

M
A
R
K
E
N
T

ZÁVĚREČNÁ ZPRÁVA Z VÝZKUMU

PŘIPRAVENO PRO SPOLEČNOST



ŘÍJEN 2006

**INTERNATIONALIZED
DOMAIN NAMES
(O R G A N I Z A C E)**



Heřmanova 22, 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 clustrové 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 velmi 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.

Obsah	ii
Seznam grafů	iii
1. Úvod	v
1.1. Metodika výzkumu	v
1.2. Vysvětlivky	vi
1.3. Charakteristika statistických veličin	vii
1.4. Ukázka typického výstupu	viii
2. Přehled výsledků výzkumného šetření	1
2.1. Osobní postoje k IDN	1
2.2. Hodnocení IDN z hlediska organizací	9
2.3. Hodnocení registrátora domény	28
2.4. Hodnocení sdružení CZ.NIC	29
2.5. Popisné charakteristiky	38

* * *

2.1. Osobní názory respondenta	1
Zájem o zavedení názvů domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky	1
Hlavní výhody zavedení domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky (spontánní odpovědi)	2
Hlavní nevýhody zavedení domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky (spontánní odpovědi)	3
Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky	4 - 8
Zájem o diakritická znaménka jiných jazyků v názvech pod doménou .cz	8
2.2. Hodnocení IDN z hlediska organizací	9
Zájem o zavedení firemní domény druhé úrovně s českými diakritickými znaky	9
Výhody vyplývající z používání domény druhé úrovně s českými diakritickými znaky (spontánní odpovědi)	10
Nevýhody vyplývající z používání domény druhé úrovně s českými diakritickými znaky (spontánní odpovědi)	11
Obecná důležitost vybraných charakteristik při používání doménových názvů druhé úrovně (bez vlivu IDN)	12 - 15
Užitečnost IDN při zdokonalování vybraných charakteristik	15 - 19
Změna užitečnosti IDN při uspokojování vybraných charakteristik v čase	19
Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky	20 - 23
Přednost stávajícího držitele doménového jména při registraci doménového jména s diakritickými znaky	24
Délka ochranné lhůty pro podání žádosti o registraci doménového jména s diakritickými znaky	24
Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky	25 - 26
Poplatek za registraci domény druhé úrovně na jeden rok	27
Odhad výše poplatku za registraci domény s diakritickými znaky pro současné vlastníky domény	27
2.3. Hodnocení registrátora domény	28
Registrátor domény	28
Spokojenost s vybranými registrátory	28
2.4. Hodnocení sdružení CZ.NIC	29
Povědomí o sdružení CZ.NIC	29
Spokojenost s činností sdružení CZ.NIC	30
Srovnání spokojenosti s činností sdružení CZ.NIC se spokojeností s vlastním registrátorem	31
Spontánně uvedená pozitiva sdružení CZ.NIC	32
Spontánně uvedená negativa sdružení CZ.NIC	33
Charakteristika sdružení CZ.NIC	34 - 37
Spontánně požadované služby od sdružení CZ.NIC	37

2.5. Popisné charakteristiky organizací	38
2.5.1. Domény.....	38
Sledování návštěvnosti firemních WWW stránek.....	38
Procentuální zastoupení návštěvnosti z domény .cz a z ostatních domén.....	39
Počet zaregistrovaných doménových jmen druhé úrovně pod .cz	40
Počet zaregistrovaných jmen druhé úrovně v jiných doménách	40
Celkový počet zaregistrovaných doménových jmen druhé úrovně	41
2.5.2. Firmografie	42
Počet zaměstnanců organizace	42
Typ subjektu	42
Odvětví	42
Typ vlastnictví organizace.....	42

1. ÚVOD

1.1. METODIKA VÝZKUMU

POPIS

Údaje obsažené v této závěrečné zprávě pocházejí z komplexního výzkumného šetření realizovaného nezávislou společností pro výzkum trhu Markent, s.r.o. Sběr dat byl realizován v České republice v průběhu měsíce září 2006.

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 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 OKEČ). Konečná podoba zkoumaného souboru je dále determinována požadavkem registrace nejméně jedné domény druhé úrovně.

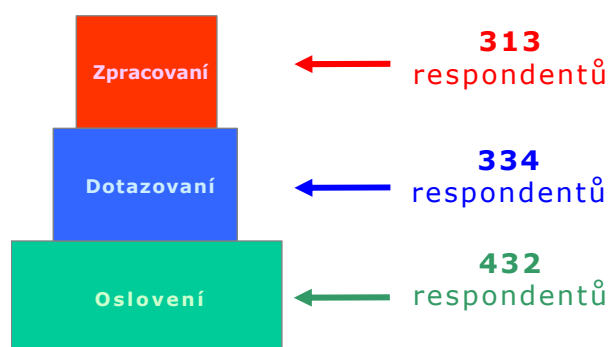
V jednotlivých segmentech byl zkoumán vždy stejný počet organizací tak, aby jejich zastoupení bylo z hlediska počtu zaměstnanců a agregovaného předmětu činnosti rovnoměrné.

Více o struktuře vzorku vypovídá kapitola „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 **432** organizací. Závěrečná zpráva přináší informace o **313** organizacích; 21 již dokončených dotazníků bylo vyřazeno kvůli neúplnému vyplnění, v 98 organizacích bylo interview kompetentní osobou odmítnuto (míra návratnosti dosáhla tak 73%).

Pyramida výběru respondentů:



Průměrná doba rozhovoru činila 26 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 a analýzy průměrů (ANOVA, t-test).

Data byla zpracována pomocí speciálního statistického programu SPSS® for Windows™, ver. 12.0.

Odpovědi na otevřené otázky byly analyzovány kvalitativními metodami na bázi obsahové analýzy.

1.2. VYSVĚTLIVKY

✚ Pořadí sledovaných ukazatelů je uvedeno buď v abecedním pořadí nebo podle intenzity.

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

✚ Relativní četnosti v přehledu výsledků výzkumného šetření vycházejí z analýzy všech dotazovaných subjektů, popř. všech subjektů daného segmentu

(Př.: „Základ: celý soubor“)

✚ 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 znají reklamu (60%)“)

✚ 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.

✚ Klasifikace otevřených otázek:

nejčastěji opakovaná odpověď

= vždy jen jedna nejčastěji uvedená odpověď

často opakovaná odpověď

= odpovědi, jejichž relativní četnosti překročí stanovenou hodnotu

ojedinělá odpověď

= výjimečně uvedené odpovědi, jejichž četnosti nepřekročí stanovenou hodnotu

✚ U otevřených otázek s možností vícečetné odpovědi jsou uvedeny počty respondentů a počty odpovědí.

Počet respondentů vyjadřuje absolutní počet respondentů, kteří na danou otázku odpověděli.

Počet odpovědí vyjadřuje celkový absolutní počet odpovědí všech respondentům kteří na danou otázku odpovídali

✘ Zjištěné statisticky významné závislosti jsou označeny červenými rámečky. V případě nominálních proměnných jsou takto označeny pouze jednotlivé hodnoty, které se odlišují od ostatních; u ordinálních a kardinálních znaků je červeným rámečkem označen celý graf, který dokumentuje lineární trend.

✘ 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.

✘ V případě klasifikačních ukazatelů byly zjišťovány poslední dostupné údaje pro celý zkoumaný vzorek.

✘ 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 závěrečné zprávy z října roku 2004.

1.3. CHARAKTERISTIKA STATISTICKÝCH VELIČIN

✘ Výběrová chyba činí u tohoto typu výzkumu $\pm 5,7\%$.

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

✘ t- test porovnává průměry dvou skupin případů nebo zkoumá, zda se průměr sledované proměnné liší od stanovené konstanty.

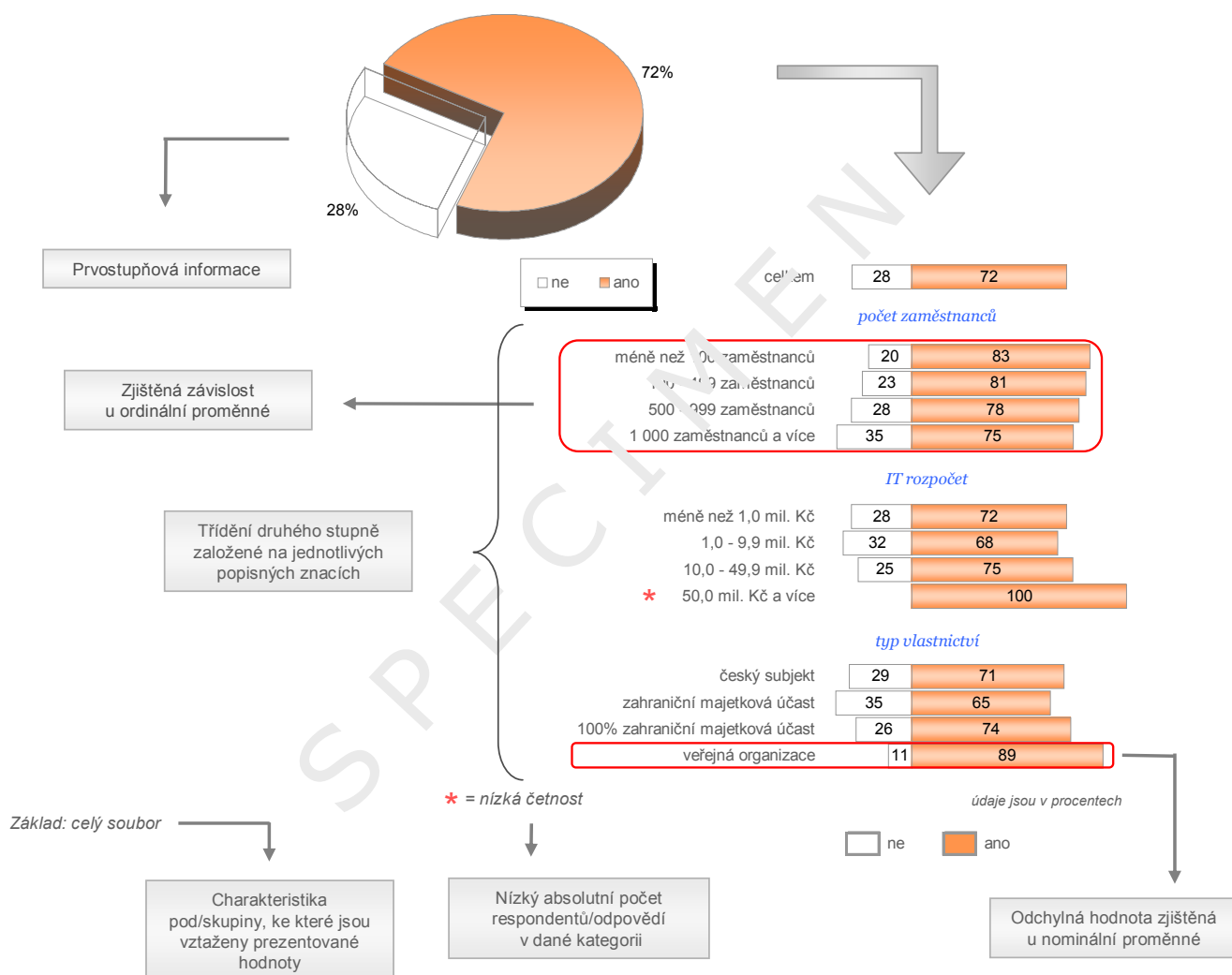
✘ Chí kvadrátový test třídí proměnné do navzájem se nepřekrývajících kategorií a srovnává pozorované a očekávané (teoretické) frekvence v každé kategorii.

✘ ANOVA – Analýza rozptylu zjišťuje statistickou významnost rozdílu průměrů v podsouborech, podobně jako t-test, ale podsouborů může být více než dva. Podsoubory jsou vymezeny vždy jednou nezávislou proměnnou.

✘ Faktorová analýza se používá k vydělení důležitých kombinací latentních faktorů s vysokým stupněm korelace z velké množiny primárních dat.

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

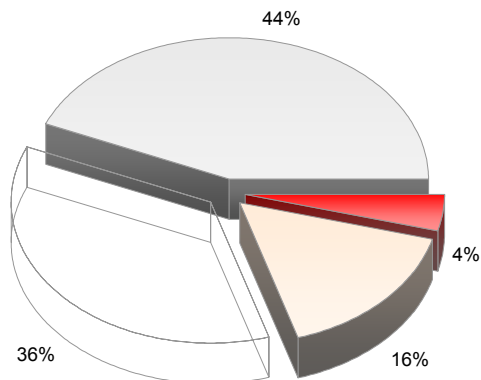
1.4. POPIS TYPICKÉHO VÝSTUPU V GRAFOVÉ ČÁSTI



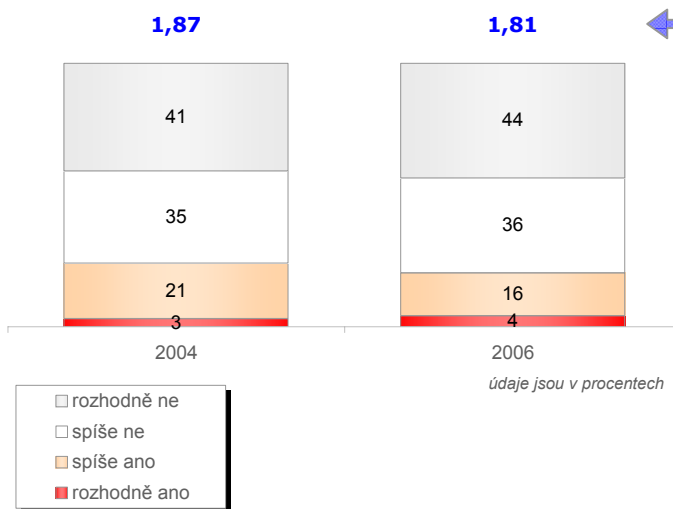
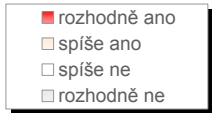
2. PŘEHLED VÝSLEDKŮ VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ

2.1. OSOBNÍ POSTOJE K IDN

Zájem o zavedení názvů domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky



Průměrné hodnocení = 1,81
4 = rozhodně ano
1 = rozhodně ne

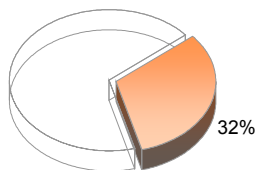


Průměrné hodnocení:
4 = rozhodně ano
1 = rozhodně ne

Základ: celý soubor



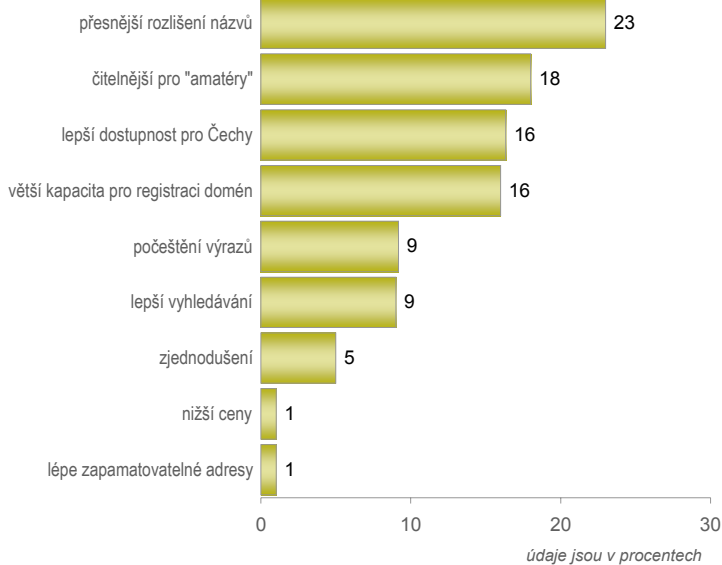
Hlavní výhody zavedení domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky (spontánní odpovědi)



uvedeno
 neuvedeno

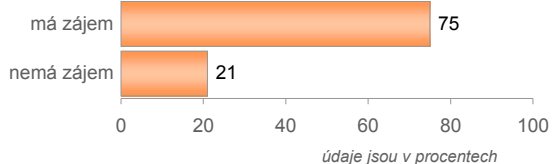


První na mysli



celkem 32

podle zájmu o zavedení názvů domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky



Všechny uvedené

	procenta
přesnější rozlišení názvů	26
čitelnější pro "amatéry"	19
lepší dostupnost pro Čechy	17
větší kapacita pro registraci domén	16
počeštění výrazů	10
lepší vyhledávání	10
zjednodušení	5
lépe zapamatovatelné adresy	2
lidí si zvyknou	1
nižší ceny	1

