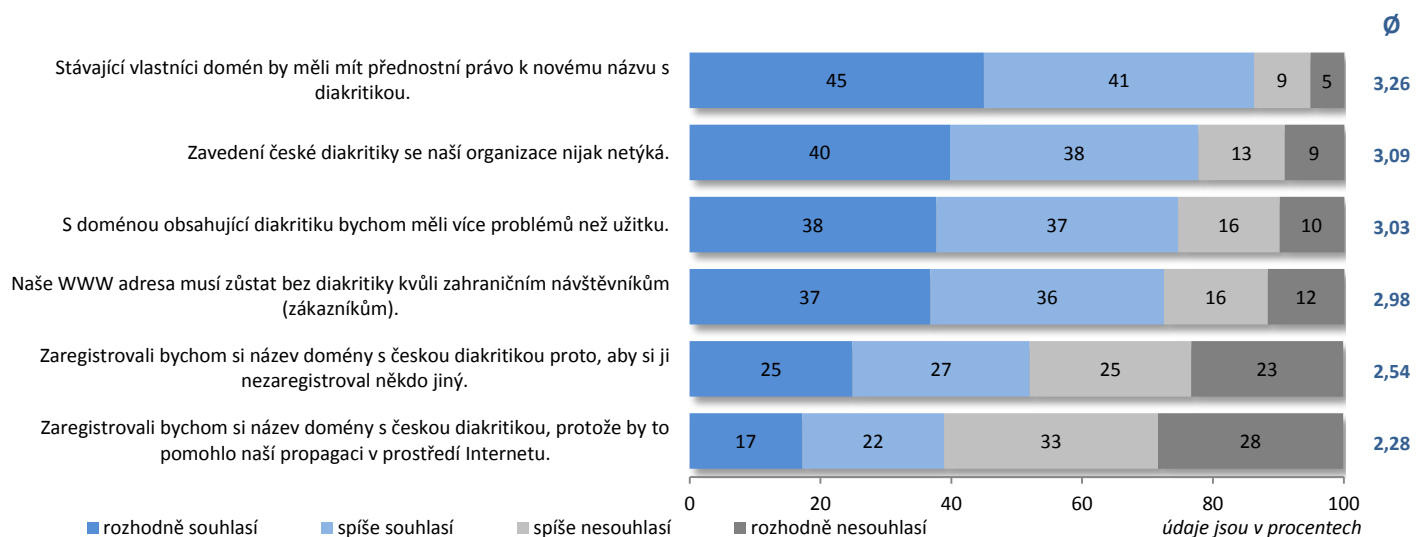
## nízká specifičnost domény



Pozn.: užitečnost: 1 = rozhodně ne, 4 = rozhodně ano; důležitost: 1 = zcela nepodstatné, 4 = velmi důležité

Základ: celý soubor

## Souhlas s výroky týkajícími se diakritických znamének v doménovém jméně organizace



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

Základ: celý soubor

Souhlas s výroky týkajícími se diakritických znamének v doménovém jméně organizace  
(statisticky významné odchylky)

	FUNKCE RESPONDENTŮ					
	vedoucí IT, CIO	pracovník IT	Web-master	management	ředitel, CEO, majitel	ostatní funkce
S doménou obsahující diakritiku bychom měli více problémů než užítku.	++	0	0	0	0	-
Naše WWW adresa musí zůstat bez diakritiky kvůli zahraničním návštěvníkům (zákazníkům).	0	0	0	0	---	0
Zaregistrovali bychom si název domény s českou diakritikou, protože by to pomohlo naší propagaci v prostředí Internetu.	0	0	0	--	++	++



daný segment respondentů vykazuje velmi významně vyšší hodnotu souhlasu než celý soubor

žádná nebo nevýznamná diference daného segmentu od celého souboru

daný segment respondentů vykazuje velmi významně nižší hodnotu souhlasu než celý soubor

Základ: celý soubor

## Souhlas s výroky týkajícími se diakritických znamének v doménovém jméně organizace (statisticky významné odchylky)

	POČET ZAMĚSTNANCŮ			
	méně než 20 zaměstnanců	20 - 99 zaměstnanců	100 - 249 zaměstnanců	250 a více zaměstnanců
Naše WWW adresa musí zůstat bez diakritiky kvůli zahraničním návštěvníkům (zákazníkům).	--	0	0	0
S doménou obsahující diakritiku bychom měli více problémů než užítku.	---	0	0	0

	ODVĚTVÍ				
	instituce finančního sektoru	průmyslové podniky	utility, telekomunikace	VS, školství, zdravotnictví	ostatní organizace
Naše WWW adresa musí zůstat bez diakritiky kvůli zahraničním návštěvníkům (zákazníkům).	0	+++	0	---	0
Zaregistrovali bychom si název domény s českou diakritikou proto, aby si ji nezaregistroval někdo jiný.	0	--	0	+	0
Zaregistrovali bychom si název domény s českou diakritikou, protože by to pomohlo naší propagaci v prostředí Internetu.	0	0	0	++	0

	TYP SUBJEKTU	
	podnikatelský subjekt	nepodnikatelský subjekt
Naše WWW adresa musí zůstat bez diakritiky kvůli zahraničním návštěvníkům (zákazníkům).	+++	---
S doménou obsahující diakritiku bychom měli více problémů než užítku.	++	--
Zaregistrovali bychom si název domény s českou diakritikou, protože by to pomohlo naší propagaci v prostředí Internetu.	---	+++
Zaregistrovali bychom si název domény s českou diakritikou proto, aby si ji nezaregistroval někdo jiný.	---	+++

	DIAKRITICKÁ ZNAMÉNKA V NÁZVU ORGANIZACE	
	ano	ne
Zavedení české diakritiky se naší organizace nijak netýká.	---	+++
Zaregistrovali bychom si název domény s českou diakritikou proto, aby si ji nezaregistroval někdo jiný.	+++	---



daný segment respondentů vykazuje velmi významně vyšší hodnotu souhlasu než celý soubor

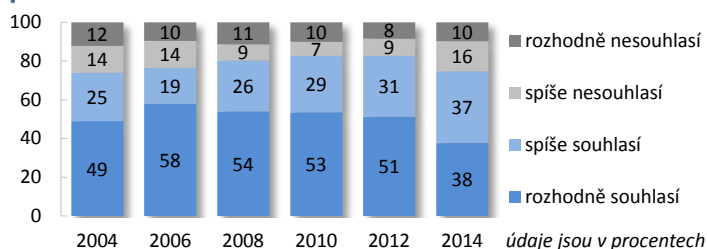
Základ: celý soubor

žádná nebo nevýznamná diference daného segmentu od celého souboru

daný segment respondentů vykazuje velmi významně nižší hodnotu souhlasu než celý soubor

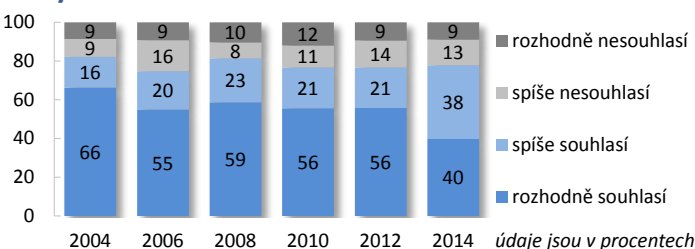
## Souhlas s výroky týkajícími se diakritických znamének v doménovém jméně organizace

### S doménou obsahující diakritiku bychom měli více problémů než užítku.



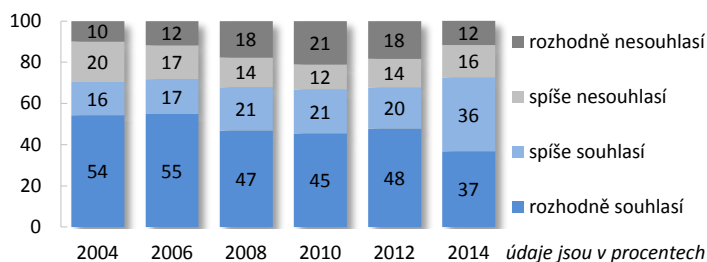
Základ: celý soubor

### Zavedení české diakritiky se naší organizace nijak netýká.

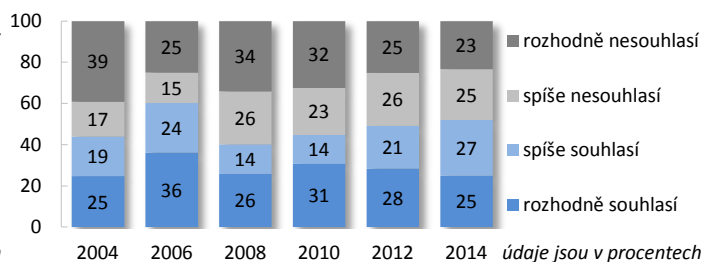


**Souhlas s výroky týkajícími se diakritických znamének v doménovém jméně organizace**

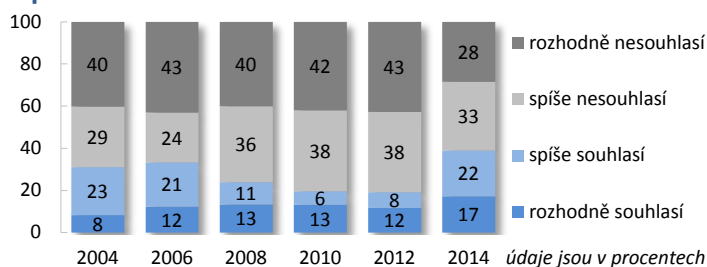
**Naše WWW adresa musí zůstat bez diakritiky kvůli zahraničním návštěvníkům (zákazníkům).**



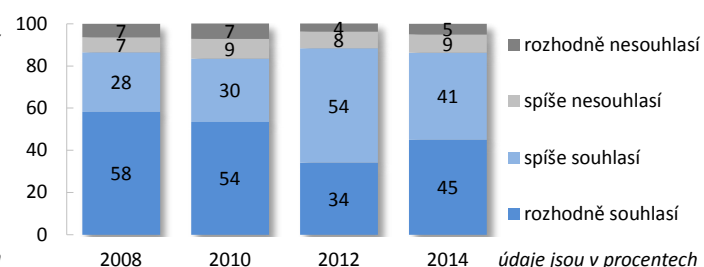
**Zaregistrovali bychom si název domény s českou diakritikou proto, aby si ji nezaregistroval někdo jiný.**



**Zaregistrovali bychom si název domény s českou diakritikou, protože by to pomohlo naší propagaci v prostředí Internetu.**