údaje jsou řazeny podle relativních četností

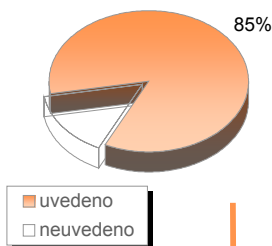
- nejčastěji opakovaná odpověď
- často opakovaná odpověď
- ojedinělá odpověď

počet odpovědí = 106
počet respondentů = 98

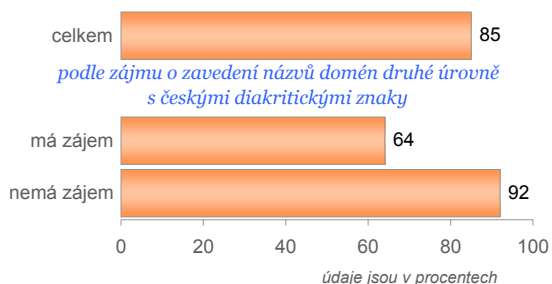
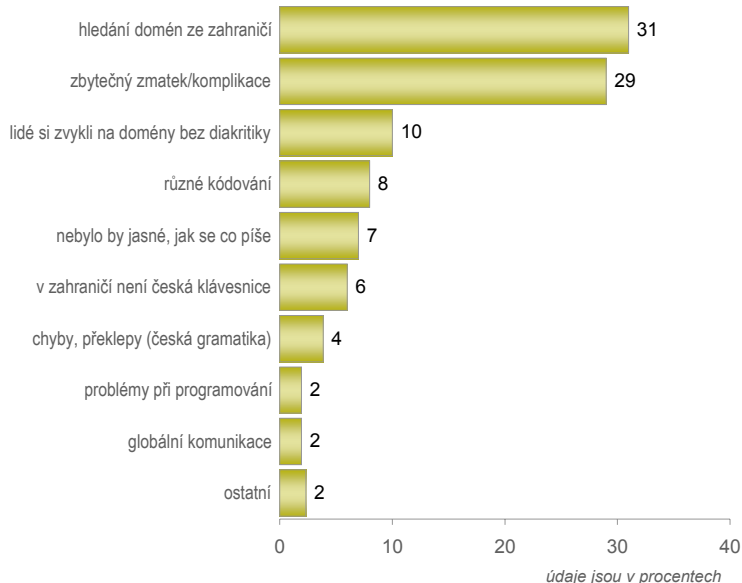


Základ: celý soubor

Hlavní nevýhody zavedení domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky (spontánní odpovědi)



První na mysli



Všechny uvedené

	procenta
hledání domén ze zahraničí	37
zbytečný zmatek/komplikace	33
lidé si zvykli na domény bez diakritiky	11
nebylo by jasné, jak se co píše	10
různé kódování	8
v zahraničí není česká klávesnice	7
chyby, překlepy (česká gramatika)	4
globální komunikace	2
problémy při programování	2
nesprávná interpretace	1
rozdvojení stránek	1
problémy s komunikací	<1
vznik sporů mezi vlastníky domén	<1
nutnost kupovat další domény	<1
problémy s ochrannými známkami	<1
problémy s kompatibilitou	<1

údaje jsou řazeny podle relativních četností

- nejčastěji opakovaná odpověď
- často opakovaná odpověď
- ojedinělá odpověď

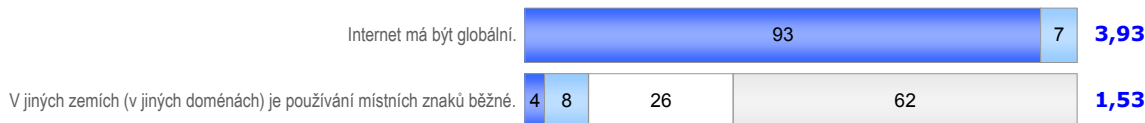
počet odpovědí = 309
počet respondentů = 258



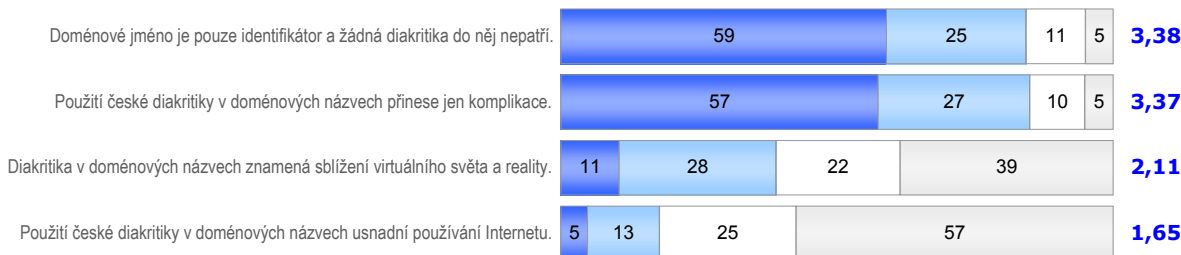
Základ: celý soubor

Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky

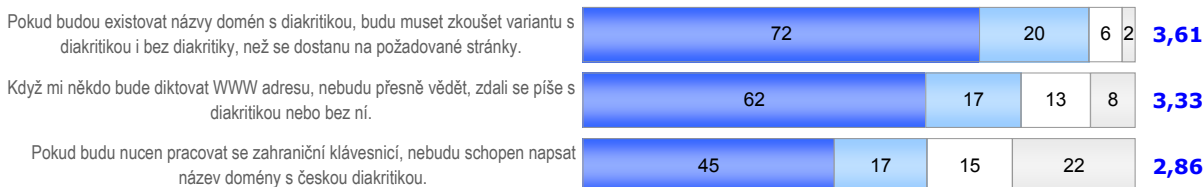
Zohlednění lokálních specifik



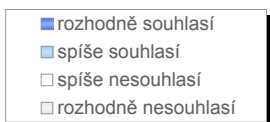
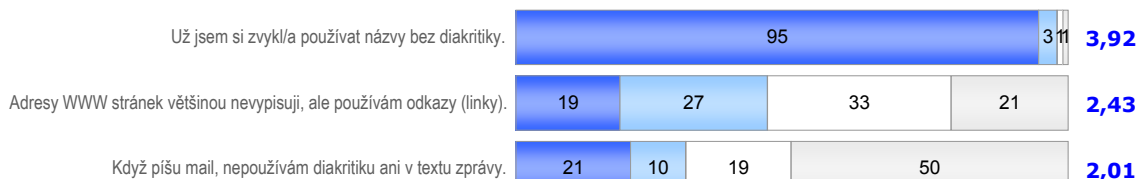
Uživatelský komfort



Obavy ze zavedení



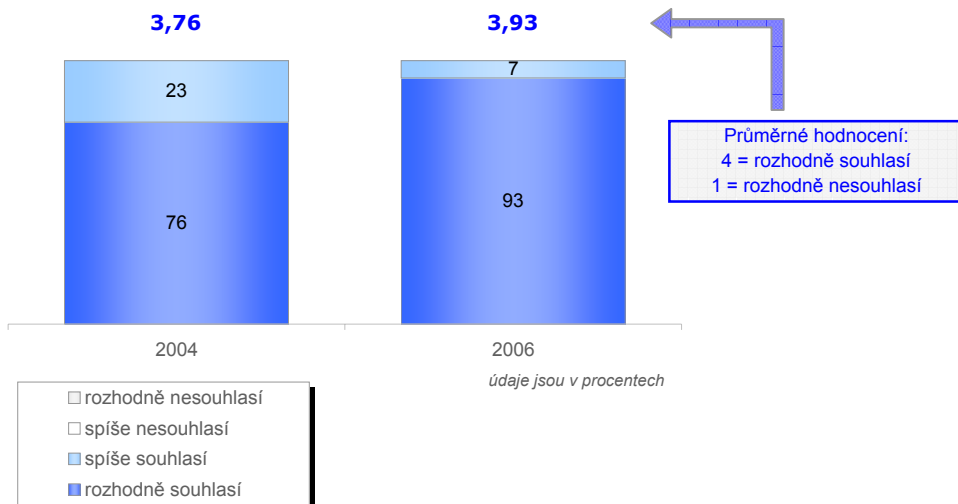
Aktuální chování



Průměrné hodnocení:
4 = rozhodně souhlasí
1 = rozhodně nesouhlasí

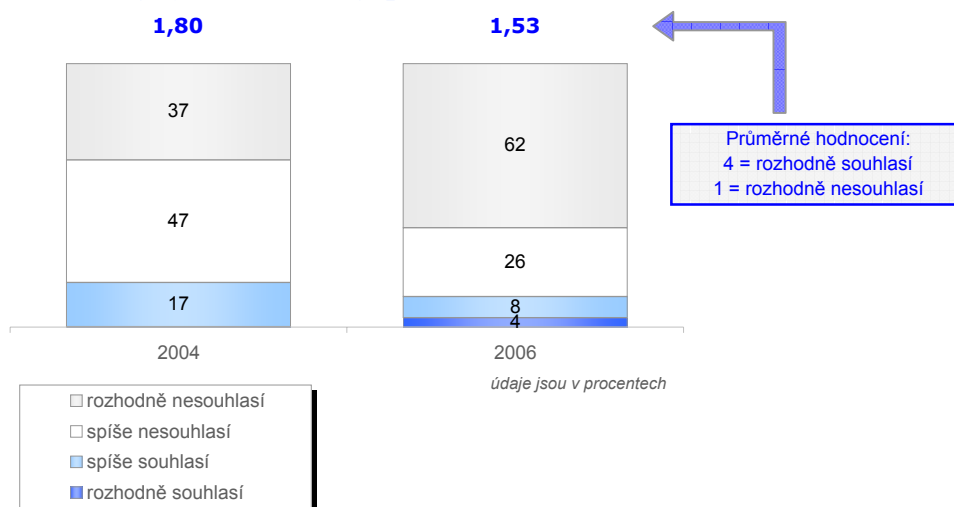
Základ: celý soubor

Internet má být globální.



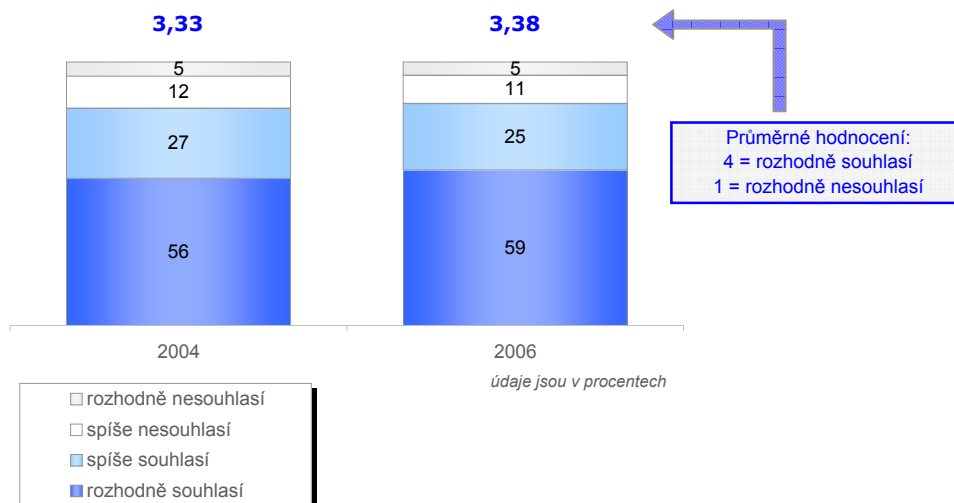
Základ: celý soubor

Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky
V jiných zemích (v jiných doménách) je používání místních znaků běžné.



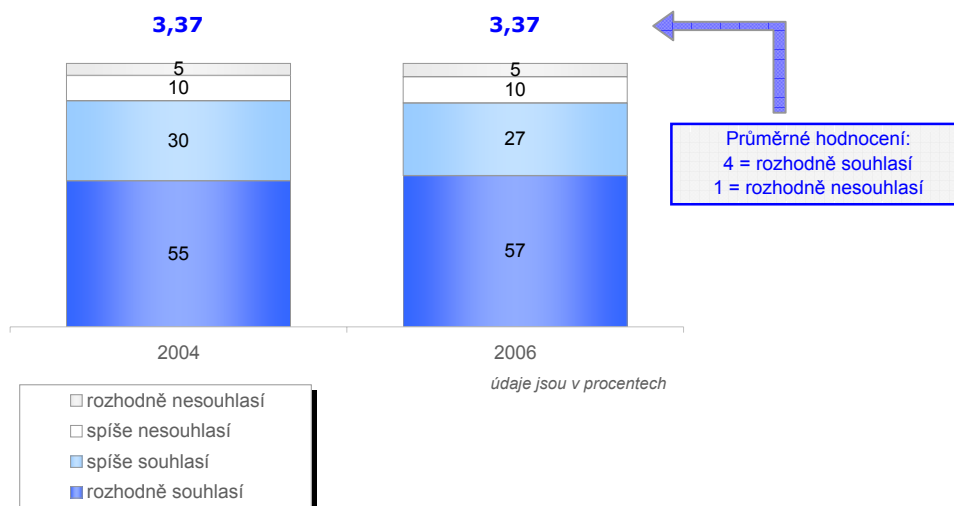
Základ: celý soubor

Doménové jméno je pouze identifikátor a žádná diakritika do něj nepatří.



Základ: celý soubor

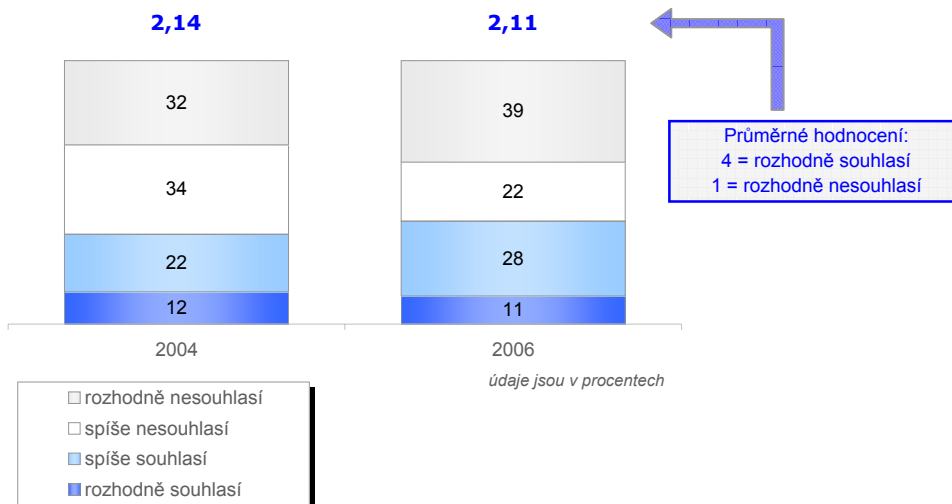
Použití české diakritiky v doménových názvech přinese jen komplikace.



Základ: celý soubor

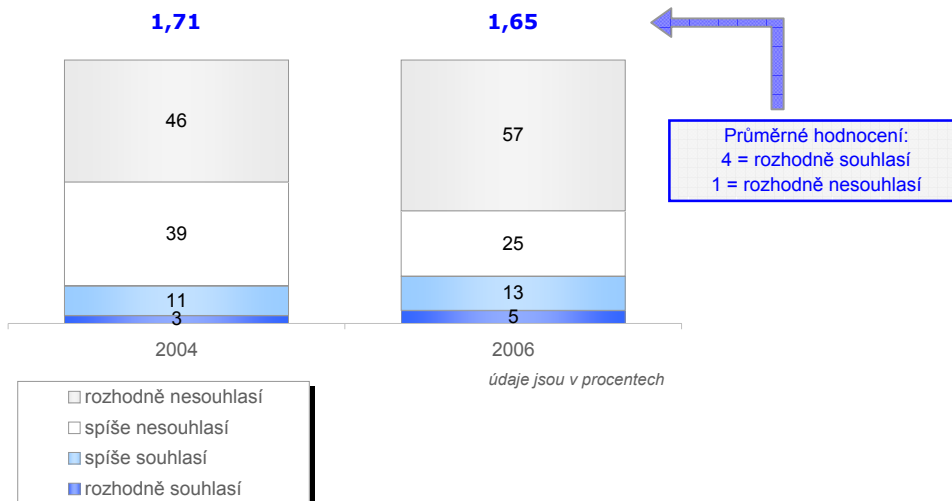
Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky

Diakritika v doménových názvech znamená sblížení virtuálního světa a reality.



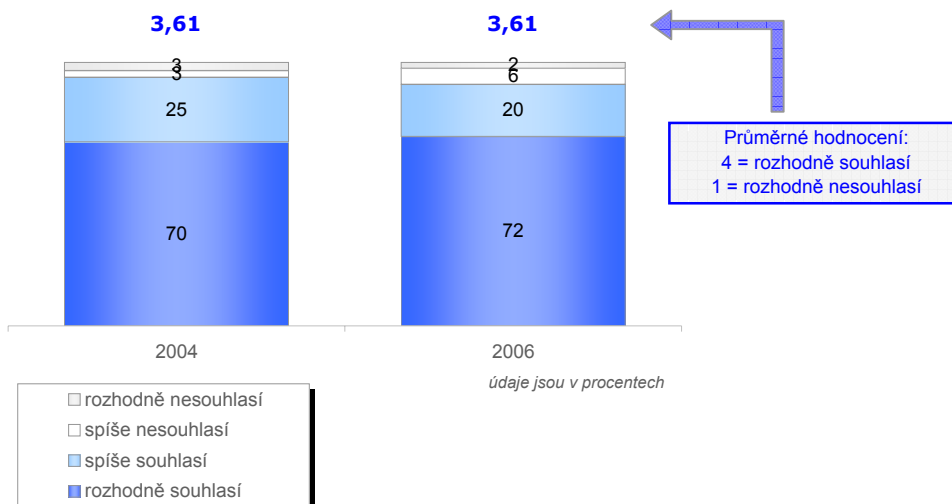
Základ: celý soubor

Použití české diakritiky v doménových názvech usnadní používání Internetu.