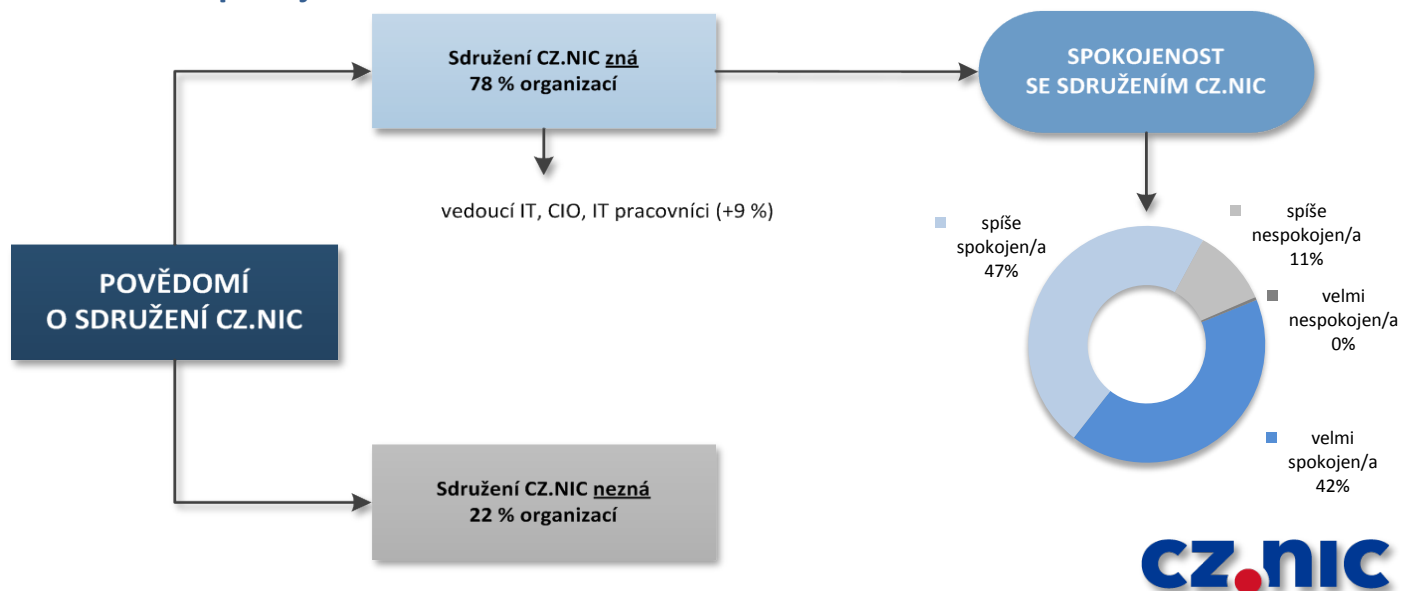
**Stávající vlastníci domén by měli mít přednostní právo k novému názvu s diakritikou.**



Základ: celý soubor

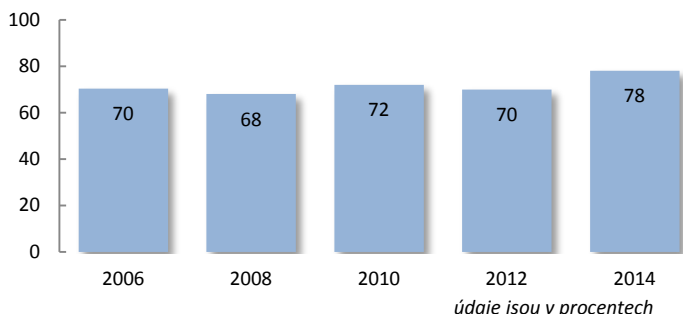
## 4.3 HODNOCENÍ SDRUŽENÍ CZ.NIC

### Povědomí a spokojenost se sdružením CZ.NIC



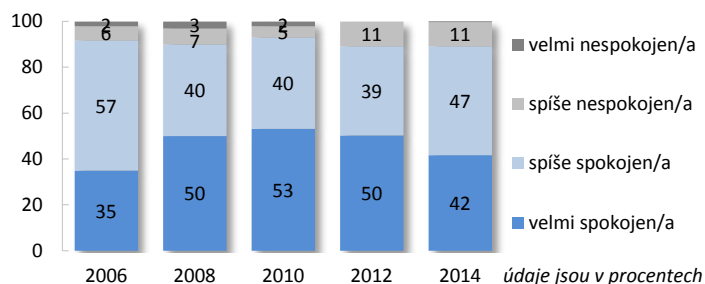
Základ: celý soubor/organizace, které znají CZ.NIC (78 %)

#### Povědomí o sdružení CZ.NIC



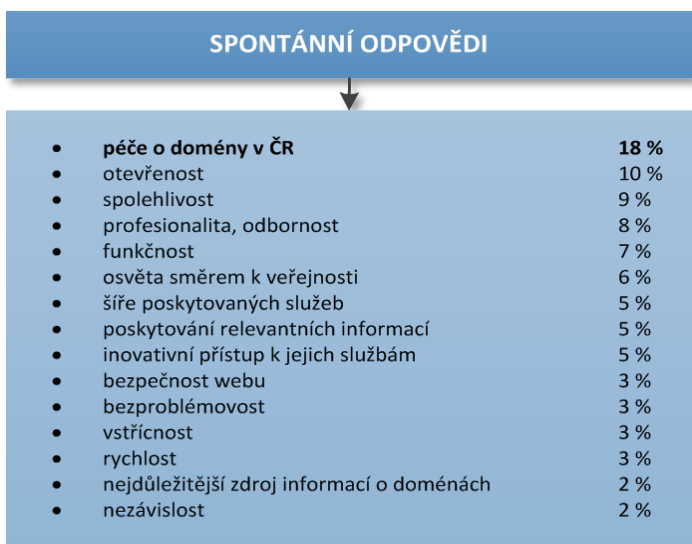
Základ: celý soubor

#### Spokojenost se sdružením CZ.NIC

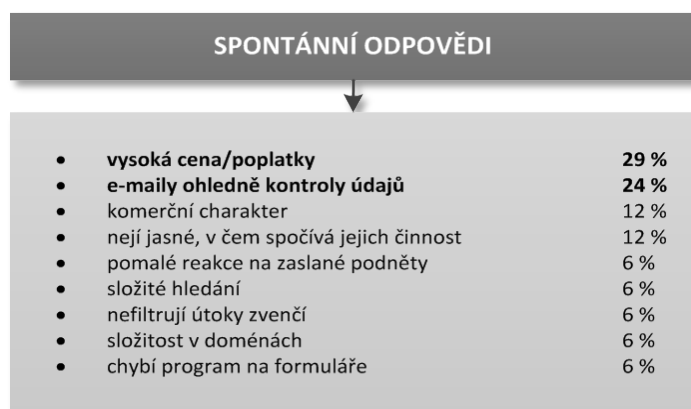


Základ: respondenti, kteří znají CZ.NIC (78 %)

#### Spontánně oceňované atributy sdružení CZ.NIC



#### Spontánně kritizované atributy sdružení CZ.NIC



Základ: organizace, které znají CZ.NIC a uvedly konkrétní kritizovaný atribut (3 %)

Pozn.: minimální četnost = 2 %

Základ: organizace, které znají CZ.NIC a uvedly konkrétní oceňovaný atribut (37 %)

Spontánně oceňované atributy sdružení CZ.NIC (TOP 5)

Základ: organizace, které znají CZ.NIC a uvedly konkrétní oceňovaný atribut

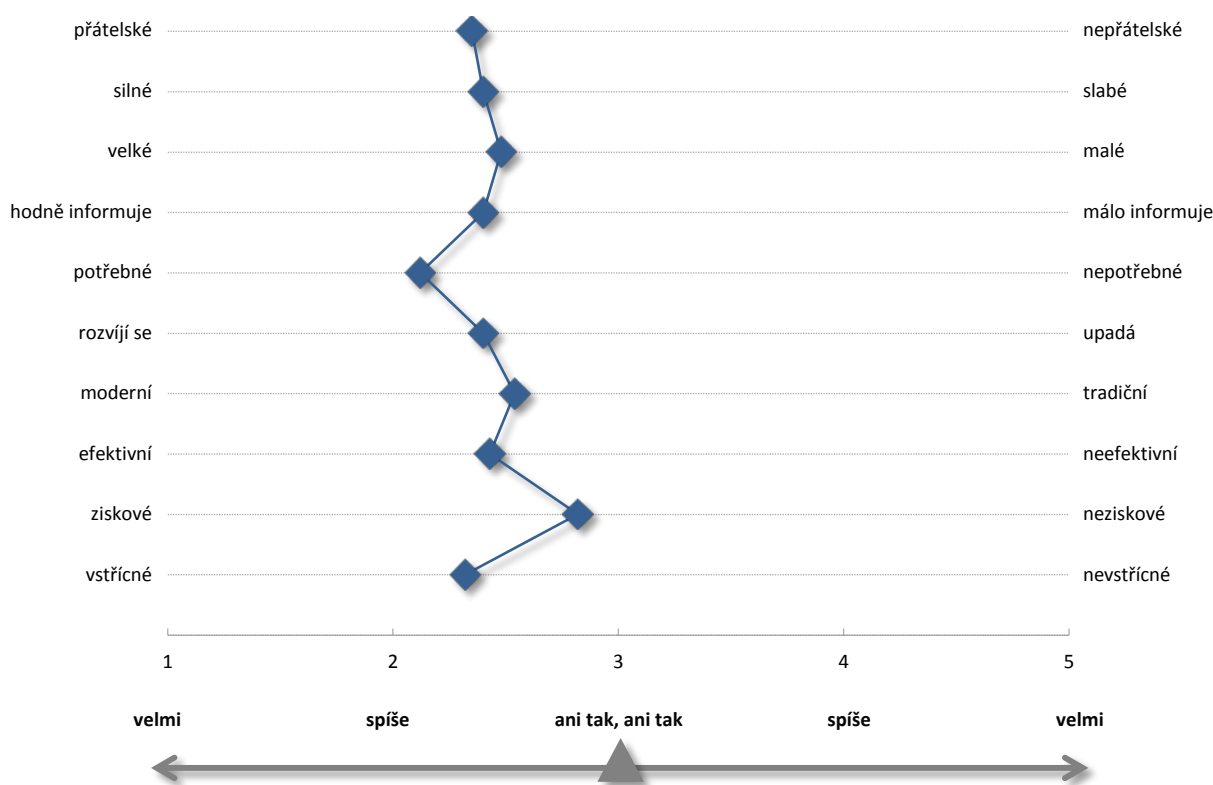
Spontánně kritizované atributy sdružení CZ.NIC (TOP 5)

Základ: organizace, které znají CZ.NIC a uvedly konkrétní kritizovaný atribut



Sdružení CZ.NIC zná **78 %** z nás, přičemž naprostá většina je se sdružením spokojena. Na sdružení CZ.NIC oceňujeme především to, že **pečuje o domény v ČR**, a že **je spolehlivé**. Na sdružení nám naopak vadí zejména **vysoké ceny/poplatky a zasilání e-mailů ohledně kontroly údajů**.