Základ: celý soubor

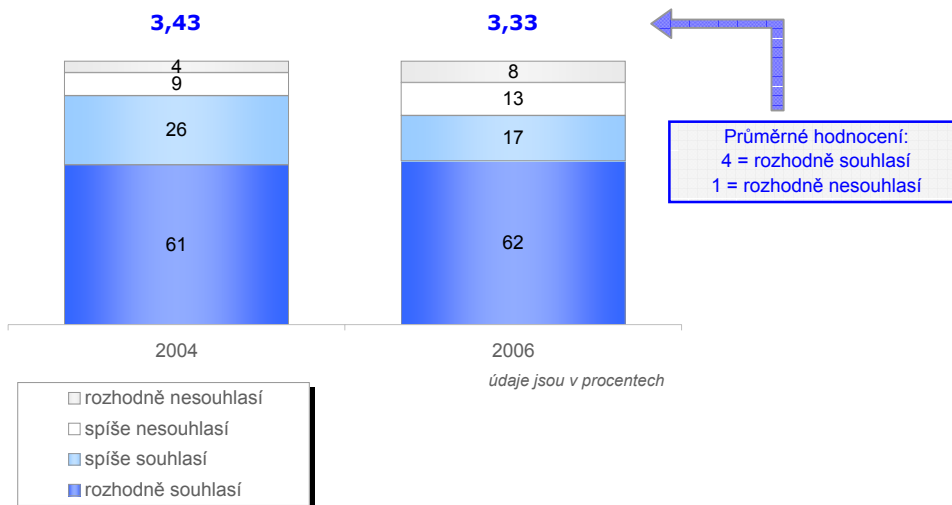
Pokud budou existovat názvy domén s diakritikou, budu muset zkusit variantu s diakritikou i bez diakritiky, než se dostanu na požadované stránky.



Základ: celý soubor

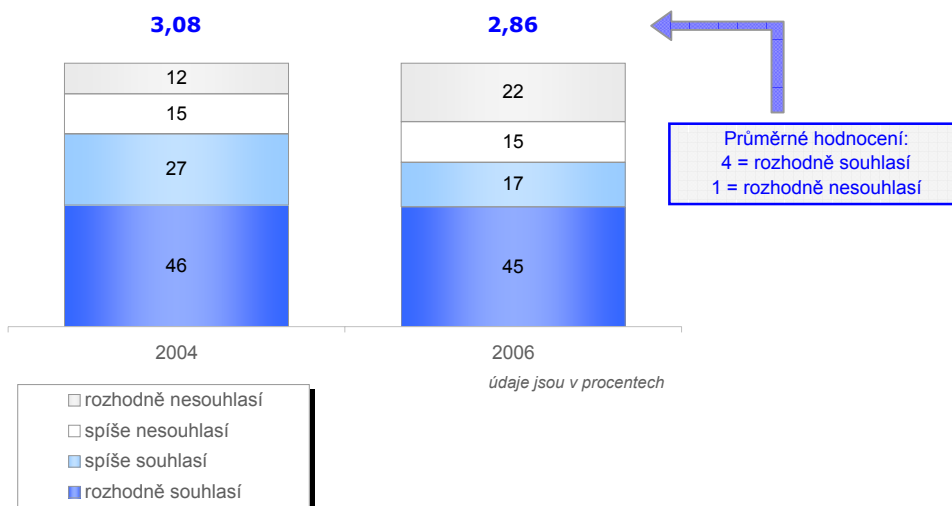
Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky

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



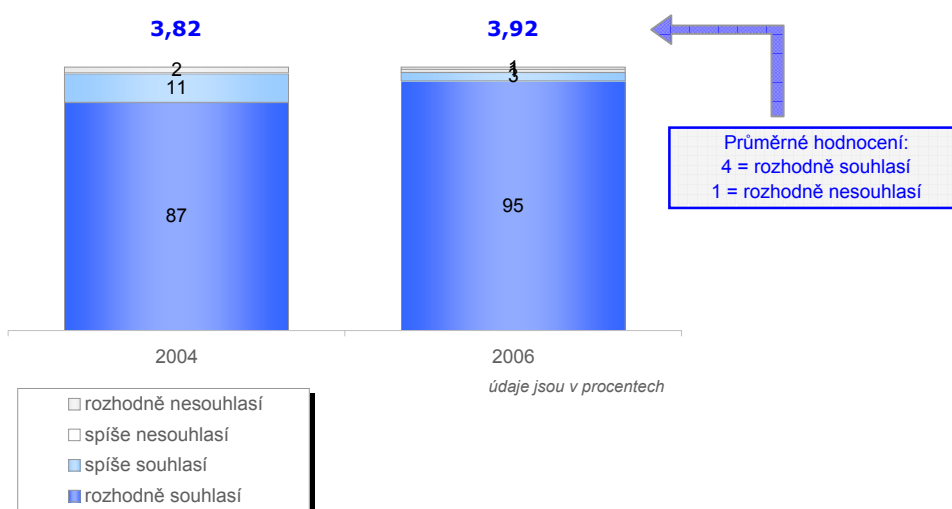
Základ: celý soubor

Pokud budu nucen pracovat se zahraniční klávesnicí, nebudu schopen napsat název domény s českou diakritikou.



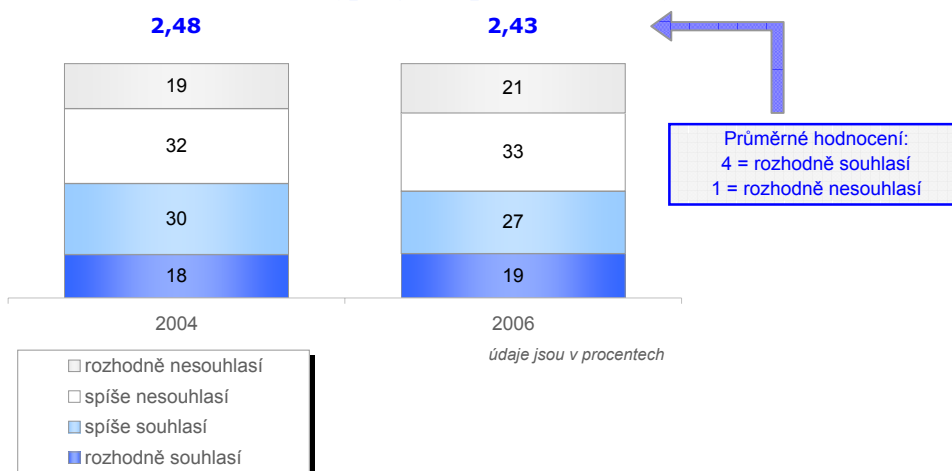
Základ: celý soubor

Už jsem si zvykl/a používat názvy bez diakritiky.



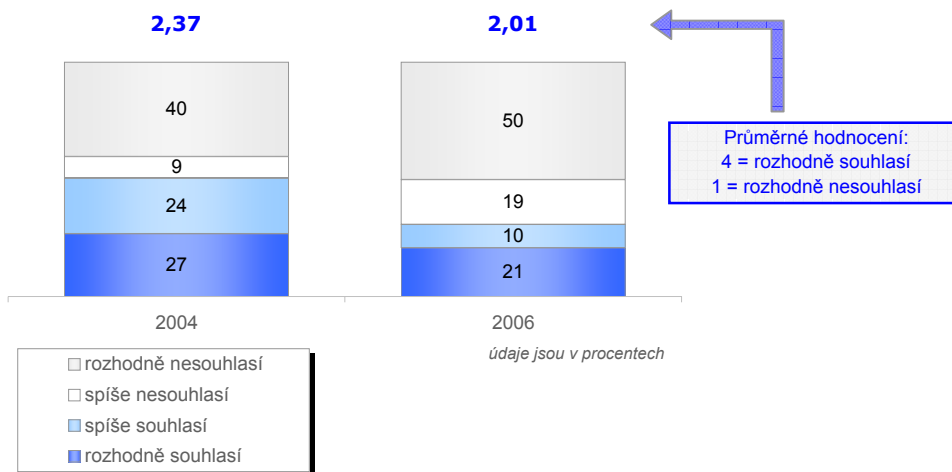
Základ: celý soubor

Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky
Adresy WWW stránek většinou nevyписují, ale používám odkazy (linky).



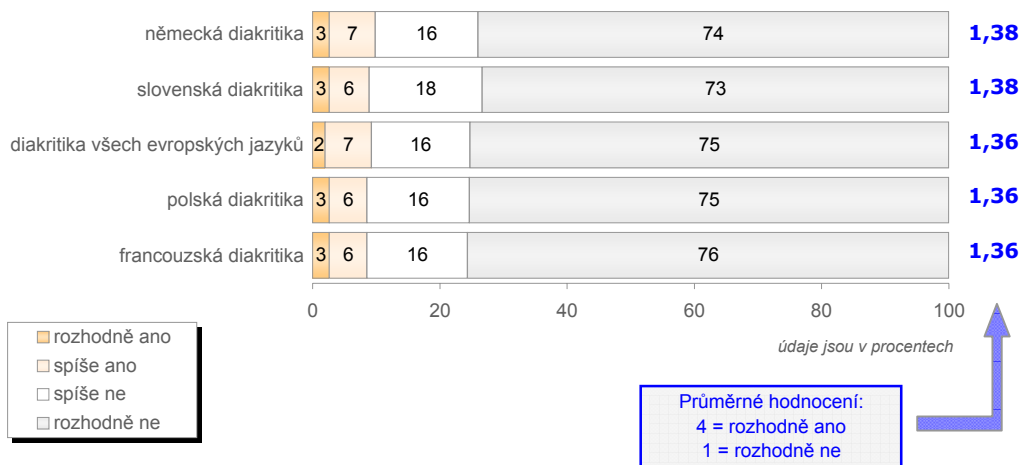
Základ: celý soubor

Když píšu mail, nepoužívám diakritiku ani v textu zprávy.



Základ: celý soubor

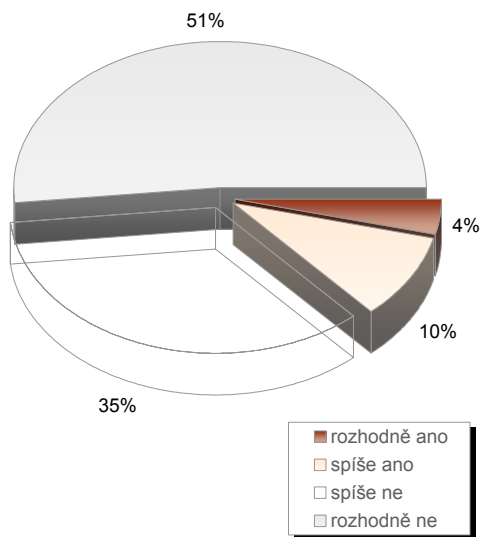
Zájem o diakritická znaménka jiných jazyků v názvech pod doménou .cz



Základ: celý soubor

2.2. HODNOCENÍ IDN Z HLEDISKA ORGANIZACÍ

Zájem o zavedení firemní domény druhé úrovně s českými diakritickými znaky



celkem

4	10	35	52
---	----	----	----

1,66

počet zaměstnanců

1 - 19 zaměstnanců	6	11	23	60	1,64
20 - 99 zaměstnanců	6	12	38	44	1,79
100 - 249 zaměstnanců	2	6	29	63	1,47
250 - 999 zaměstnanců	3	10	36	51	1,65
1 000 a více zaměstnanců	2	10	48	40	1,74

odvětví

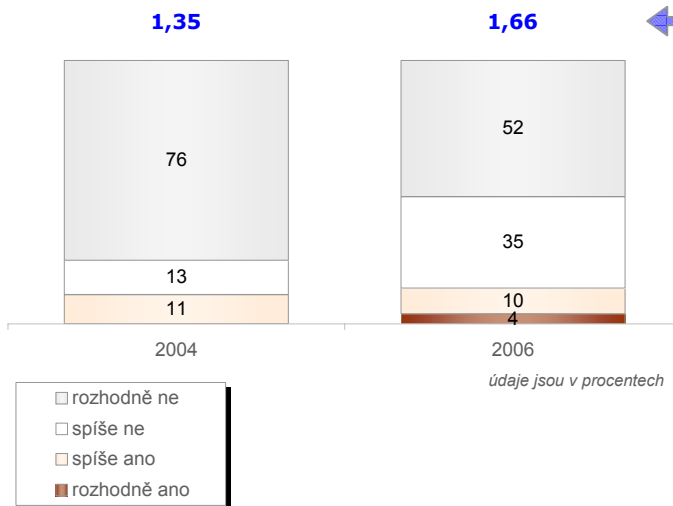
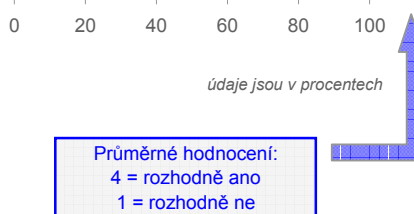
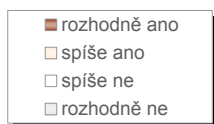
instituce finančního sektoru	7	7	24	61	1,61
průmyslové podniky	6	8	32	53	1,68
utility, telekomunikace	2	2	34	61	1,46
ostatní organizace	2	10	33	54	1,60

typ subjektu

podnikatelský subjekt	4	8	30	57	1,59
nepodnikatelský subjekt	3	14	49	35	1,85

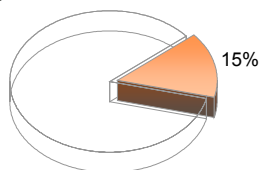
diakritická znaménka v názvu organizace

ano	5	10	37	48	1,73
ne	2	8	31	59	1,53



Základ: celý soubor

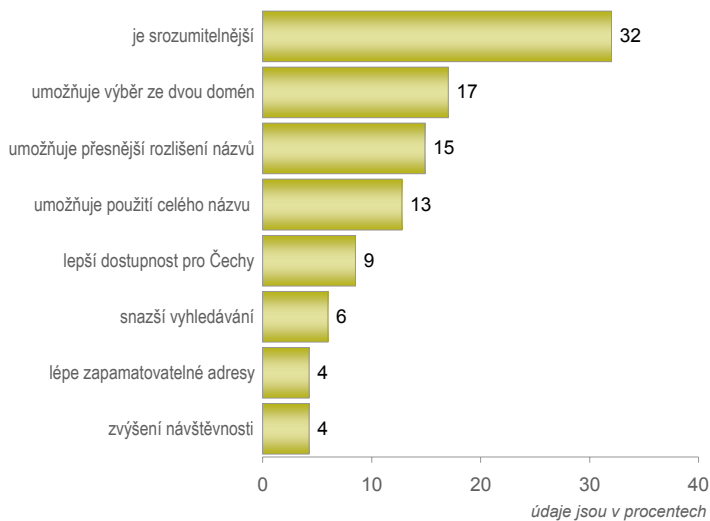
Výhody vyplývající z používání domény druhé úrovně s českými diakritickými znaky (spontánní odpovědi)



■ uvedeno
□ neuvedeno



První na mysli



Všechny uvedené

	procenta
je srozumitelnější	32
umožňuje výběr ze dvou domén	17
umožňuje přesnější rozlišení názvů	17
lepší dostupnost pro Čechy	13
umožňuje použití celého názvu	13
lépe zapamatovatelná adresa	6
snazší vyhledávání	6
zvýšení návštěvnosti	4

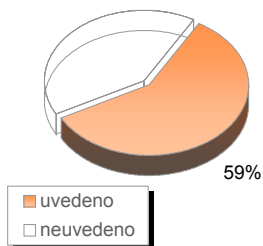
údaje jsou řazeny podle relativních četností

- - nejčastěji opakovaná odpověď
- - často opakovaná odpověď
- - ojedinělá odpověď

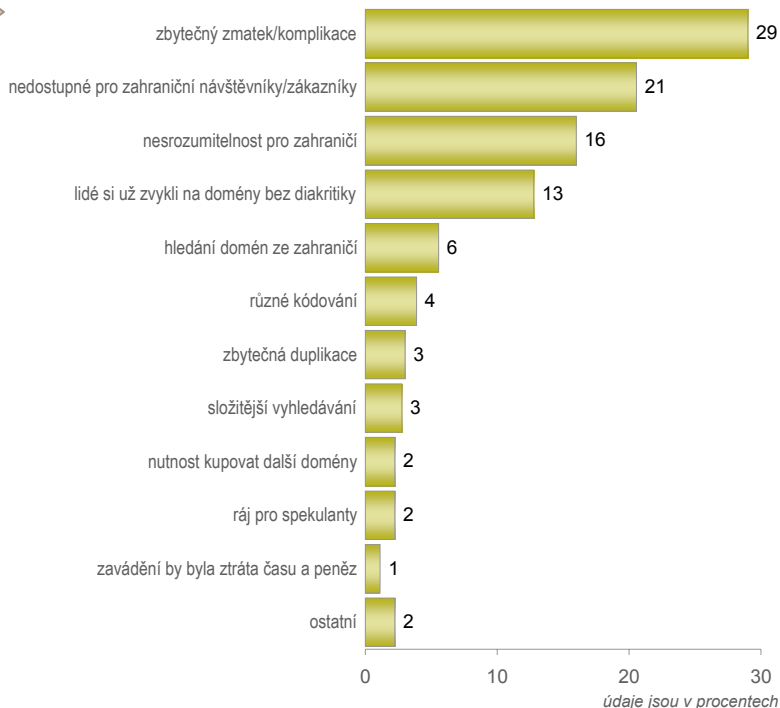
počet odpovědí = 51
počet respondentů = 47

Základ: celý soubor

Nevýhody vyplývající z používání domény druhé úrovně s českými diakritickými znaky (spontánní odpovědi)



První na mysli



Všechny uvedené

	procenta
zbytečný zmatek/komplikace	33
nedostupné pro zahraniční návštěvníky/zákazníky	26
nesrozumitelnost pro zahraničí	21
lidé si už zvykli na domény bez diakritiky	13
hledání domén ze zahraničí	6
různé kódování	4
zbytečná duplikace	3
složitější vyhledávání	3
nutnost kupovat další domény	2
zavádění by byla ztráta času a peněz	2
ráj pro spekulanty	2
vedlo by to ke snížení návštěvnosti	2
vyšší náklady na správu další domény	<1