## Charakteristika sdružení CZ.NIC



	přátelské x nepřátelské	silné x slabé	velké x malé	hodně informuje x málo informuje	potřebné x nepotřebné	rozdívá se x upadá	moderní x tradiční	efektivní x neefektivní	ziskové x neziskové	vstřícné x nevstřícné
$\bar{x}$ průměr	2,35	2,40	2,48	2,40	2,12	2,40	2,54	2,43	2,82	2,32
$\sigma$ směrodatná odchylka	0,93	0,94	0,92	1,00	0,93	0,91	1,05	0,90	0,90	0,93

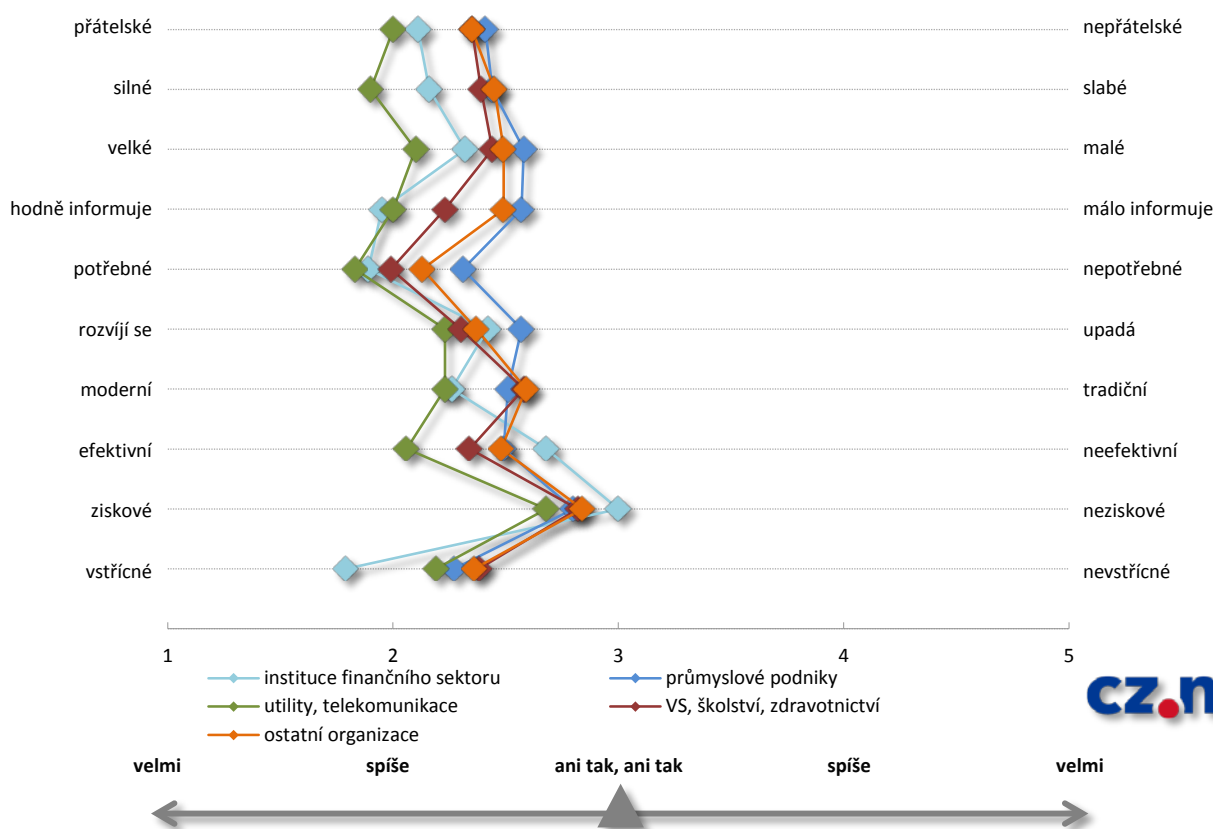
**Pozn.:**  $\bar{x}$  = průměr;  $\sigma$  = směrodatná odchylka; 1 = sdružení CZ.NIC je ve všech případech hodnoceno první vlastností (například přátelské); 3 = sdružení CZ.NIC není hodnoceno ani první, ani druhou vlastností; 5 = sdružení CZ.NIC je ve všech případech hodnoceno druhou vlastností (například nepřátelské)

Základ: organizace, které znají CZ.NIC (78 %)



Sdružení CZ.NIC hodnotíme pozitivně, a to zejména jako **potřebné, přátelské a vstřícné.**

## Charakteristika sdružení CZ.NIC (podle odvětví)



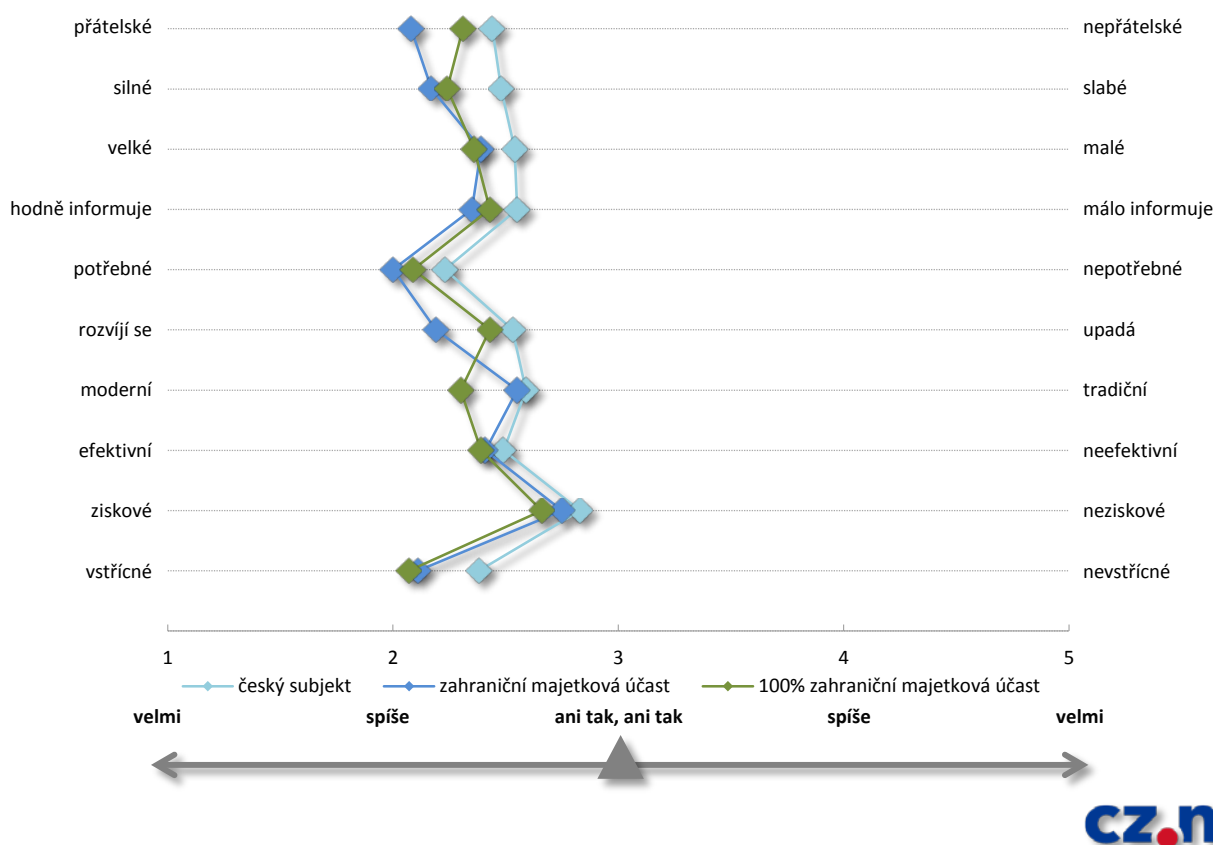
$\bar{x}$ horní údaj vyjadřuje průměr	přátelské x nepřátelské	silné x slabé	velké x malé	hodně informuje x málo informuje	potřebné x nepotřebné	rozvíjí se x upadá	moderní x tradiční	efektivní x neefektivní	ziskové x neziskové	vstřícné x nevstřícné
$\sigma$ dolní údaj vyjadřuje směrodatnou odchylku	přátelské 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
<b>institute finančního sektoru</b>	2,11	2,16	2,32	1,95	1,89	2,42	2,26	2,68	3,00	1,79
	0,99	1,02	0,82	0,91	0,90	0,90	1,10	0,89	0,67	0,71
<b>průmyslové podniky</b>	2,41	2,44	2,58	2,57	2,31	2,57	2,51	2,49	2,80	2,27
	0,91	0,94	0,90	1,04	0,98	0,88	1,00	0,92	0,88	0,93
<b>utility, telekomunikace</b>	2,00	1,90	2,10	2,00	1,83	2,23	2,23	2,06	2,68	2,19
	0,91	0,66	0,76	0,79	0,70	0,90	0,90	0,73	0,79	1,01
<b>VS, školství, zdravotnictví</b>	2,35	2,39	2,44	2,23	1,99	2,30	2,58	2,34	2,82	2,38
	0,96	0,94	0,98	0,96	0,92	0,96	1,14	0,88	0,92	0,95
<b>ostatní organizace</b>	2,35	2,45	2,49	2,49	2,13	2,37	2,59	2,48	2,84	2,36
	0,92	0,94	0,90	1,01	0,90	0,88	1,01	0,91	0,92	0,91

Pozn.:  $\bar{x}$  = průměr;  $\sigma$  = 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: organizace, které znají CZ.NIC (78 %)