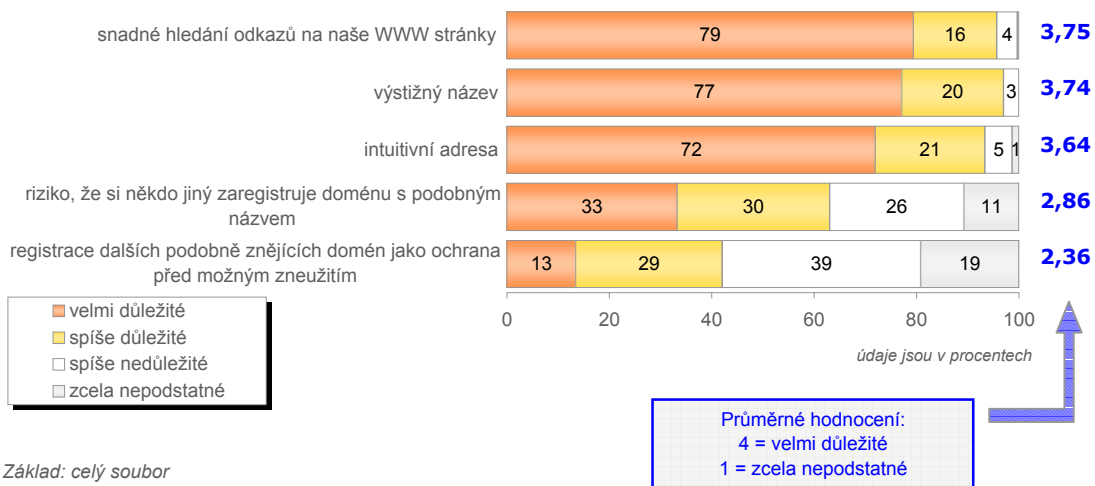
údaje jsou řazeny podle relativních četností

- nejčastěji opakovaná odpověď
- často opakovaná odpověď
- ojedinělá odpověď

počet odpovědí = 215
počet respondentů = 180

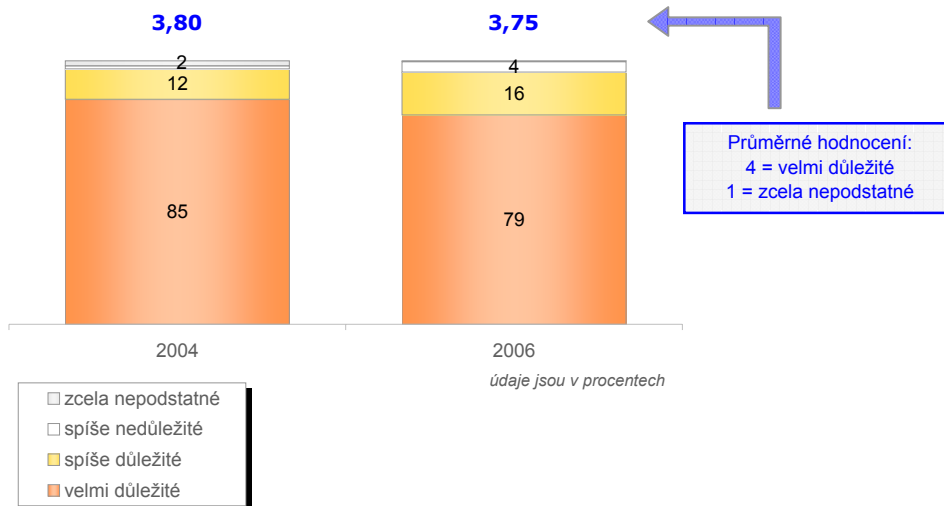
Základ: celý soubor

Obecná důležitost vybraných charakteristik při používání doménových názvů druhé úrovně (bez vlivu IDN)



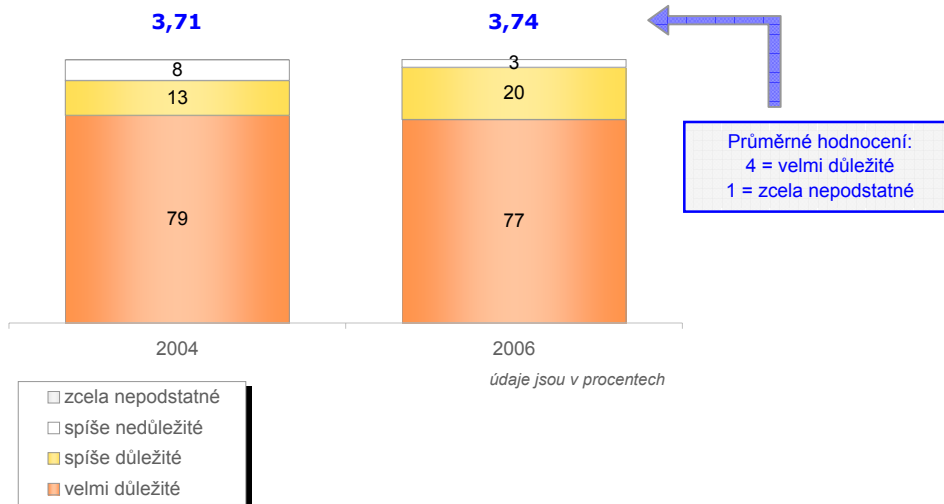
Základ: celý soubor

snadné hledání odkazů na naše WWW stránky



Základ: celý soubor

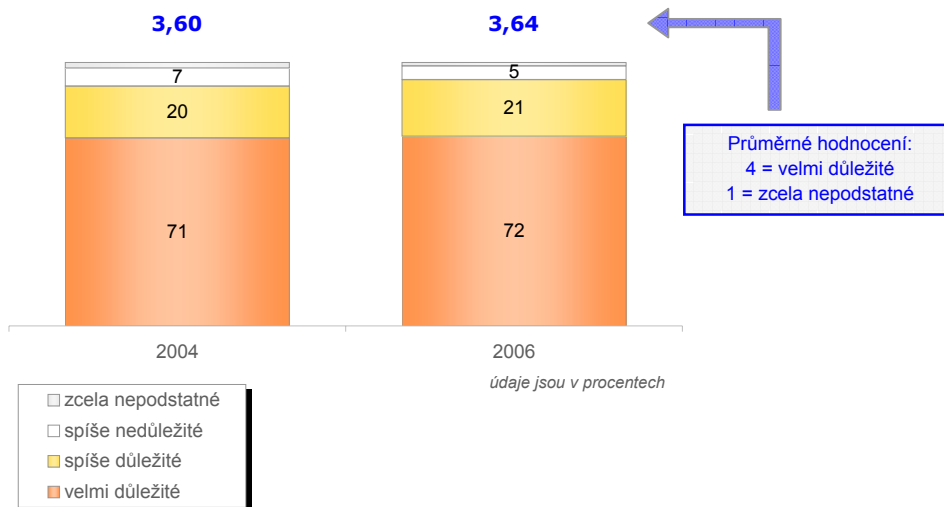
výstižný název



Základ: celý soubor

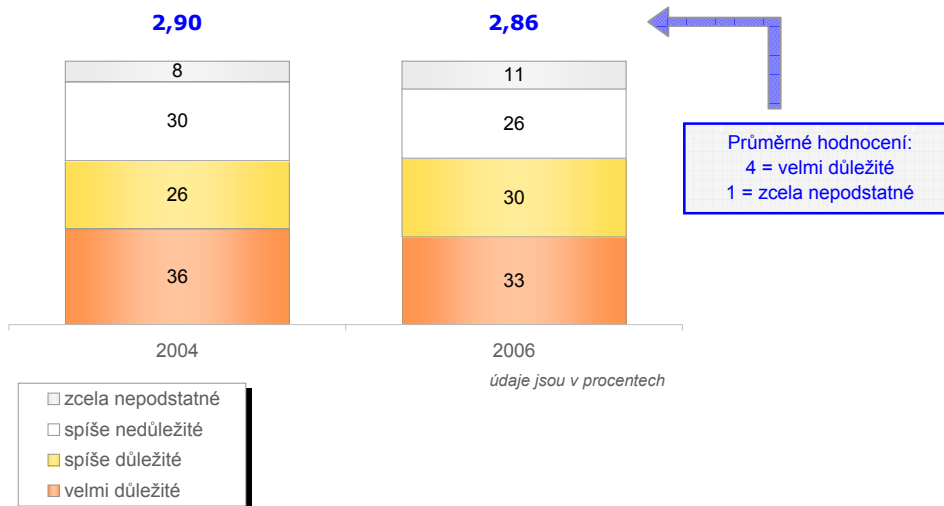
Obecná důležitost vybraných charakteristik při používání doménových názvů druhé úrovně (bez vlivu IDN)

intuitivní adresa



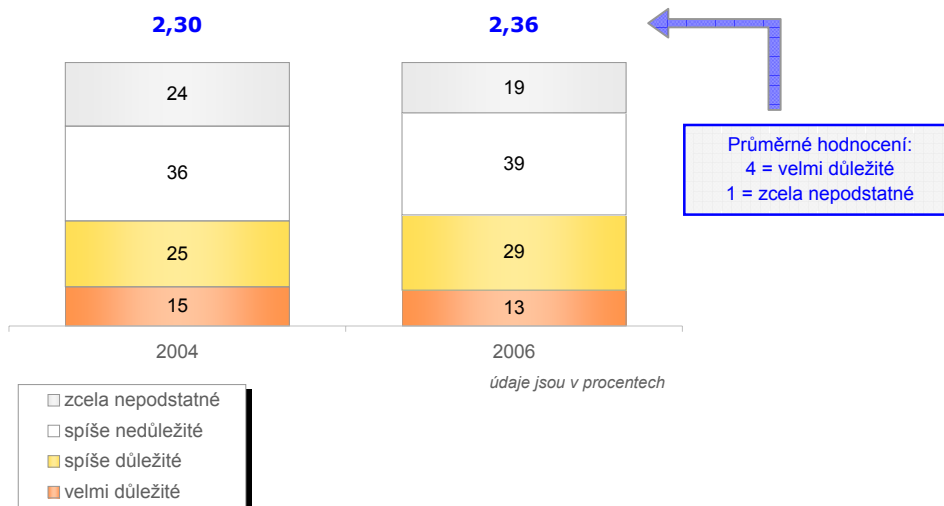
Základ: celý soubor

riziko, že si někdo jiný zaregistruje doménu s podobným názvem



Základ: celý soubor

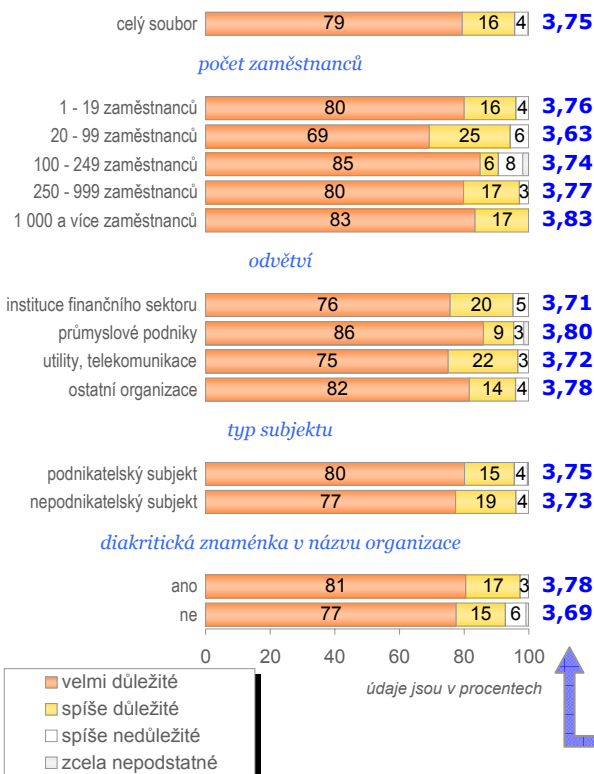
registrace dalších podobně znějících domén jako ochrana před možným zneužitím



Základ: celý soubor

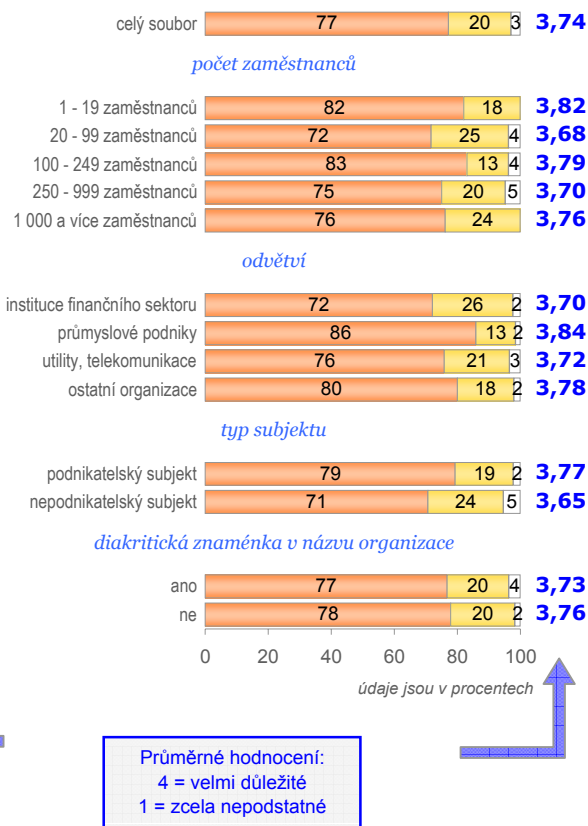
Obecná důležitost vybraných charakteristik při používání doménových názvů druhé úrovně (bez vlivu IDN)

snadné hledání odkazů na naše WWW stránky



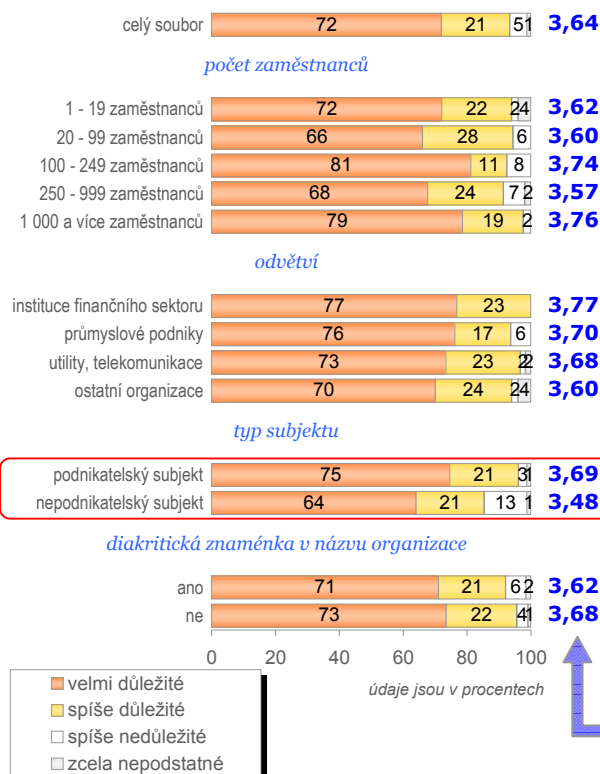
Základ: celý soubor

výstižný název



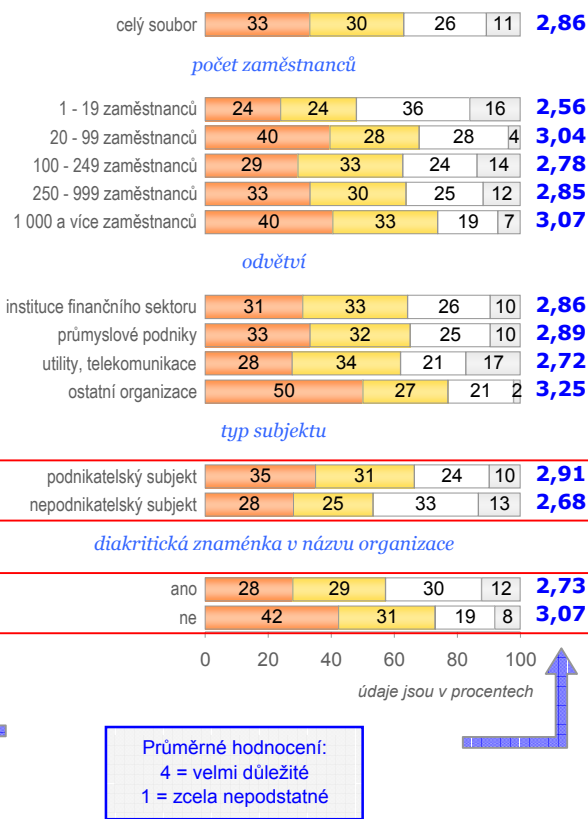
Průměrné hodnocení:
4 = velmi důležité
1 = zcela nepodstatné

intuitivní adresa



Základ: celý soubor

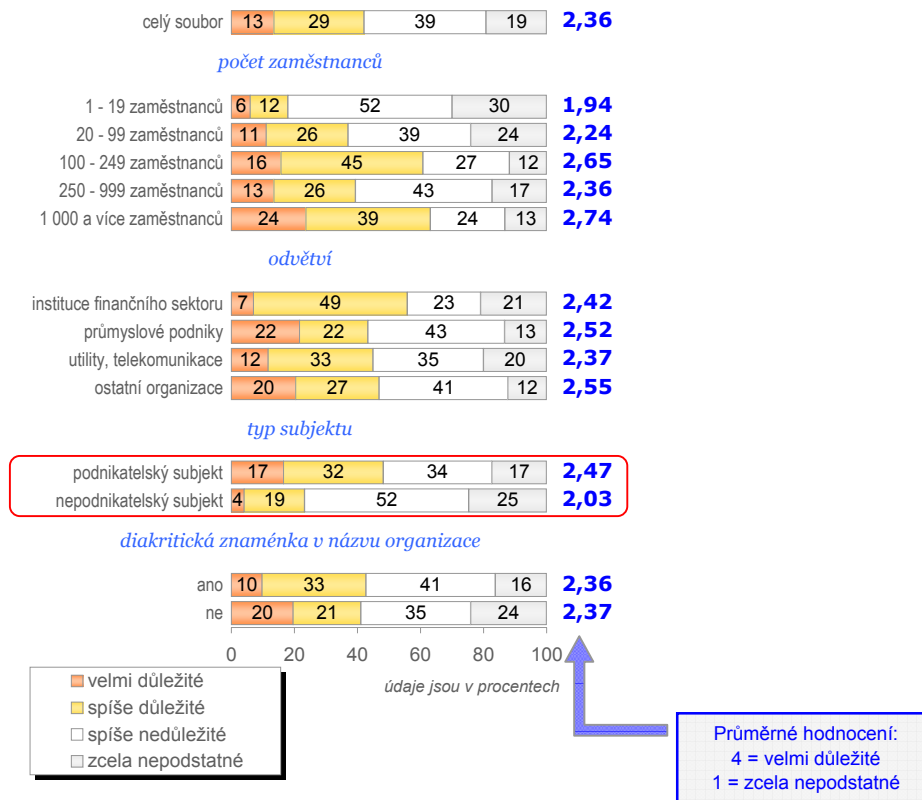
riziko, že si někdo jiný zaregistruje doménu s podobným názvem