## Charakteristika sdružení CZ.NIC (podle typu vlastnictví)

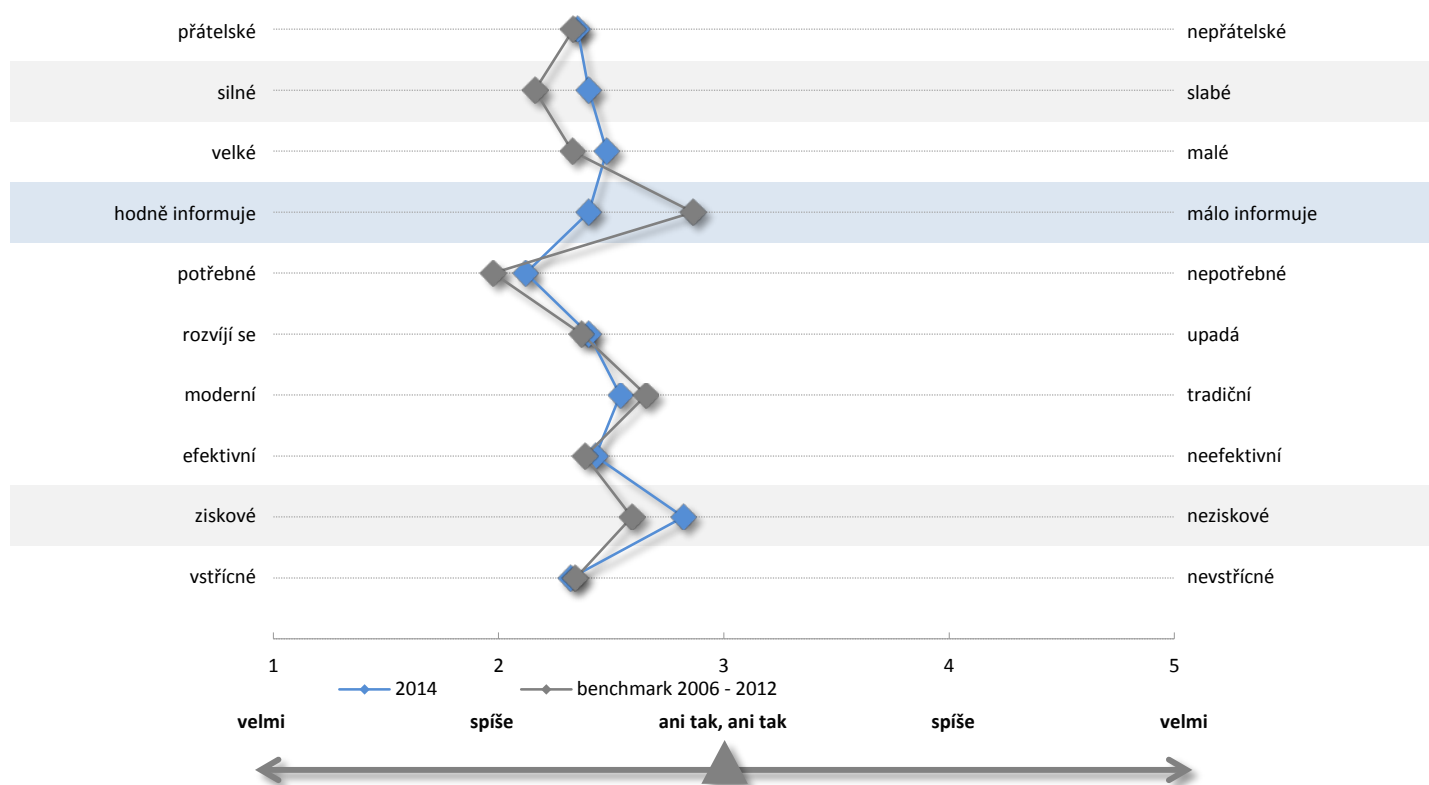


$\emptyset$ horní údaj vyjadřuje průměr	přátelské x nepřátelské	silné x slabé	velké x malé	hodně informuje x málo informuje	potřebné x nepotřebné	rozvíjí se x upadá	moderní x tradiční	efektivní x neefektivní	ziskové x neziskové	vstřícné x nevstřícné
$\sigma$ dolní údaj vyjadřuje směrodatnou odchylku	přátelské 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
český subjekt	2,44	2,48	2,54	2,55	2,23	2,53	2,59	2,49	2,83	2,38
	0,93	0,92	0,88	0,97	0,93	0,88	0,96	0,89	0,86	0,95
zahraniční majetková účast	2,08	2,17	2,39	2,35	2,00	2,19	2,55	2,41	2,75	2,11
	0,87	0,97	0,90	1,09	0,90	0,90	1,12	0,92	0,95	0,84
100% zahraniční majetková účast	2,31	2,24	2,36	2,43	2,09	2,43	2,30	2,39	2,66	2,07
	0,88	0,90	0,90	1,09	0,90	0,84	1,11	1,04	0,94	0,85

**Pozn.:**  $\emptyset$  = průměr;  $\sigma$  = 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: organizace, které znají CZ.NIC (78 %)

## Charakteristika sdružení CZ.NIC

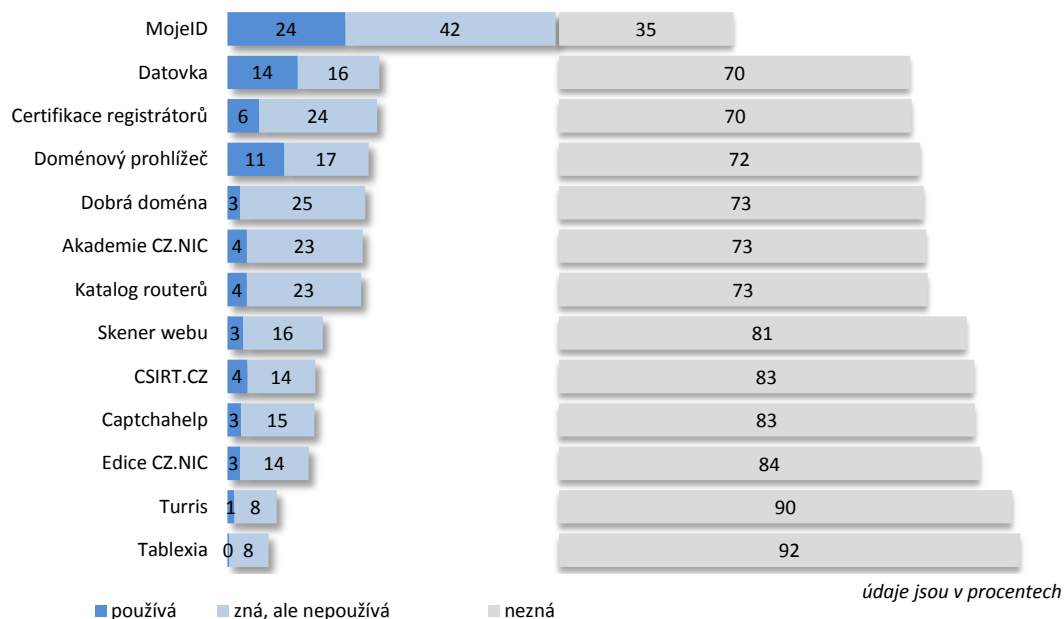


Základ: organizace, které znají CZ.NIC



## 4.4 SLUŽBY POSKYTOVANÉ CZ.NIC

### Znalost a využívání vybraných služeb

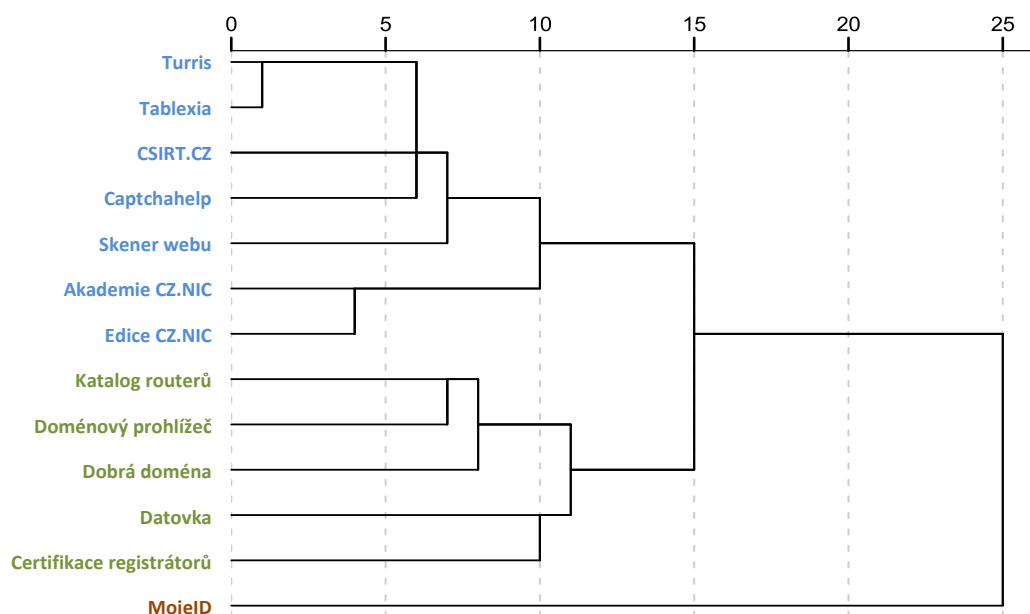


Základ: celý soubor



Alespoň jednu z výše uvedených služeb využívá **39 %** respondentů. Tito respondenti využívají v průměru **dvě 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.

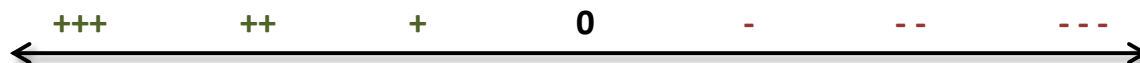
Základ: celý soubor

## Povědomí o vybraných službách (statisticky významné odchylky)

	ODVĚTVÍ				
	instituce finančního sektoru	průmyslové podniky	utility, telekomunikace	VS, školství, zdravotnictví	ostatní organizace
Turris	0	+++	0	0	0
Tablexia	0	+++	0	0	---
Datovka	--	0	0	+++	---

	POČET ZAMĚSTNANCŮ			
	méně než 20 zaměstnanců	20 - 99 zaměstnanců	100 - 249 zaměstnanců	250 a více zaměstnanců
MojelD	---	0	++	++
Akademie CZ.NIC	---	0	+	++
Dobrá doména	---	0	+	++
Captchahelp	---	0	0	+++
Certifikace registrátorů	---	0	0	++
Edice CZ.NIC	---	-	0	+++

	TYP SUBJEKTU	
	podnikatelský subjekt	nepodnikatelský subjekt
Doménový prohlížeč	--	++
Datovka	---	+++



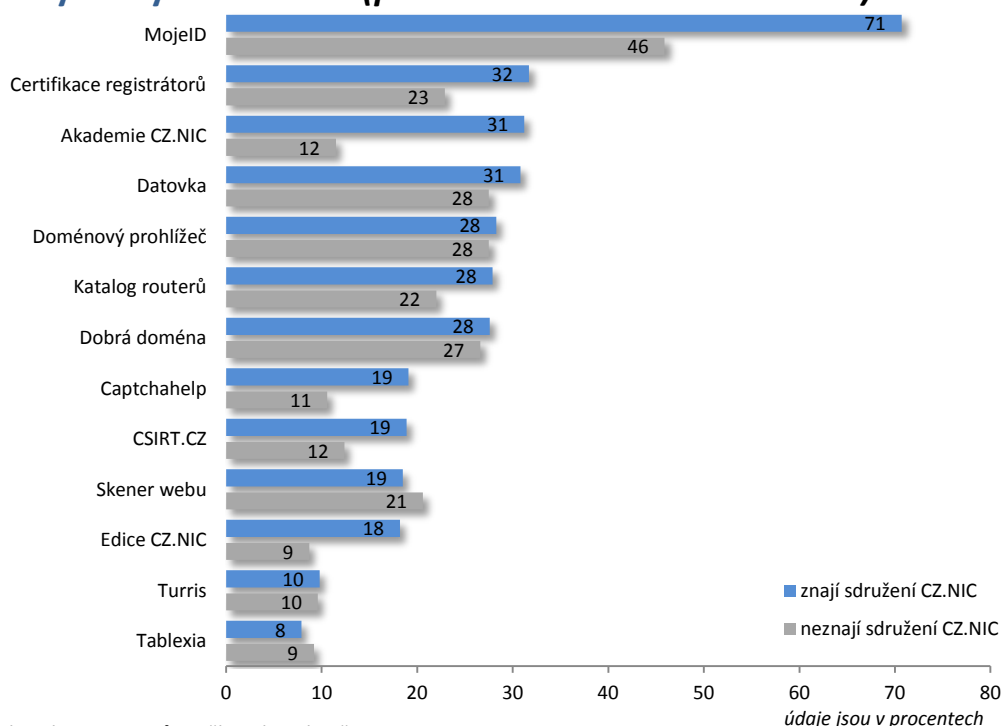
daný segment respondentů vykazuje velmi významně vyšší míru povědomí než celý soubor

žádná nebo nevýznamná diference daného segmentu od celého souboru

daný segment respondentů vykazuje velmi významně nižší míru povědomí než celý soubor

Základ: celý soubor

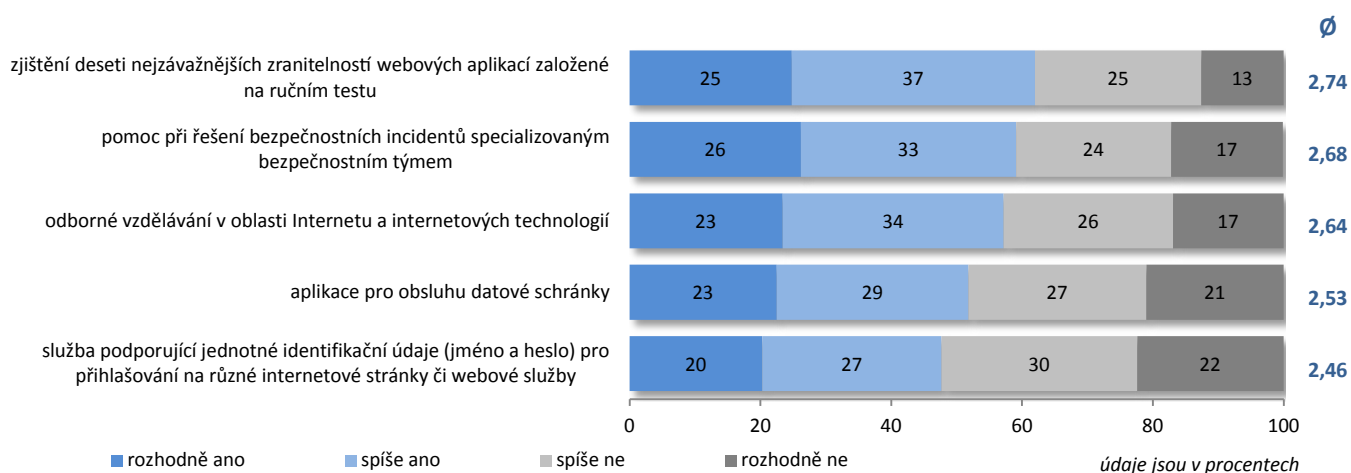
## Povědomí o vybraných službách (podle znalosti sdružení CZ.NIC)



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

Základ: celý soubor

## Preference vybraných služeb souvisejících s používáním počítače



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

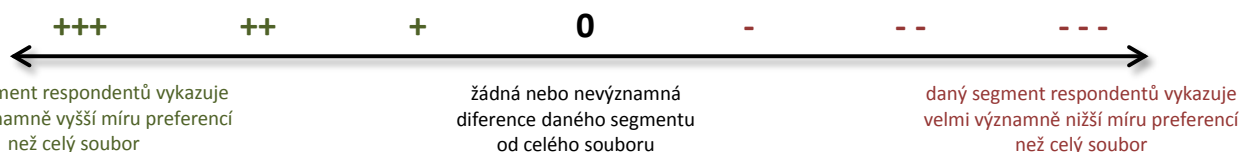
Základ: celý soubor

## Preference vybraných služeb souvisejících s používáním počítače (statisticky významné odchylky)

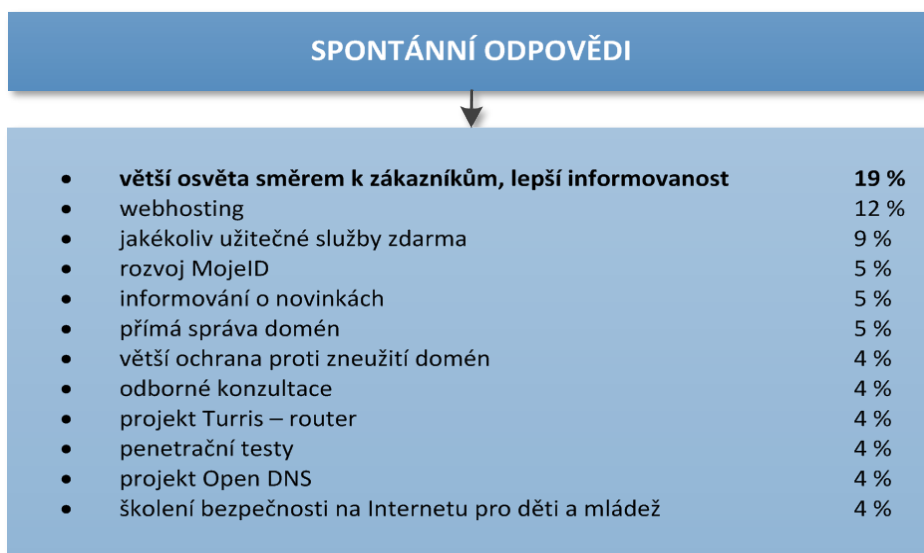
	ODVĚTVÍ				
	instituce finančního sektoru	průmyslové podniky	utility, telekomunikace	VS, školství, zdravotnictví	ostatní organizace
aplikace pro obsluhu datové schránky	0	+++	0	-	-

	POČET ZAMĚSTNANCŮ			
	méně než 20 zaměstnanců	20 - 99 zaměstnanců	100 - 249 zaměstnanců	250 a více zaměstnanců
zjištění deseti nejzávažnějších zranitelností webových aplikací založené na ručním testu	---	-	0	+++
pomoc při řešení bezpečnostních incidentů specializovaným bezpečnostním týmem	0	0	0	++

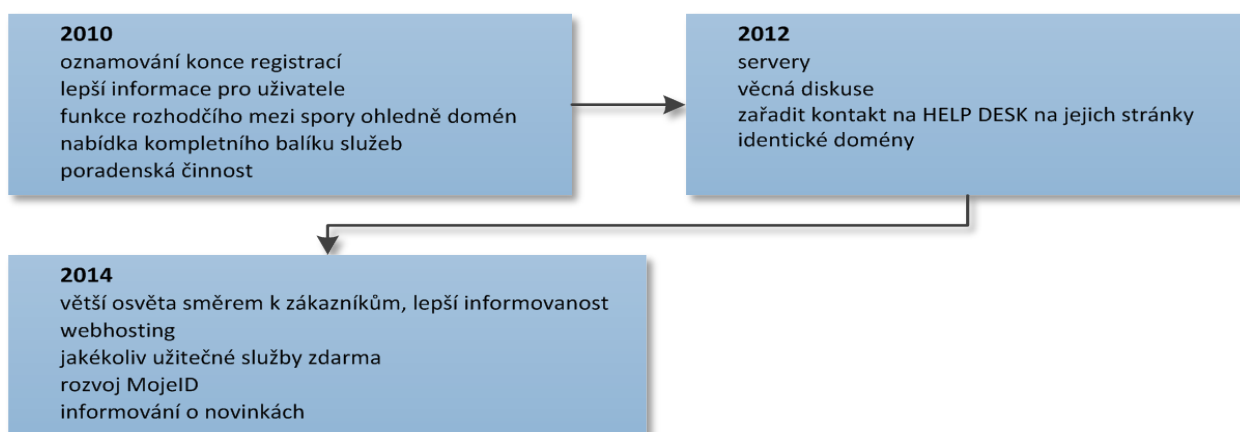
	TYP SUBJEKTU	
	podnikatelský subjekt	nepodnikatelský subjekt
aplikace pro obsluhu datové schránky	+++	---



Základ: celý soubor

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

Pozn.: minimální četnost = 3

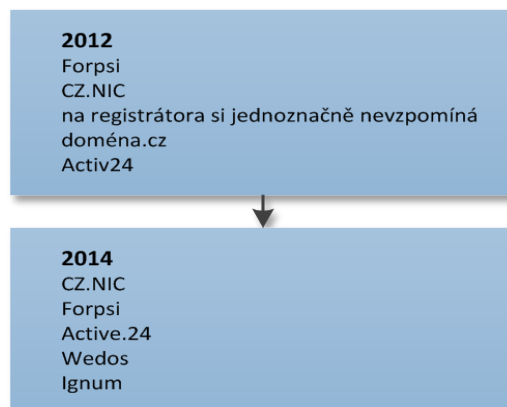
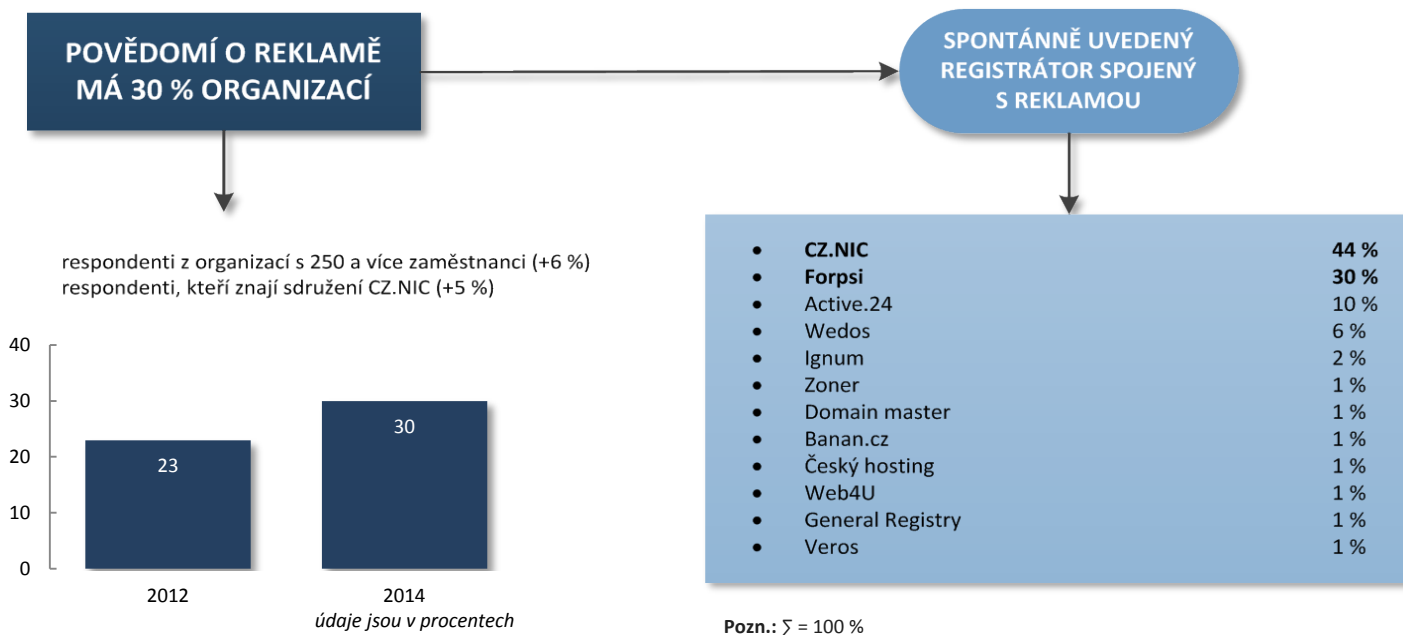