Průměrné hodnocení:
4 = velmi důležité
1 = zcela nepodstatné

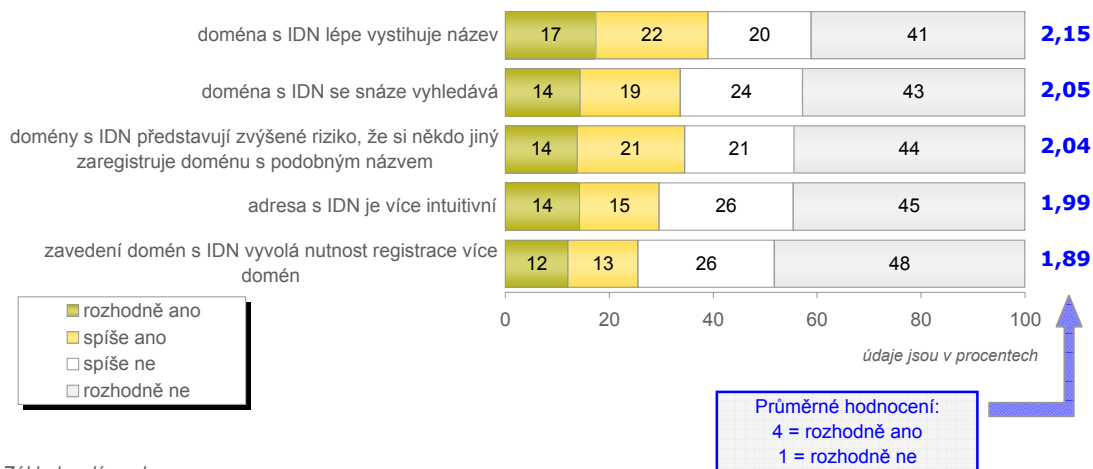
Obecná důležitost vybraných charakteristik při používání doménových názvů druhé úrovně (bez vlivu IDN)

registrace dalších podobně znějících domén jako ochrana před možným zneužitím



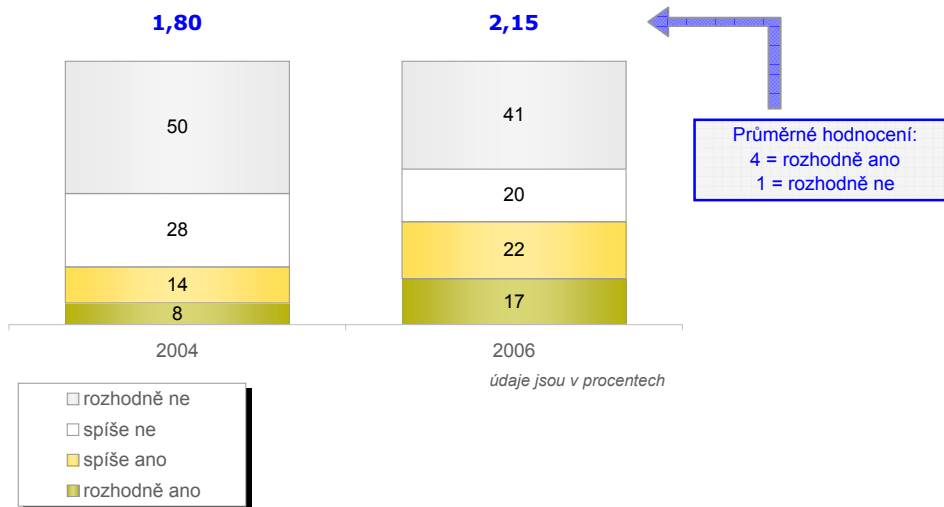
Základ: celý soubor

Užitečnost IDN při zdokonalování vybraných charakteristik



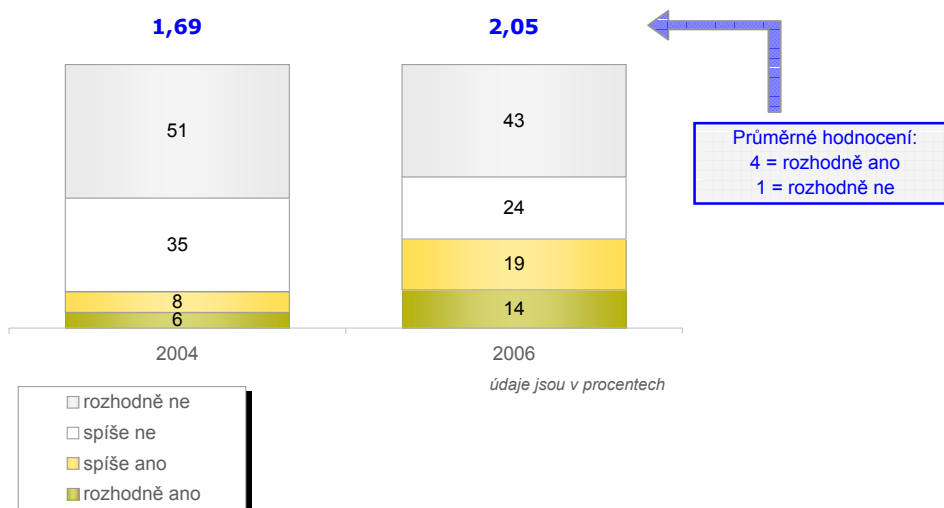
Základ: celý soubor

**Užitečnost IDN při zdokonalování vybraných charakteristik
doména s IDN lépe vystihuje název**



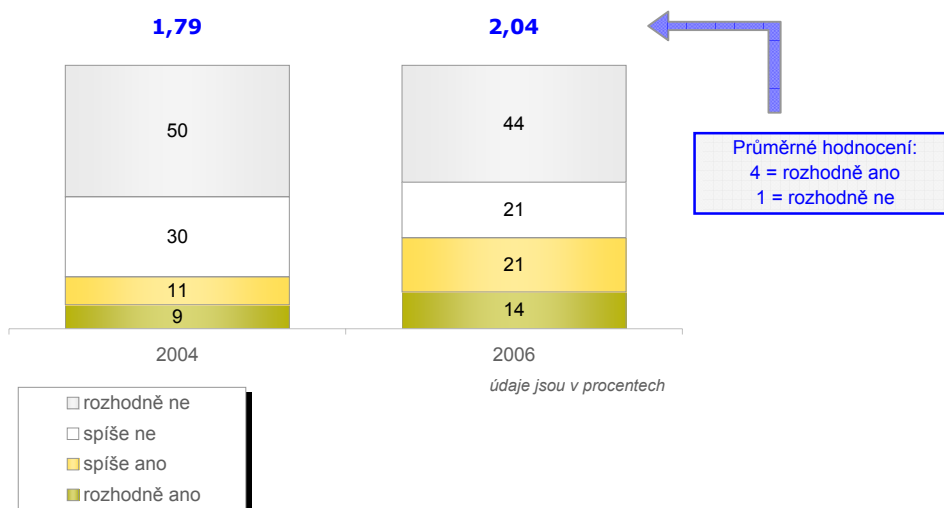
Základ: celý soubor

doména s IDN se snáze vyhledává



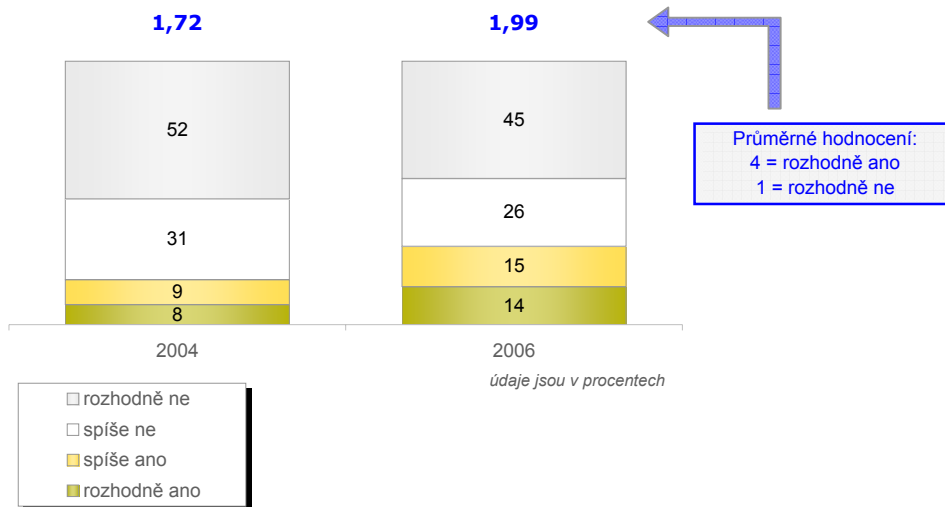
Základ: celý soubor

domény s IDN představují zvýšené riziko, že si někdo jiný zaregistruje doménu s podobným názvem



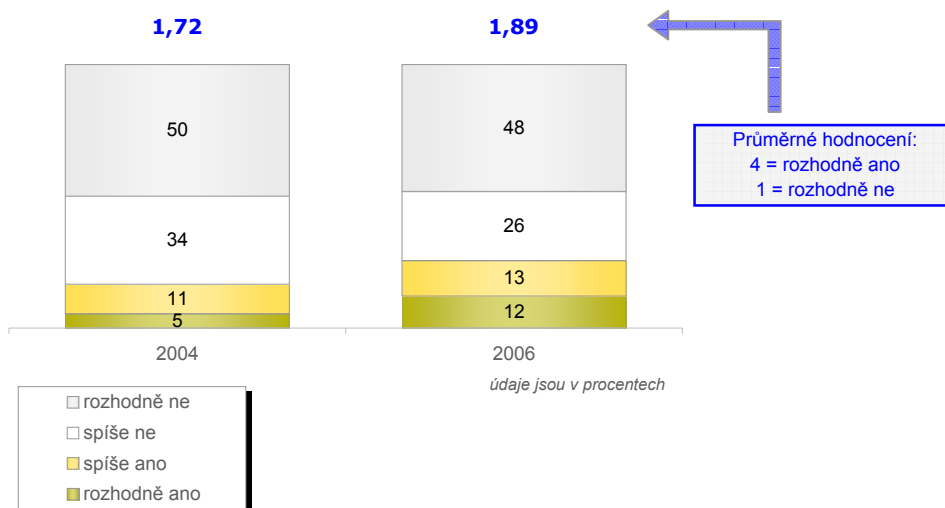
Základ: celý soubor

**Užitečnost IDN při zdokonalování vybraných charakteristik
adresa s IDN je více intuitivní**



Základ: celý soubor

zavedení domén s IDN vyvolá nutnost registrace více domén

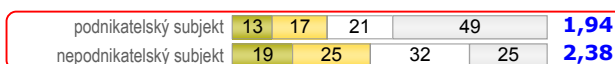
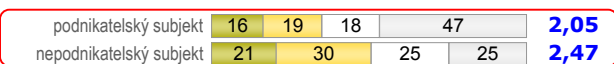
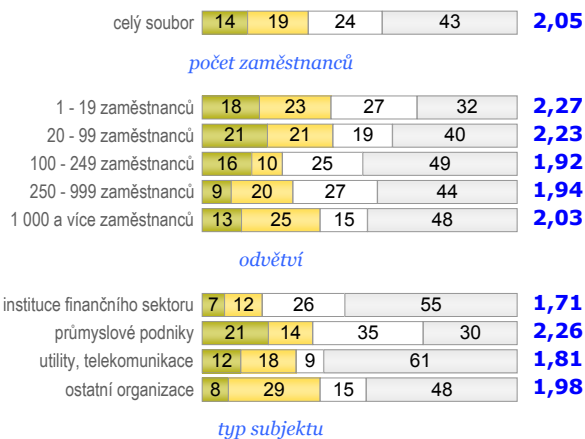


Základ: celý soubor

Užitečnost IDN při zdokonalování vybraných charakteristik

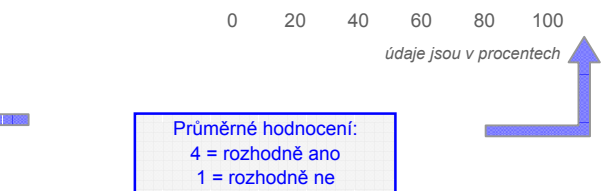
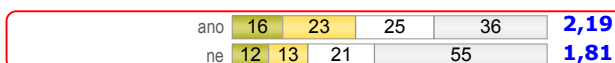
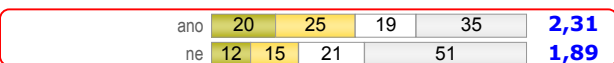
doména s IDN lépe vystihuje název

doména s IDN se snáze vyhledává



diakritická znaménka v názvu organizace

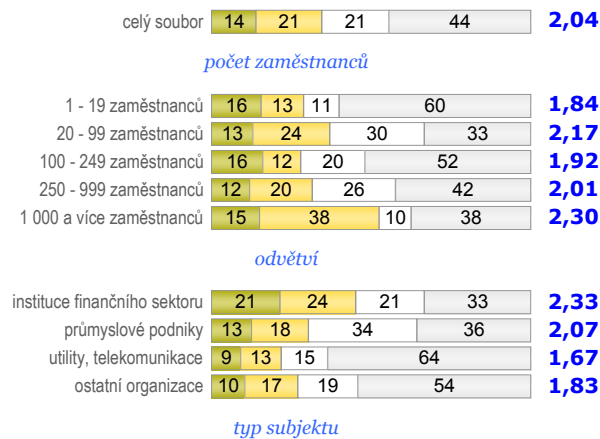
diakritická znaménka v názvu organizace



Základ: celý soubor

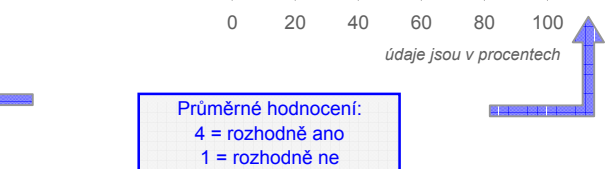
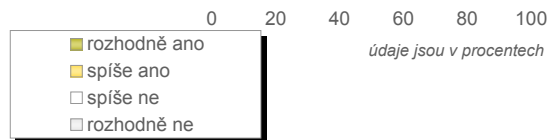
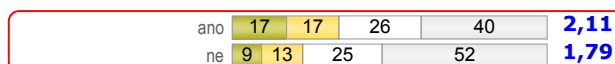
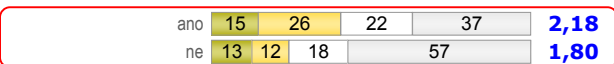
domény s IDN představují zvýšené riziko, že si někdo jiný zaregistruje doménu s podobným názvem