Pozn.: v roce 2012 byly uvedeny jen 4 služby

Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC a uvedli konkrétní požadovanou službu (8 %)

## 4.5 POVĚDOMÍ O REKLAMĚ

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



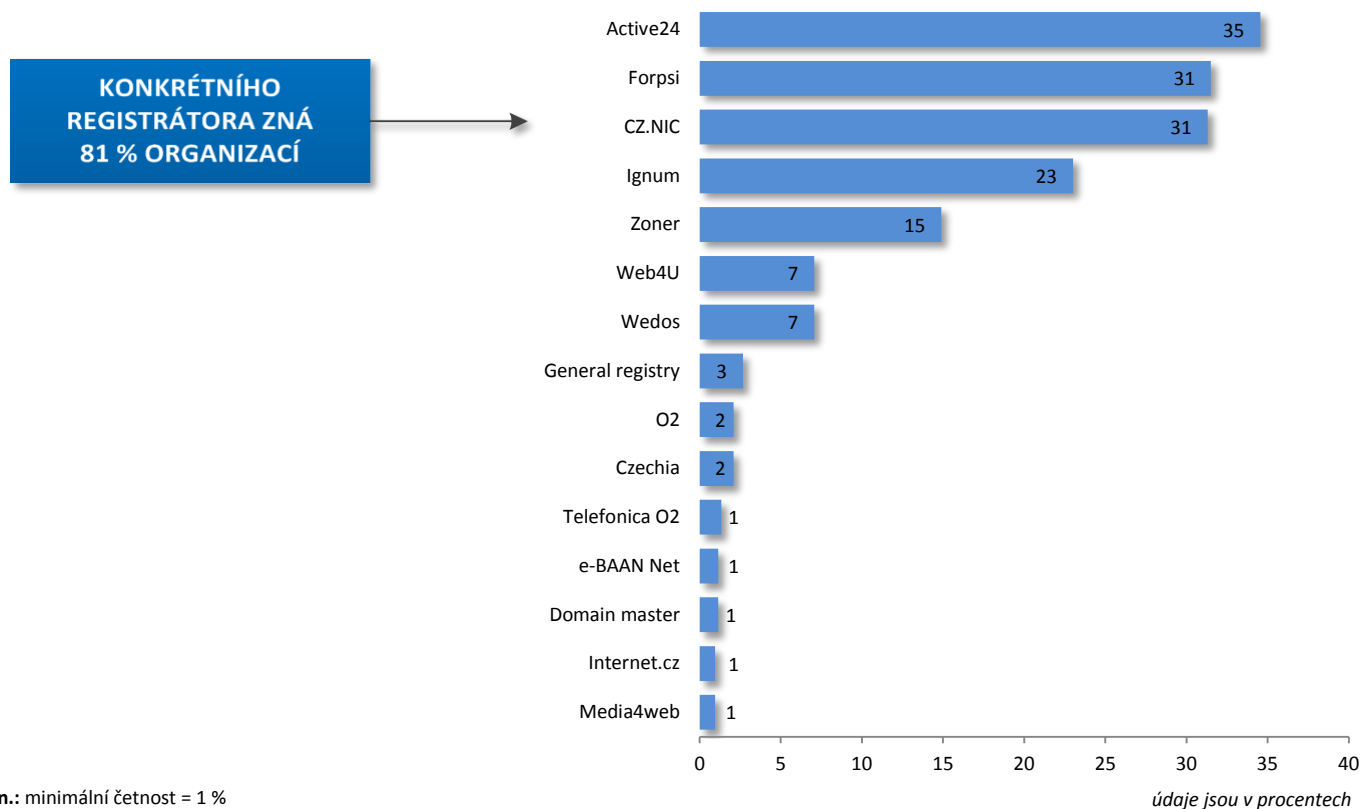
Základ: celý soubor/organizace, které znají reklamu na doménu .cz (30 %)



Reklamu na domény .cz zaznamenala v posledním půlroce **čtvrtina** z nás. Nejčastěji jsme viděli reklamu na **CZ.NIC** a **Forpsi**.

## 4.6 CHARAKTERISTIKA REGISTRÁTORA A DOMÉNY

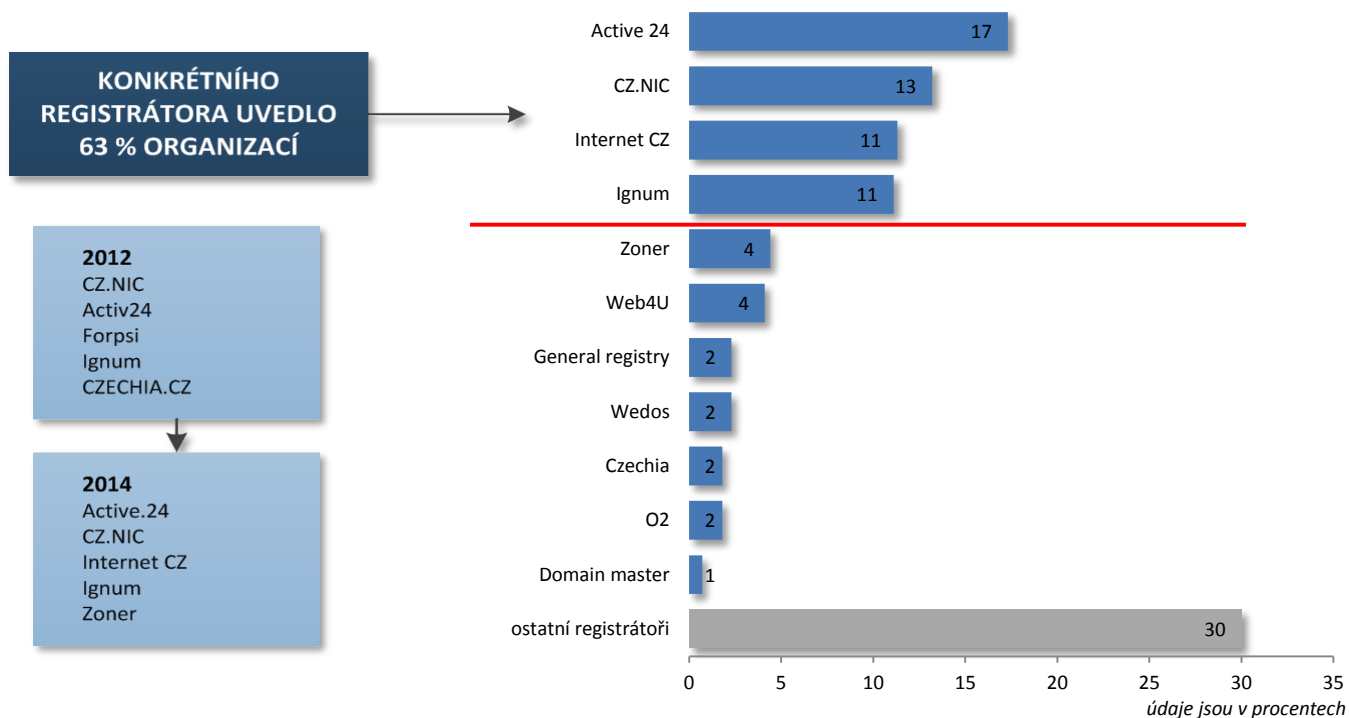
### Povědomí o registrátorech domén (*spontánní odpovědi*)



Pozn.: minimální četnost = 1 %

Základ: celý soubor/organizace, které uvedly konkrétního registrátora (81 %)

### Registrátor domény (*spontánní odpovědi*)



2012

CZ.NIC  
Activ24  
Forpsi  
Ignum  
CZECHIA.CZ

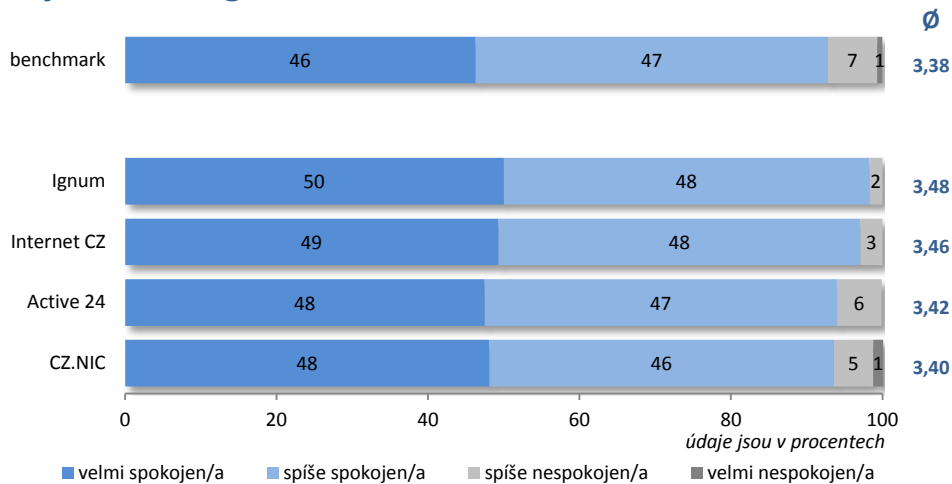
2014

Active.24  
CZ.NIC  
Internet CZ  
Ignum  
Zoner

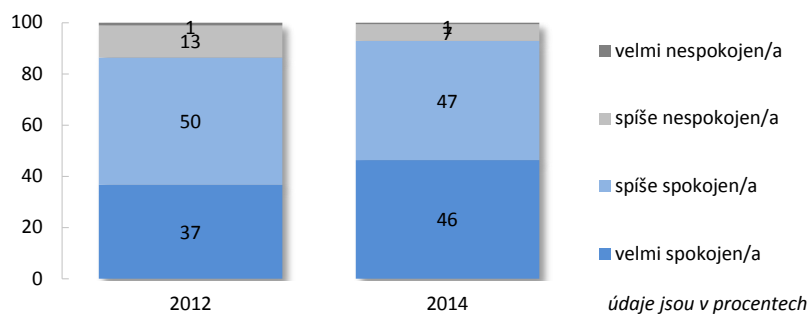
Základ: celý soubor/organizace, které uvedly konkrétního registrátora (63 %)



## Hodnocení spokojenosti s registrátorem



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



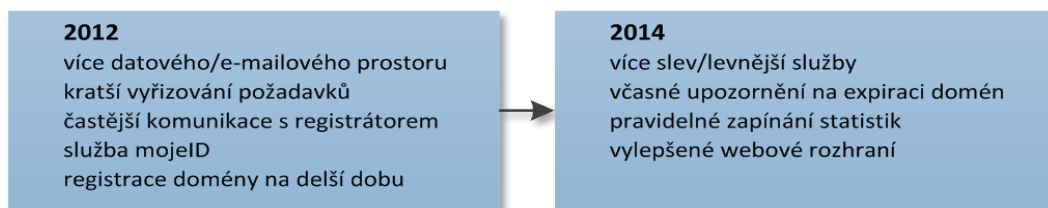
Základ: organizace, které uvedly konkrétního registrátora/organizace, které využívají služeb jednotlivých registrátorů