adresa s IDN je více intuitivní



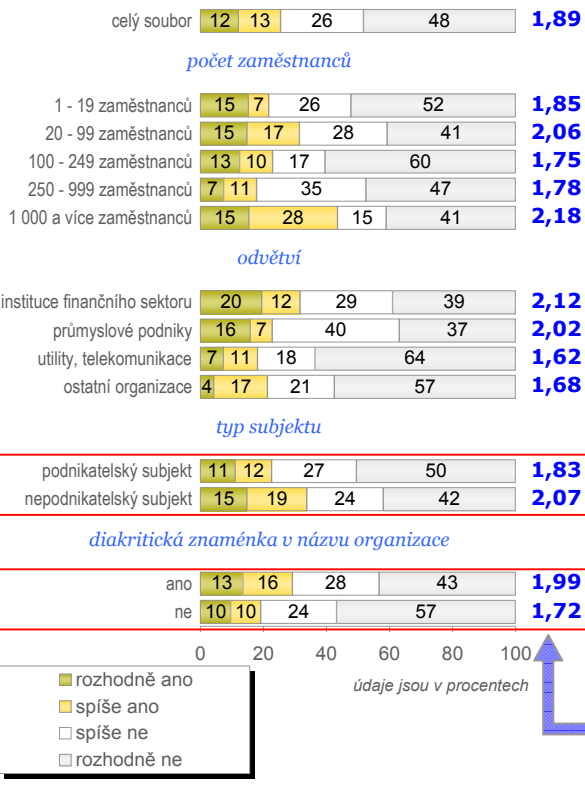
diakritická znaménka v názvu organizace

diakritická znaménka v názvu organizace



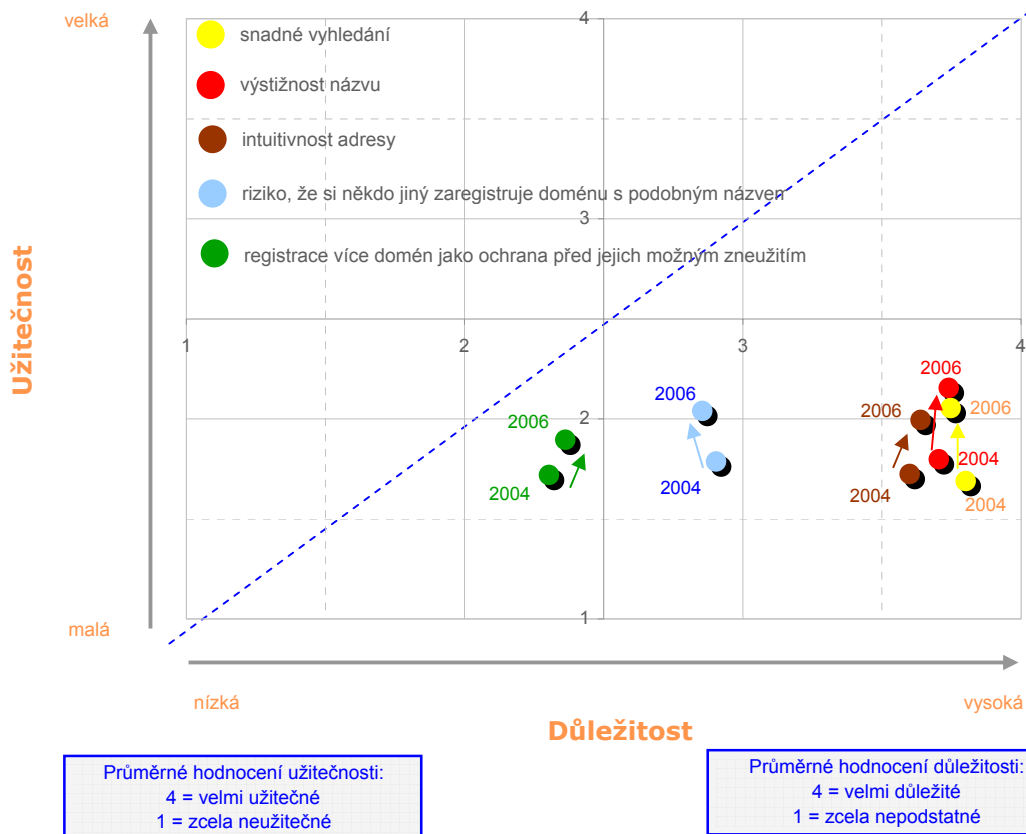
Základ: celý soubor

Užitečnost IDN při zdokonalování vybraných charakteristik zavedení domén s IDN vyvolá nutnost registrace více domén



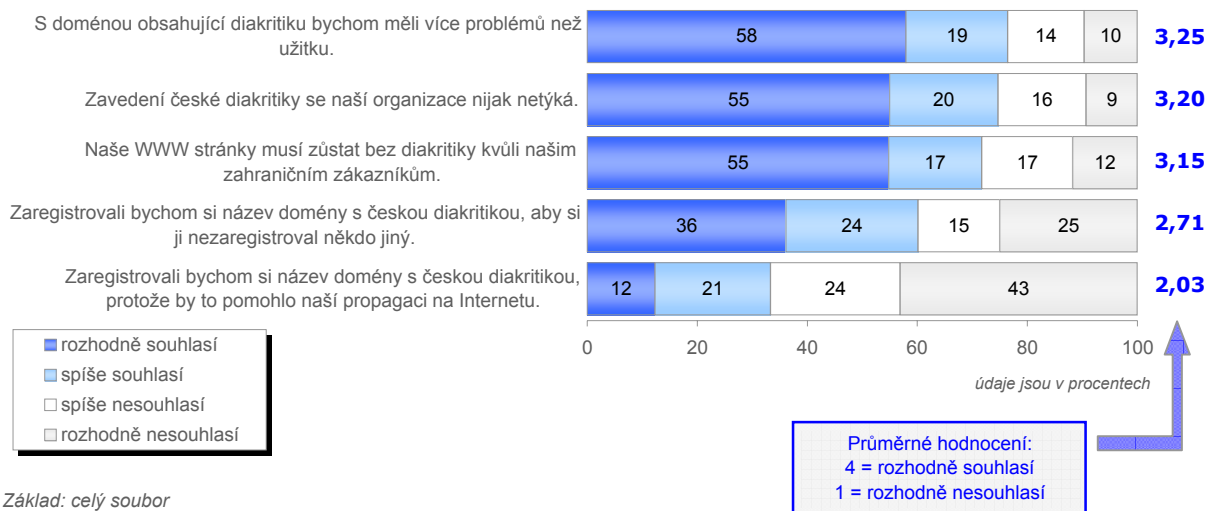
Základ: celý soubor

Změna užitečnosti IDN při uspokojování vybraných charakteristik v čase



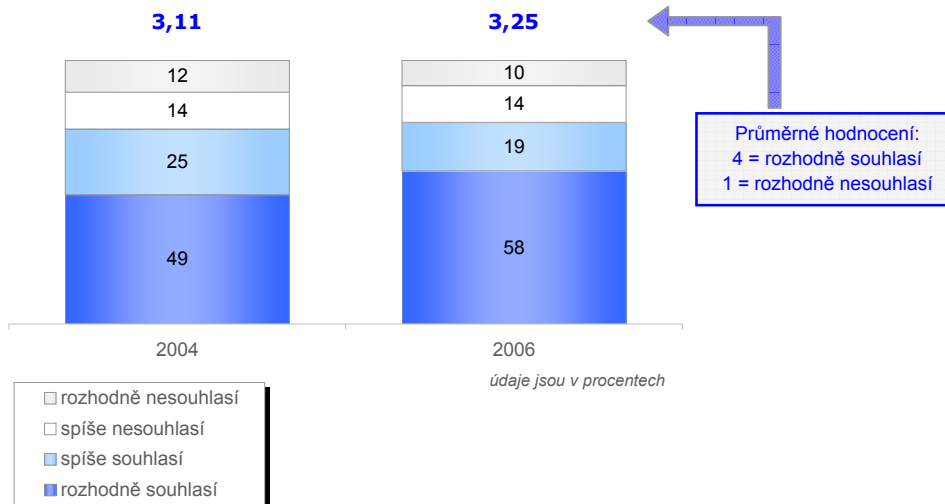
Základ: celý soubor

Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky



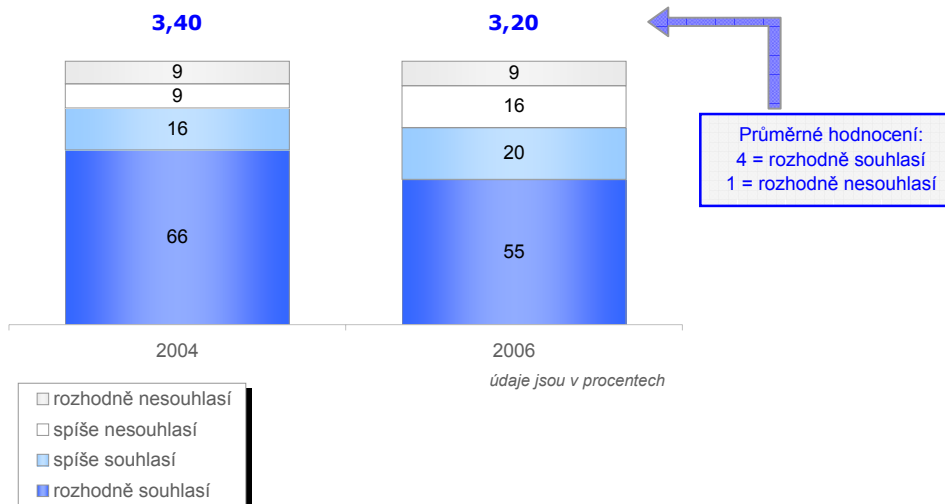
Základ: celý soubor

S doménou obsahující diakritiku bychom měli více problémů než užítku.



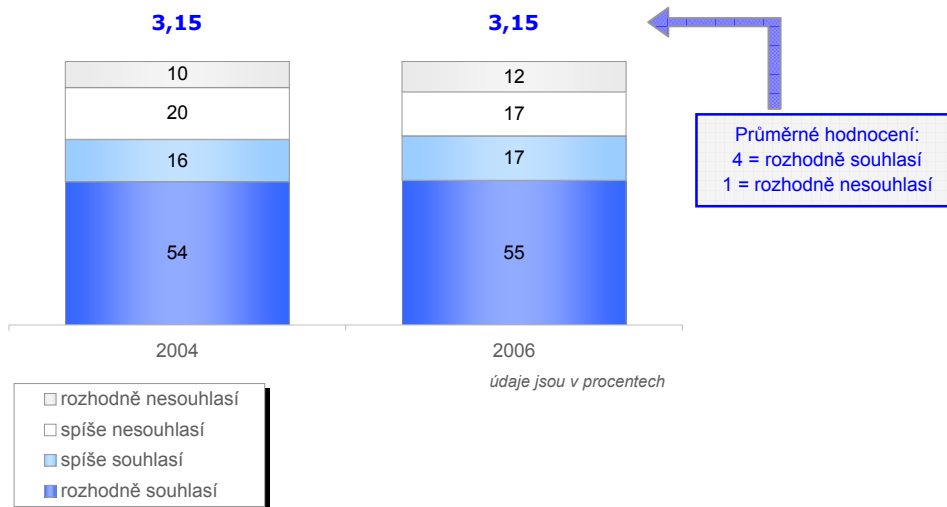
Základ: celý soubor

Zavedení české diakritiky se naší organizace nijak netýká.



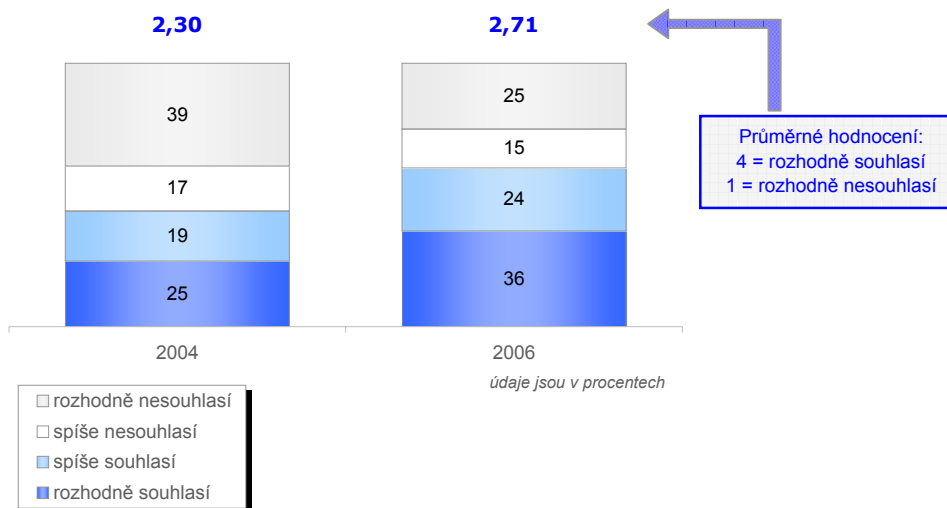
Základ: celý soubor

Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky
 Naše WWW stránky musí zůstat bez diakritiky kvůli našim zahraničním zákazníkům.



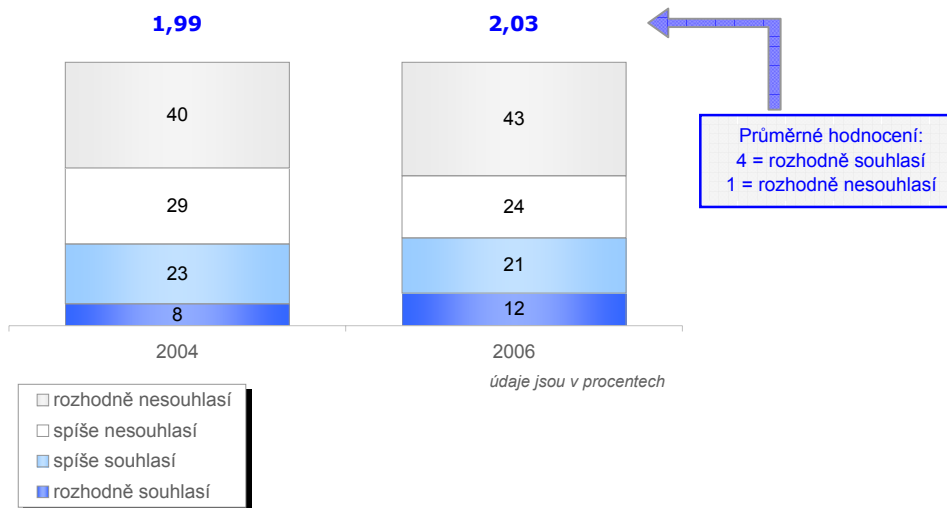
Základ: celý soubor

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



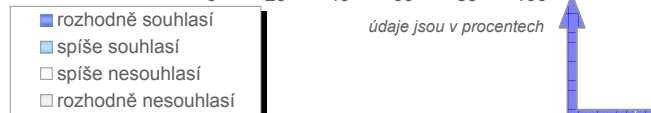
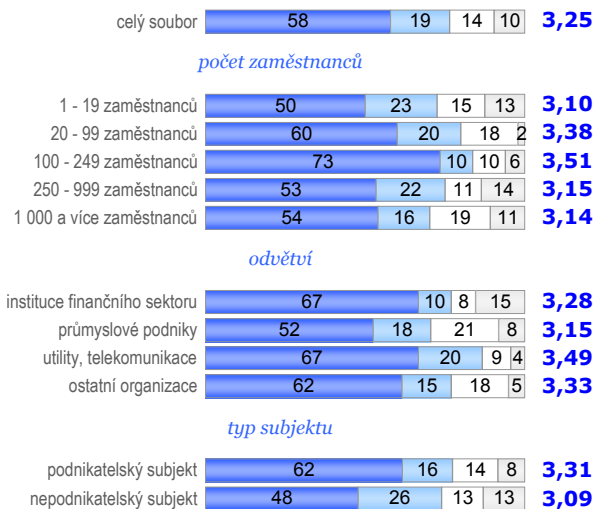
Základ: celý soubor

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



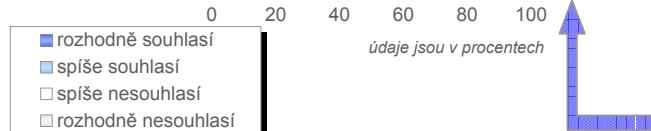
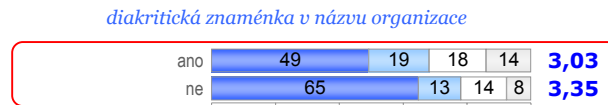
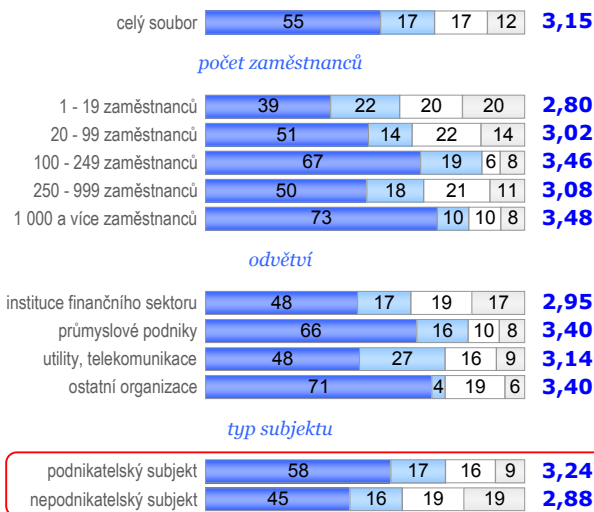
Základ: celý soubor

Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky S doménou obsahující diakritiku bychom měli více problémů než užítka.



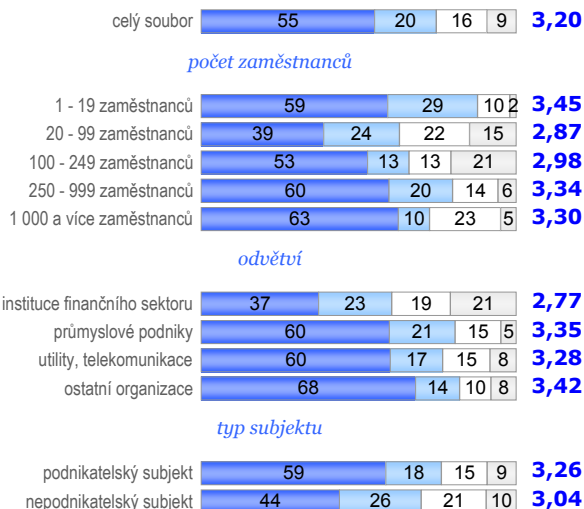
Základ: celý soubor

Naše WWW stránky musí zůstat bez diakritiky kvůli našim zahraničním zákazníkům.