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



Základ: organizace, které uvedly konkrétní preferovaný produkt/službu (6 %)

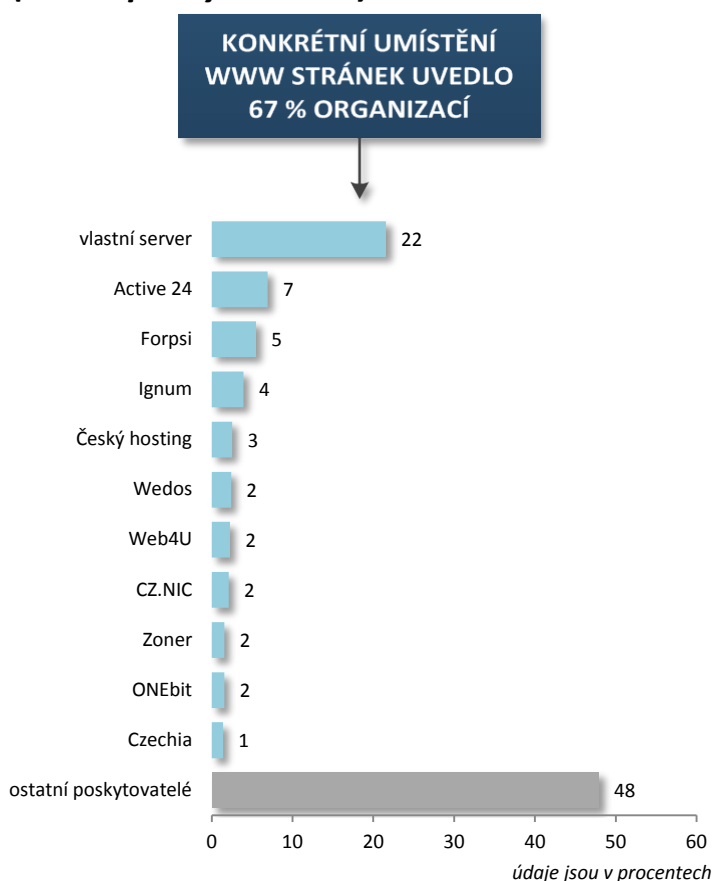
## Preferované služby či produkty od registrátora (TOP 5)



Pozn.: v roce 2014 je možno definovat jen 4 unikátní nejčastější odpovědi

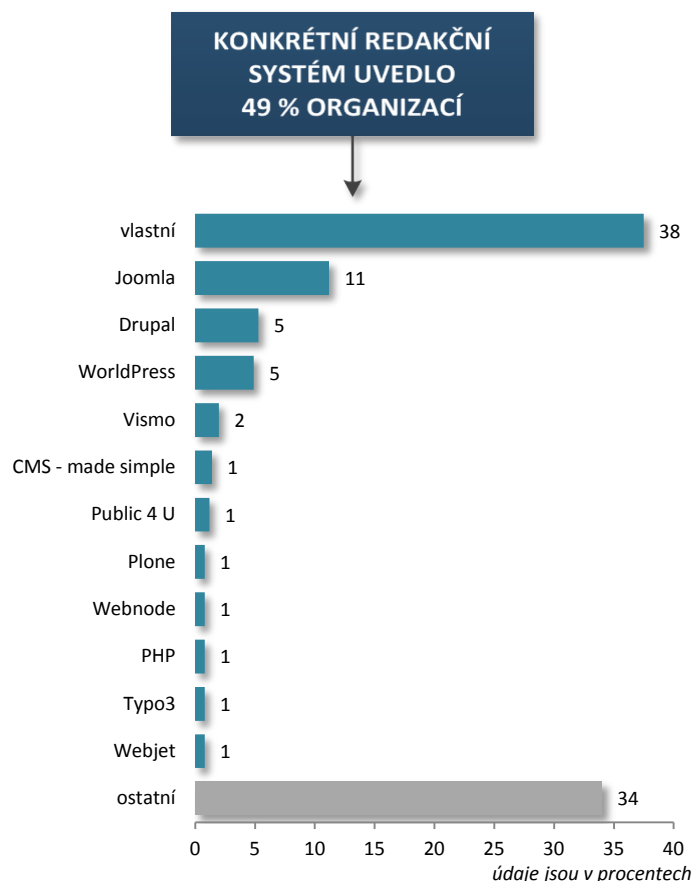
Základ: organizace, které uvedly konkrétní preferovaný produkt/službu

## Umístění WWW stránek organizace (název poskytovatele)



Základ: organizace, které uvedly konkrétního poskytovatele (94 %)

## Využívaný redakční systém

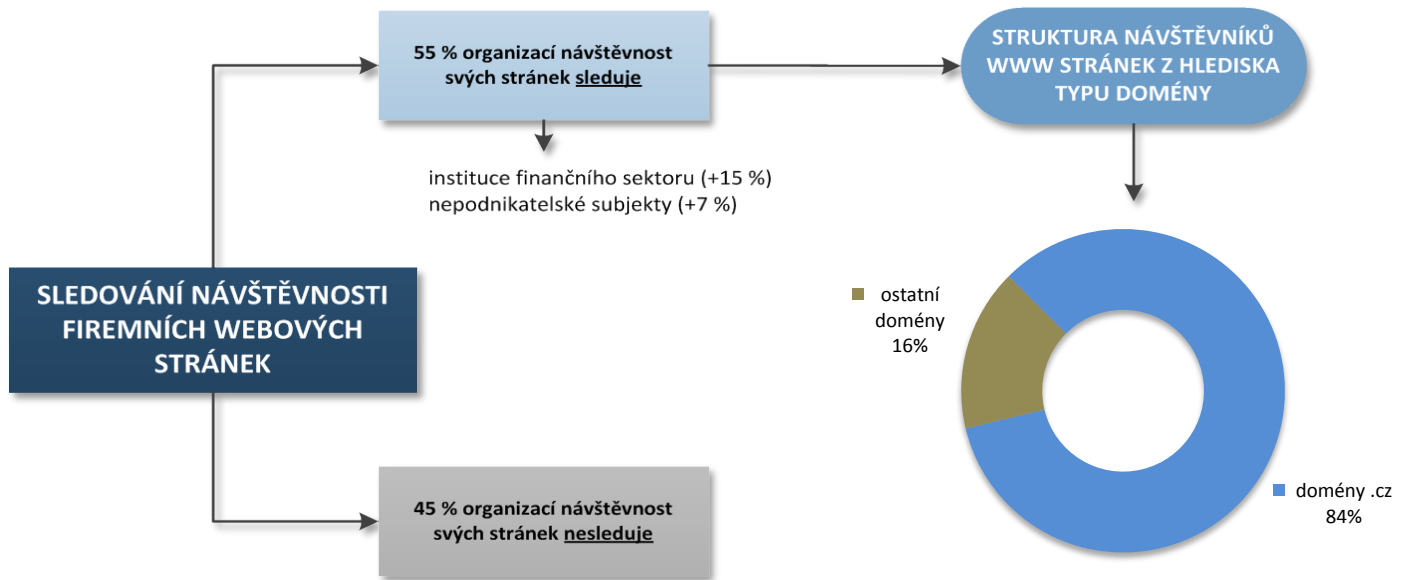


Základ: organizace, které uvedly konkrétního redakční systém (49 %)



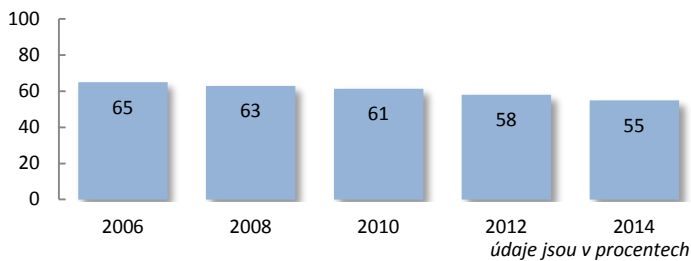
Mezi nejčastěji využívané registrátory našich domén patří **CZ.NIC, Activ24, Internet CZ a Ignum**. Obecně je se svým registrátorem spokojena **výrazná většina** z nás. Svě WWW stránky máme umístěné nejčastěji na svých vlastních serverech a nejčastěji pro ně využíváme vlastní redakční systém.

## Sledování návštěvnosti vlastních WWW stránek



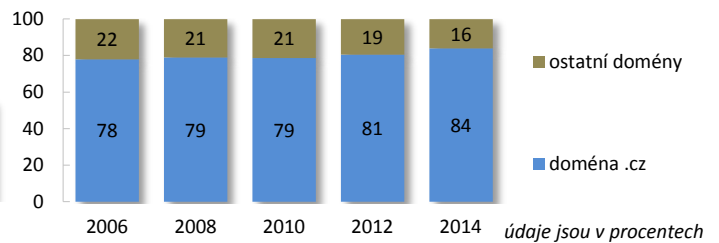
Základ: celý soubor/organizace, které sledují návštěvnost svých stránek (55 %)

## Sledování návštěvnosti firemních WWW stránek



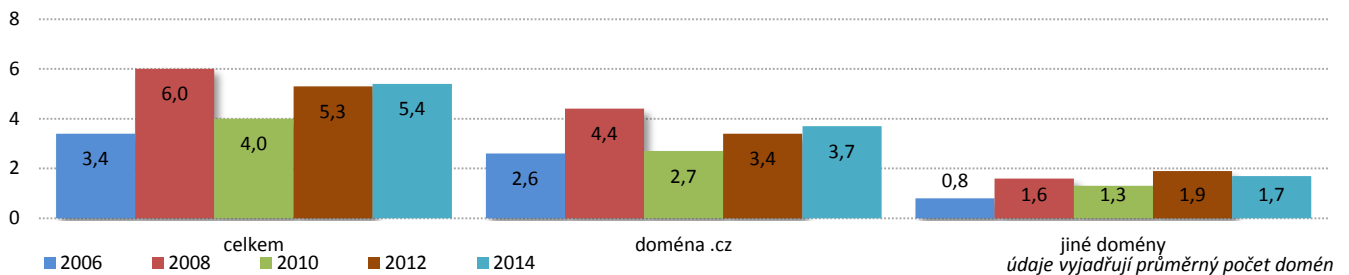
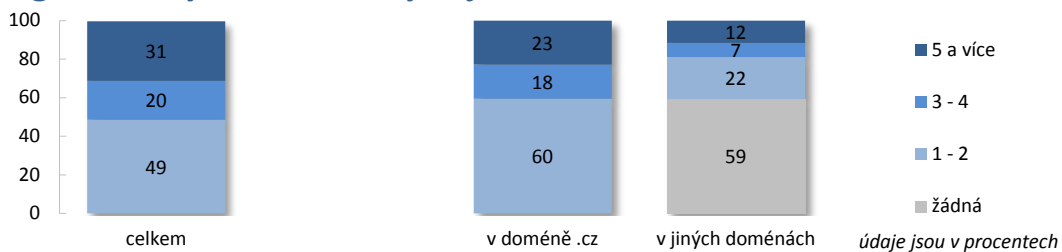
Základ: celý soubor

## Struktura návštěvníků WWW stránek z hlediska typu domény



Základ: organizace, které sledují návštěvnost svých stránek

## Počet zaregistrovaných doménových jmen druhé úrovně



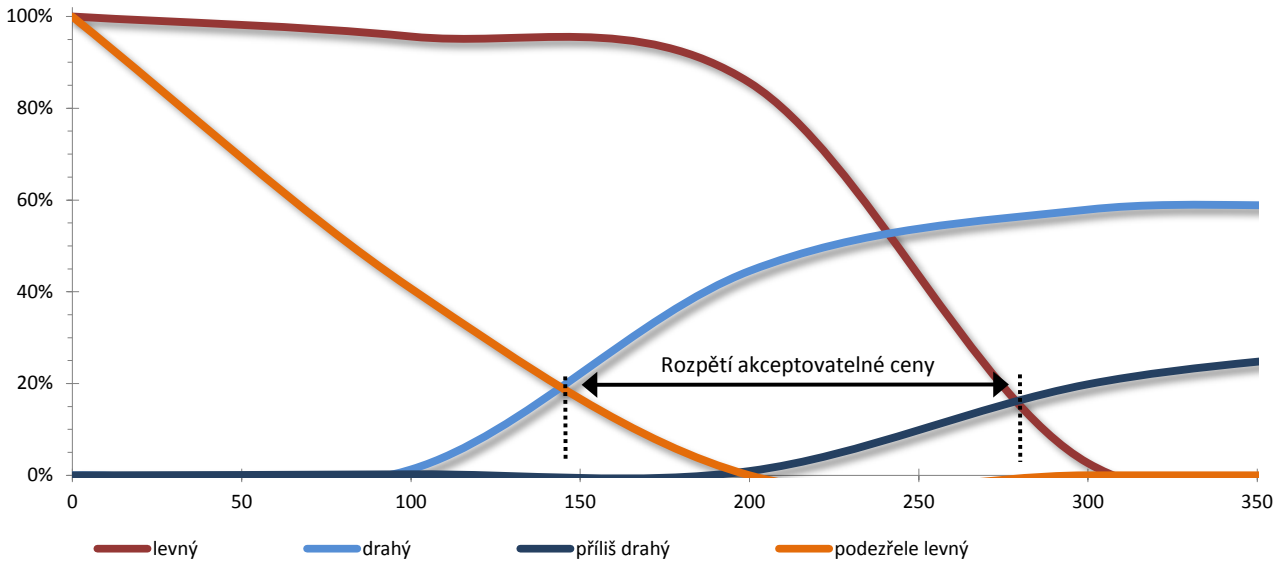
Základ: celý soubor



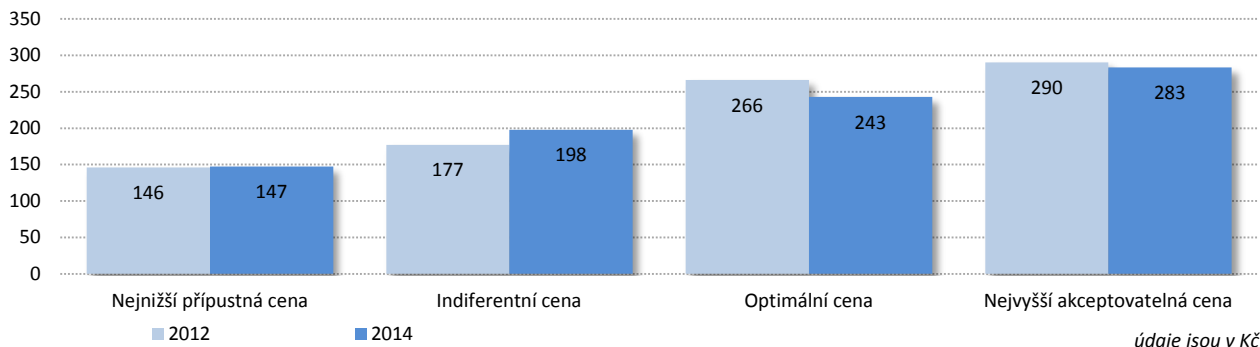
Návštěvnost firemních WWW stránek sleduje celkem **55 %** organizací, přičemž ze sledování mimo jiné vyplývá, že více než **čtyři pětiny** návštěvníků přichází z domény **.cz**. V průměru máme zaregistrovaných **5,4** doménových jmen, z čehož je **3,7** pod doménou **.cz** a **1,7** v **ostatních doménách**.

## 4.7 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
147 Kč	198 Kč	243 Kč	283 Kč



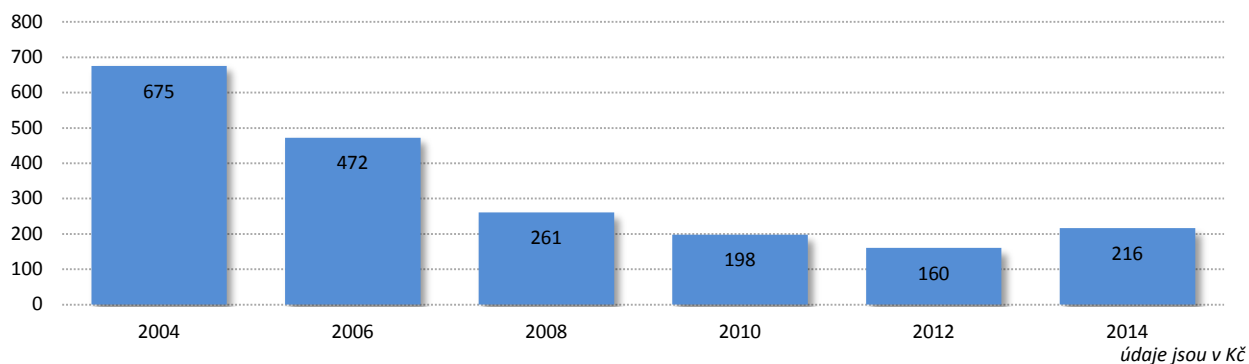
Základ: celý soubor

### 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



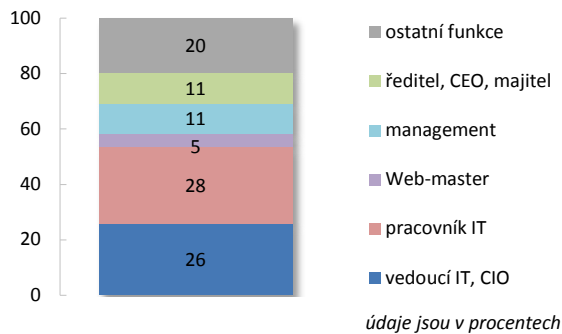
Základ: celý soubor



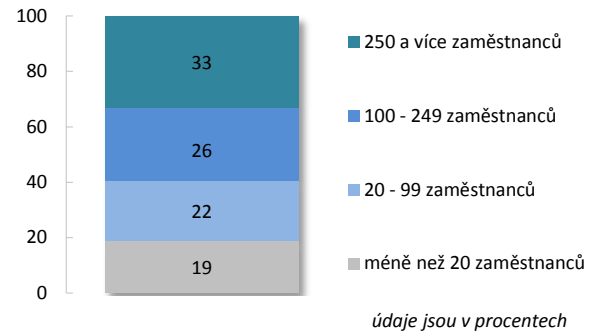
Z analýzy cenové citlivosti poplatku za registraci domény druhé úrovně vyplývá, že **optimální výše** poplatku odpovídá hodnotě **243 Kč**, **nejnižší přípustná hodnota** činí **147 Kč** a **nejvyšší akceptovatelná cena** odpovídá **283 korunám českým**. Za registraci domény s diakritickými znaménky bychom chtěli platit v průměru **216 Kč**. **Více než 200 Kč** (což přibližně odpovídá současné výši poplatku za registraci), by bylo za registraci domény s diakritickými znaménky ochotno zaplatit **10 %** z nás.

## 4.8 POPISNÉ CHARAKTERISTIKY

### Funkce respondentů



### Počet zaměstnanců

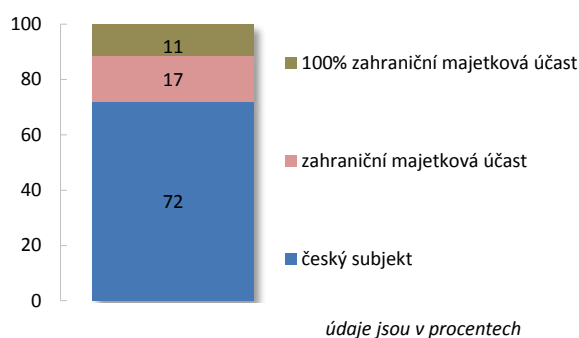
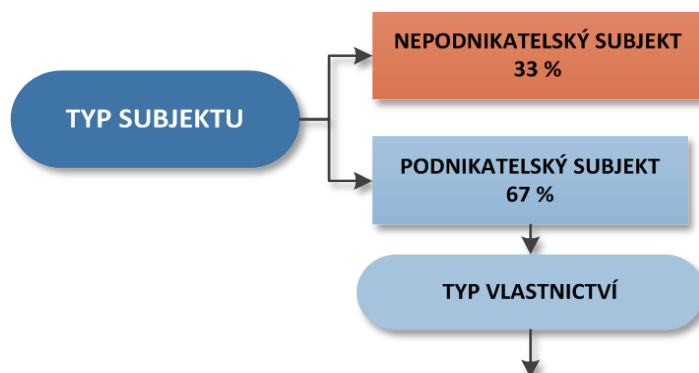


### Funkce/nadřízená pozice

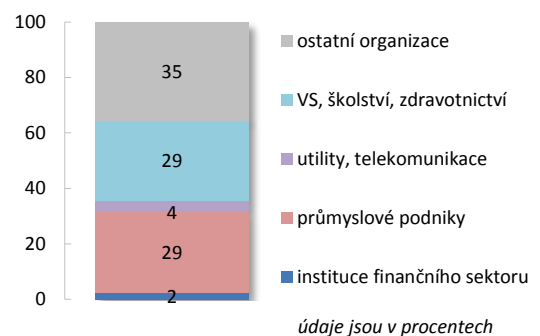
		Nadřízená pozice					Σ
		žádná nadřízená pozice	vedoucí IT, CIO	management	ředitel, CEO, majitel	ostatní funkce	
Funkce respondentů	vedoucí IT, CIO	3%	7%	39%	51%	0%	100%
	pracovník IT	2%	37%	26%	33%	1%	100%
	Web-master	0%	23%	38%	34%	4%	100%
	management	0%	0%	37%	63%	0%	100%
	ředitel, CEO, majitel	51%	0%	0%	49%	0%	100%
	ostatní funkce	0%	2%	35%	61%	2%	100%

nejčastější nadřízený

### Typ subjektu



### Odvětví





# INTERNATIONALIZED DOMAIN NAMES (ORGANIZACE)

ŘÍJEN 2014