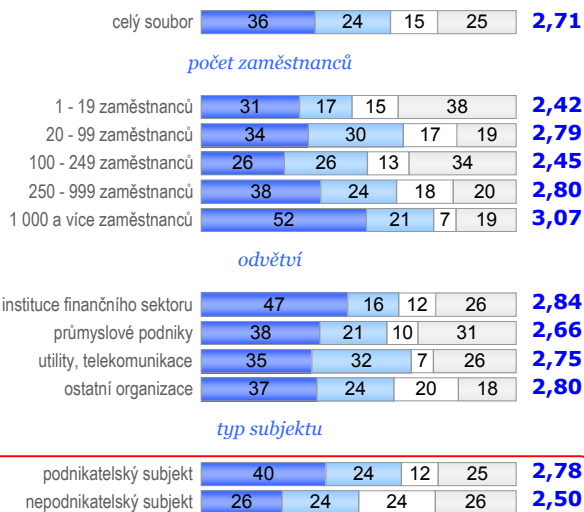
Základ: celý soubor

Zavedení české diakritiky se naší organizace nijak netýká.



Průměrné hodnocení:
4 = rozhodně souhlasí
1 = rozhodně nesouhlasí

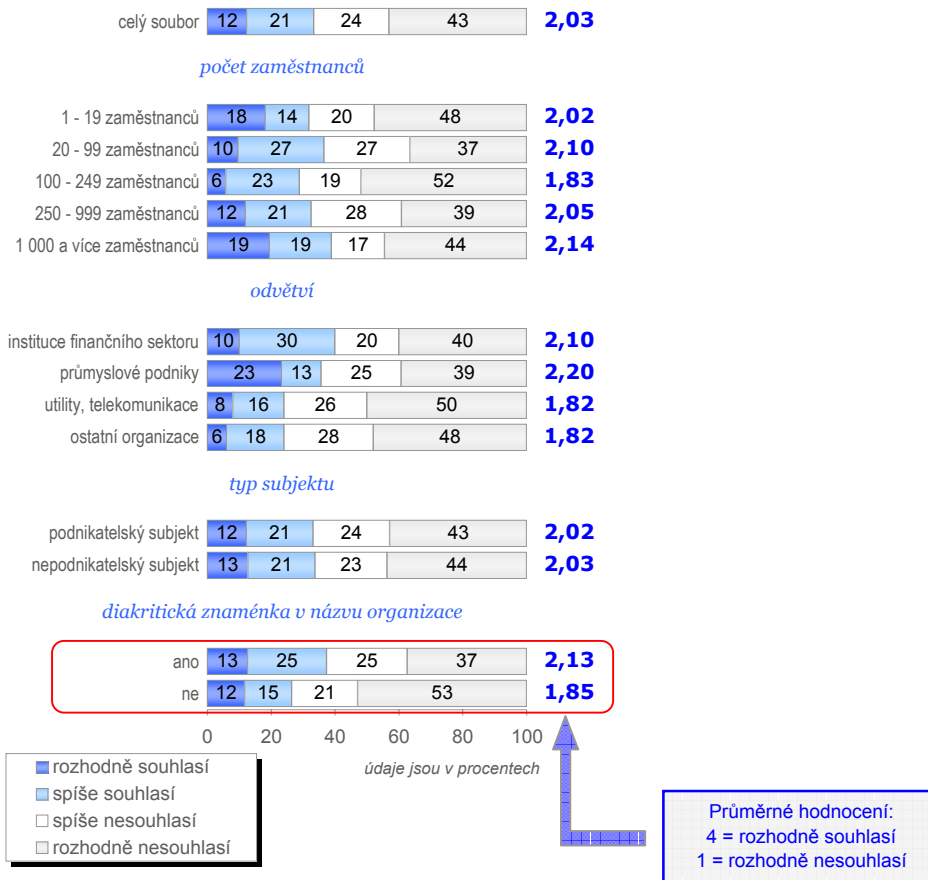
Zaregistrovali bychom si název domény s českou diakritikou, aby si ji nezaregistroval někdo jiný.



Průměrné hodnocení:
4 = rozhodně souhlasí
1 = rozhodně nesouhlasí

Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky

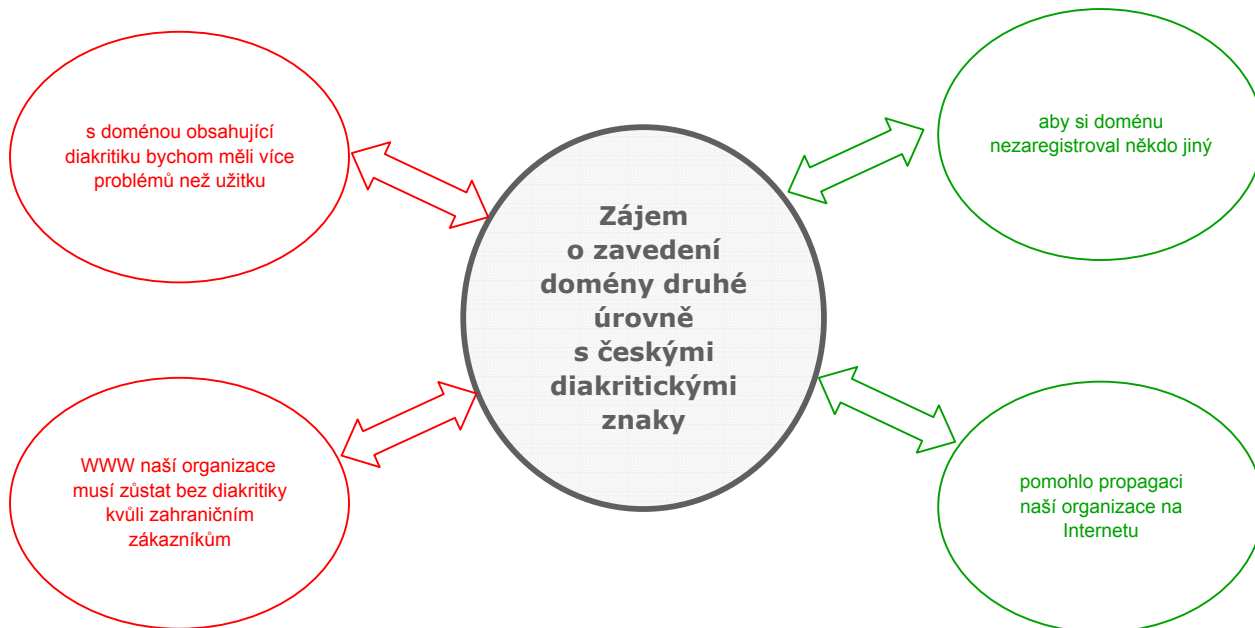
Zaregistrovali bychom si název domény s českou diakritikou, protože by to pomohlo naší propagaci na Internetu.



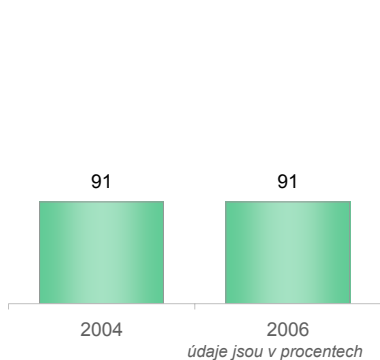
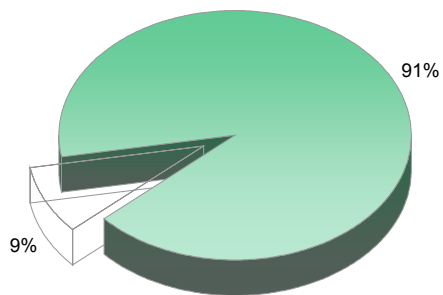
Základ: celý soubor

Nejsilnější argumenty odrazující od zavedení domény druhé úrovně s českými diakritickými znaky

Nejsilnější argumenty podporující zavedení domény druhé úrovně s českými diakritickými znaky

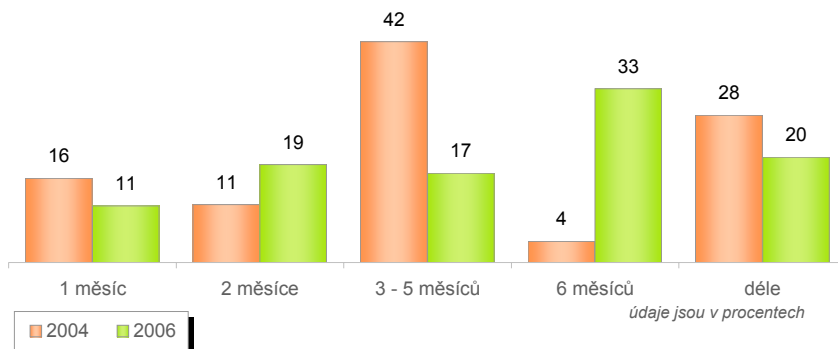


Přednost stávajícího držitele doménového jména při registraci doménového jména s diakritickými znaky



Základ: celý soubor

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



Základ: respondenti, podle kterých by měla existovat přednost při registraci (91%)

Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky

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



Stávající vlastníci domén by měli získat nový název s diakritikou zadarmo.



- rozhodně souhlasí
- spíše souhlasí
- spíše nesouhlasí
- rozhodně nesouhlasí

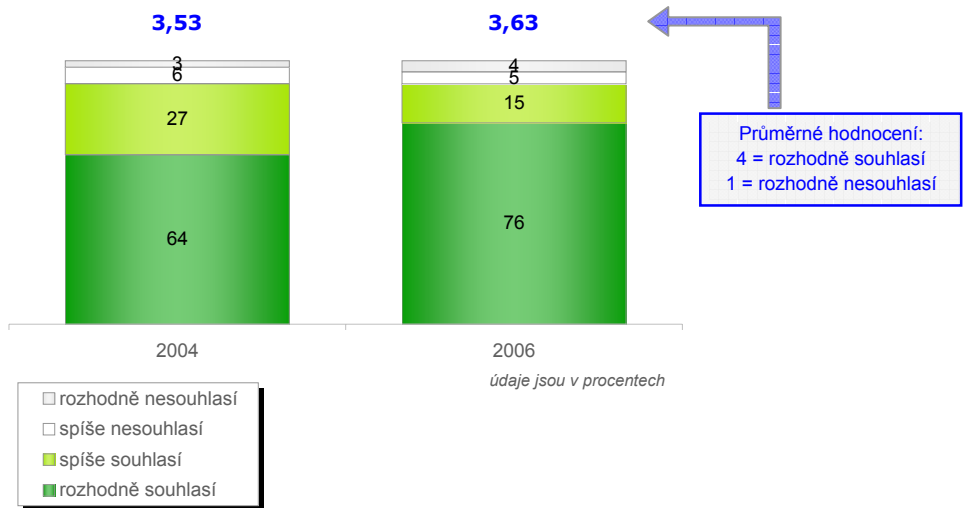
údaje jsou v procentech

Průměrné hodnocení:
4 = rozhodně souhlasí
1 = rozhodně nesouhlasí

Základ: celý soubor

Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky

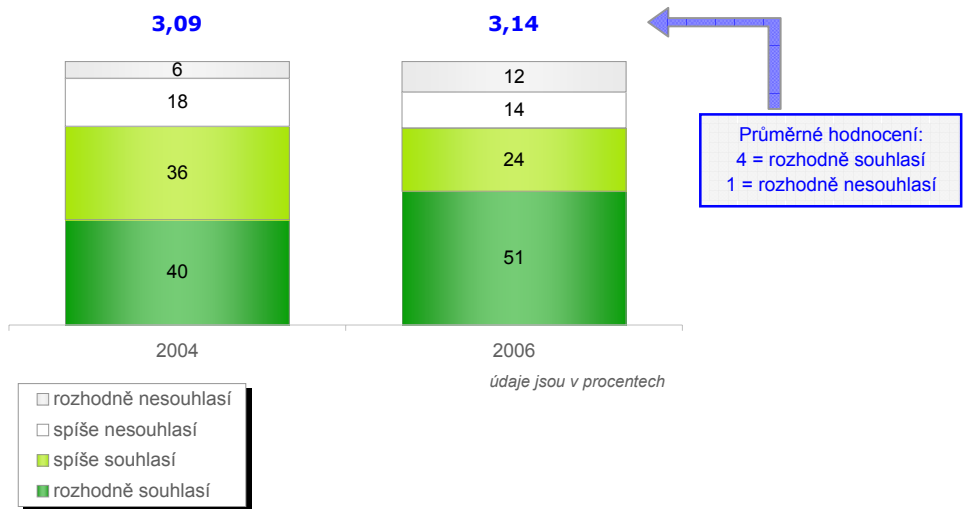
Stávající vlastníci domén by měli mít přednostní právo k novému názvu s diakritikou.



Průměrné hodnocení:
4 = rozhodně souhlasí
1 = rozhodně nesouhlasí

Základ: celý soubor

Stávající vlastníci domén by měli získat nový název s diakritikou zadarmo.



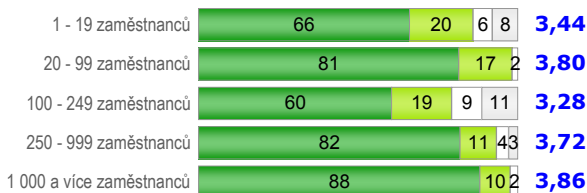
Průměrné hodnocení:
4 = rozhodně souhlasí
1 = rozhodně nesouhlasí

Základ: celý soubor

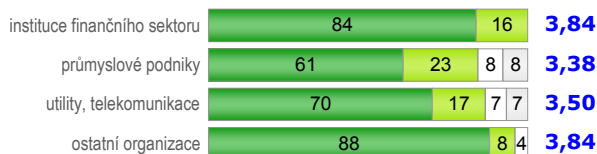
Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaky
Stávající vlastníci domén by měli mít přednostní právo k novému názvu s diakritikou.

celý soubor **3,63**

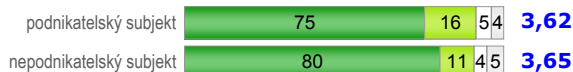
počet zaměstnanců



odvětví



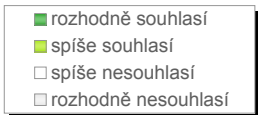
typ subjektu



diakritická znaménka v názvu organizace



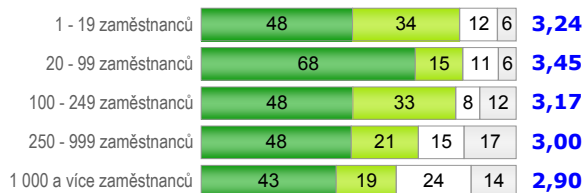
údaje jsou v procentech



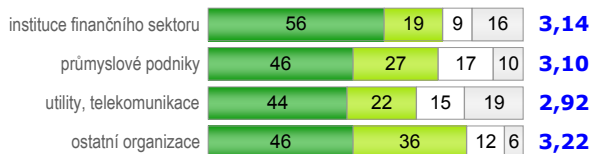
Stávající vlastníci domén by měli získat nový název s diakritikou zadarmo.

celý soubor **3,14**

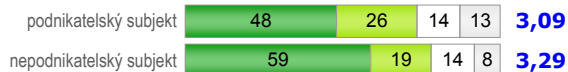
počet zaměstnanců



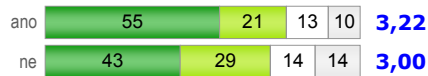
odvětví



typ subjektu



diakritická znaménka v názvu organizace

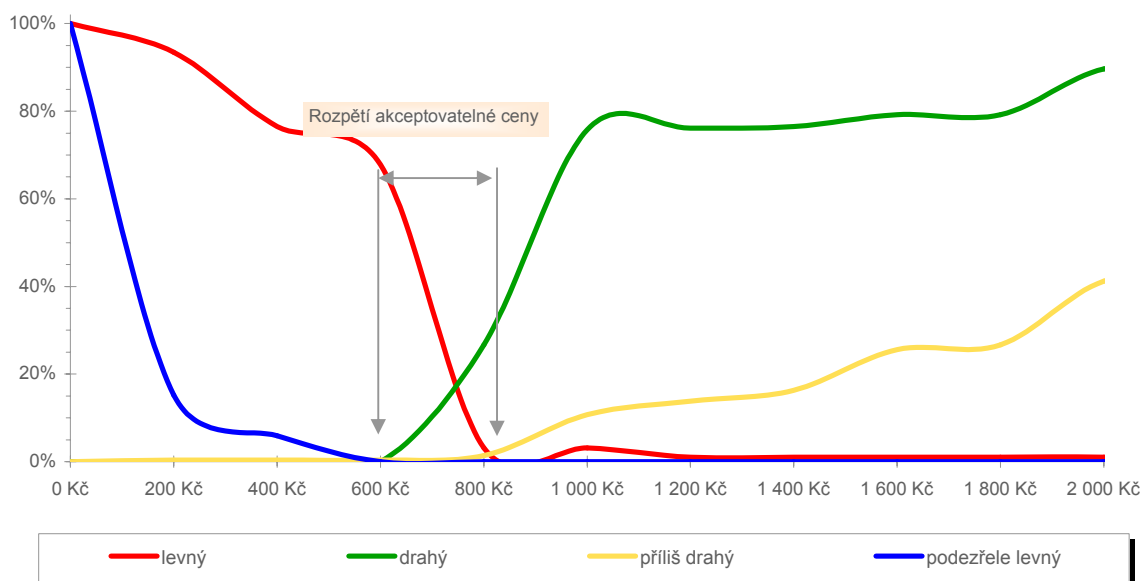


údaje jsou v procentech

Průměrné hodnocení:
 4 = rozhodně souhlasí
 1 = rozhodně nesouhlasí

Základ: celý soubor

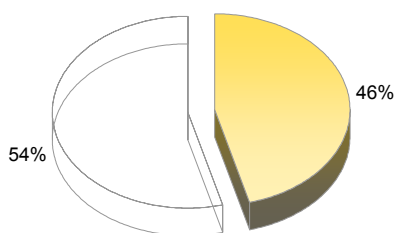
Poplatek za registraci domény druhé úrovně na jeden rok



Definice průsečíku	Průsečík křivek	Výše poplatku	Podíl populace
Nejnižší přípustná cena		588 Kč	0,3%
Indiferentní cena		600 Kč	0,0%
Optimální cena		748 Kč	19,8%
Nejvyšší akceptovatelná cena		837 Kč	3,1%

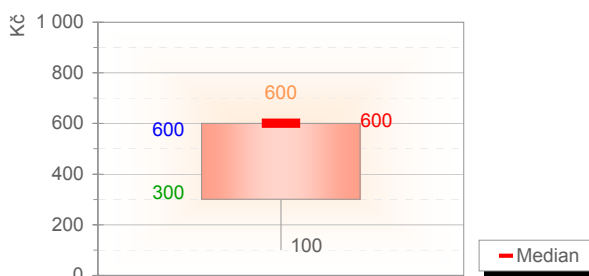
Základ: celý soubor

Odhad výše poplatku za registraci domény s diakritickými znaky pro současné vlastníky domény



- registrace by měla být zpoplatněna
- registrace by měla být zdarma

Základ: celý soubor



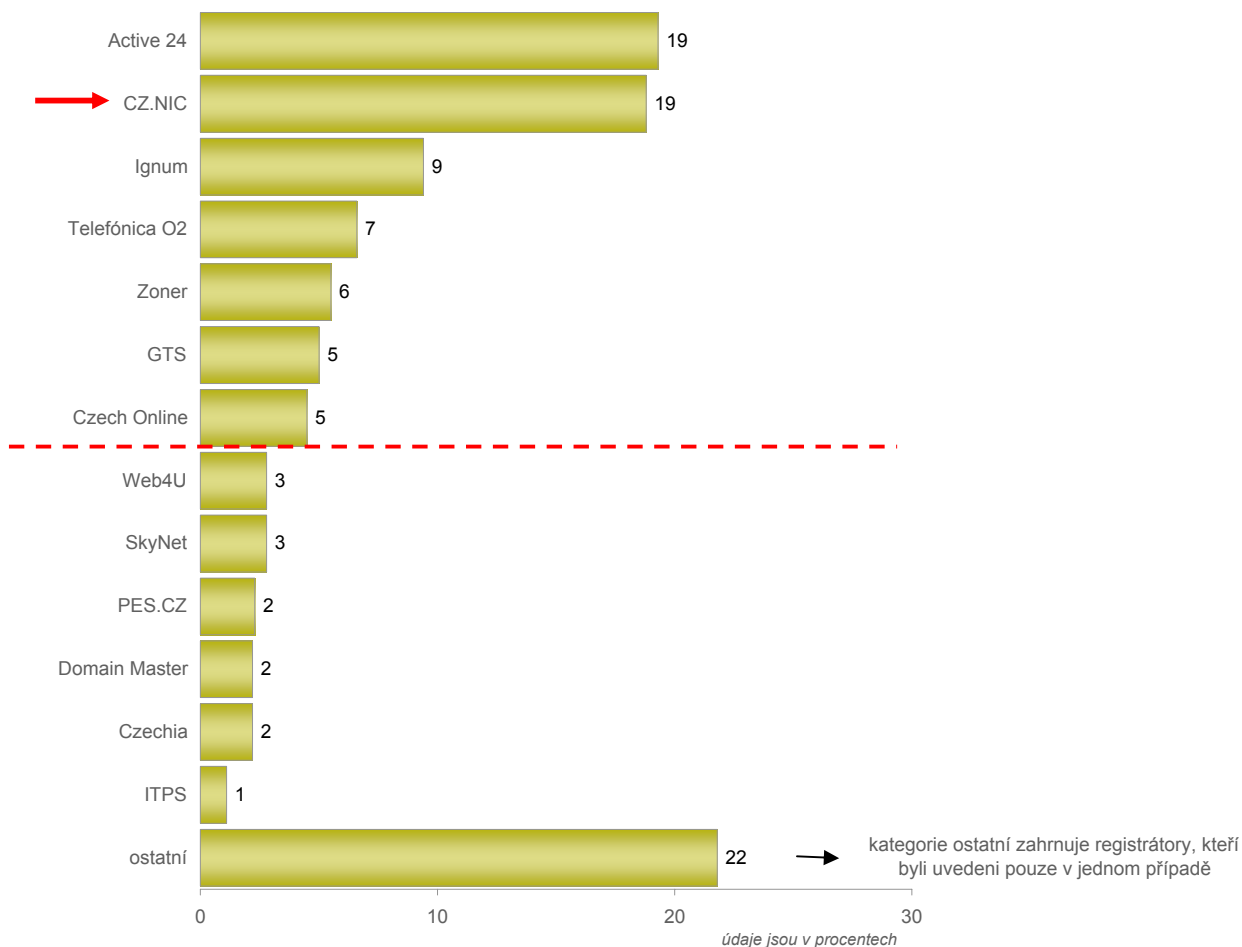
Průměr	472 Kč	
Median	600 Kč	
Minimum	100 Kč	
Maximum	600 Kč	
Percentily	25	300 Kč
	75	600 Kč



Základ: respondenti, podle kterých by se mělo za registraci platit (46%)

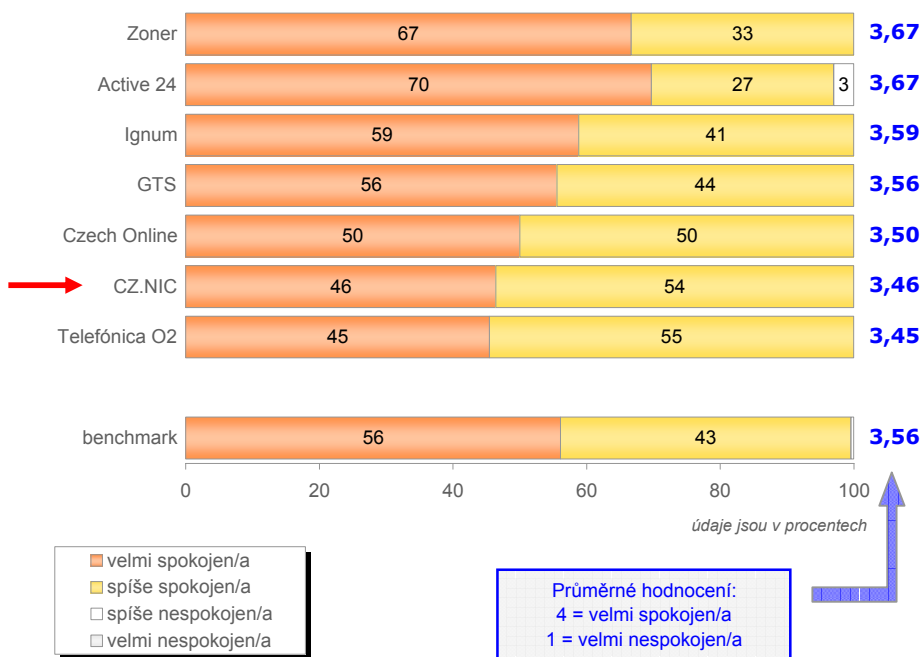
2.3. HODNOCENÍ REGISTRÁTORA DOMÉNY

Registrátor domény



Základ: celý soubor

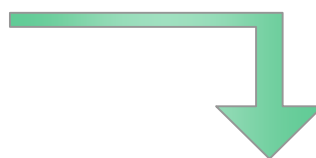
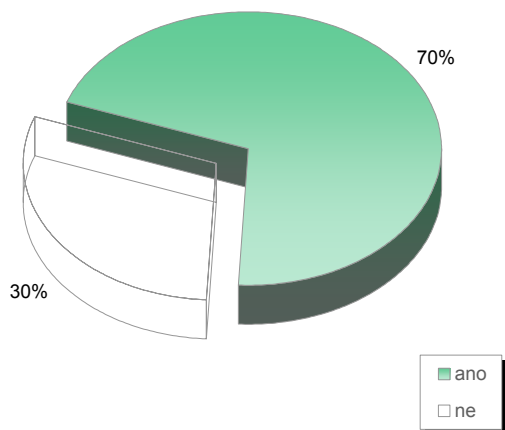
Spokojenost s vybranými registrátory



Základ: organizace, které využívají služeb daných registrátorů

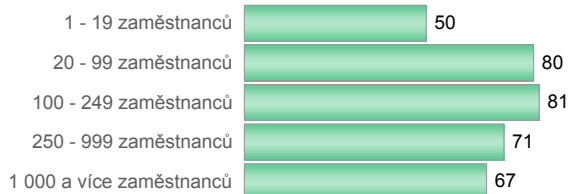
2.4. HODNOCENÍ SDRUŽENÍ CZ.NIC

Povědomí o sdružení CZ.NIC

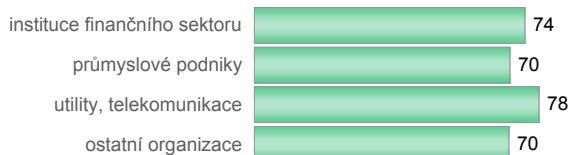


celý soubor 70

počet zaměstnanců



odvětví



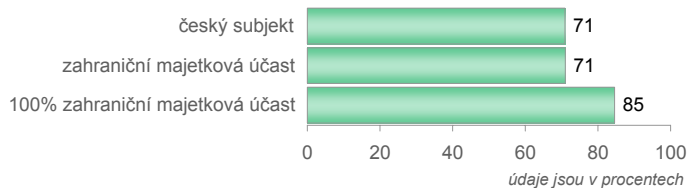
typ subjektu



diakritická znaménka v názvu organizace

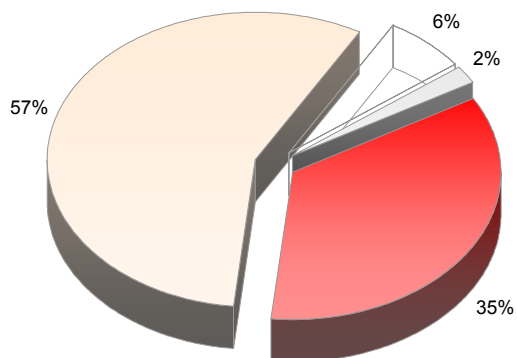


typ vlastnictví

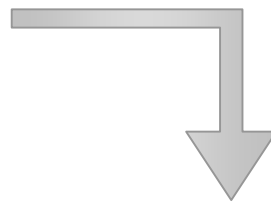


Základ: celý soubor

Spokojenost s činností sdružení CZ.NIC



■ velmi spokojen/a
■ spíše spokojen/a
■ spíše nespokojen/a
■ velmi nespokojen/a



celý soubor 35 57 6 2 **3,25**

počet zaměstnanců

1 - 19 zaměstnanců	46	38	15	3,31
20 - 99 zaměstnanců	29	68	4	3,25
100 - 249 zaměstnanců	34	53	6	3,16
250 - 999 zaměstnanců	37	58	6	3,31
1 000 a více zaměstnanců	33	57	5	3,19

odvětví

instituce finančního sektoru	42	58	7	3	3,42
průmyslové podniky	43	47	7	3	3,30
utility, telekomunikace	34	52	14	6	3,21
ostatní organizace	15	73	8	4	3,00

typ subjektu

podnikatelský subjekt	36	55	7	3	3,24
nepodnikatelský subjekt	31	66	3	3	3,28

diakritická znaménka v názvu organizace

ano	39	54	3	3	3,29
ne	29	61	11	3	3,18

typ vlastnictví

český subjekt	31	57	9	3	3,17
zahraniční majetková účast	41	53	6	3	3,35
100% zahraniční majetková účast	42	54	4	3	3,35

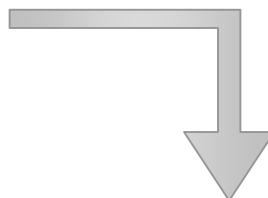
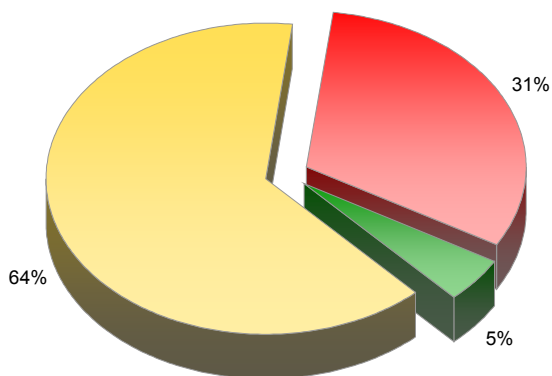


■ velmi spokojen/a
■ spíše spokojen/a
■ spíše nespokojen/a
■ velmi nespokojen/a

Průměrné hodnocení:
 4 = velmi spokojen/a
 1 = velmi nespokojen/a

Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC

Srovnání spokojenosti s činností sdružení CZ.NIC se spokojeností s vlastním registrátorem



celý soubor	31	64	5
<i>počet zaměstnanců</i>			
1 - 19 zaměstnanců	30	70	
20 - 99 zaměstnanců	35	61	4
100 - 249 zaměstnanců	34	62	3
250 - 999 zaměstnanců	36	58	7
1 000 a více zaměstnanců	12	82	6
<i>odvětví</i>			
instituce finančního sektoru	32	68	
průmyslové podniky	36	64	
utility, telekomunikace	25	63	13
ostatní organizace	40	50	10
<i>typ subjektu</i>			
podnikatelský subjekt	32	63	5
nepodnikatelský subjekt	29	67	4
<i>diakritická znaménka v názvu organizace</i>			
ano	25	71	4
ne	42	52	6
<i>typ vlastnictví</i>			
český subjekt	35	61	5
zahraniční majetková účast	25	67	8
100% zahraniční majetková účast	30	65	4

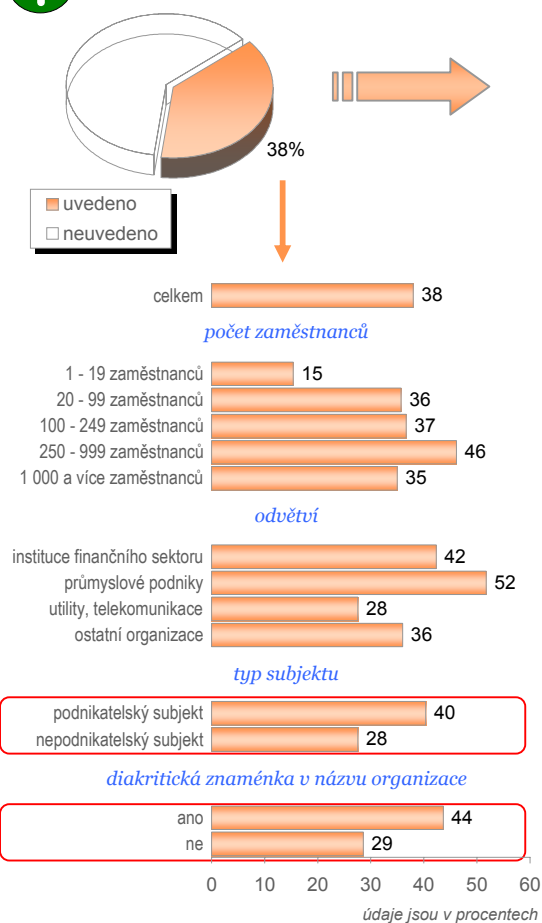
údaje jsou v procentech

- spokojenost s CZ.NIC je nižší než spokojenost s vlastním registrátorem
- spokojenost s CZ.NIC je stejná se spokojeností s vlastním registrátorem
- spokojenost s CZ.NIC je vyšší než spokojenost s vlastním registrátorem

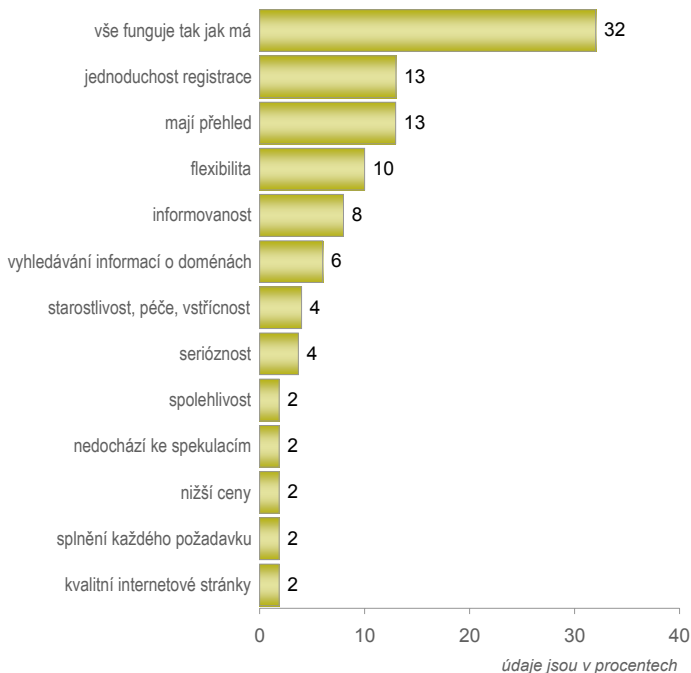
Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC a zároveň CZ.NIC není jejich registrátorem



Spontánně uvedená pozitiva sdružení CZ.NIC



První na mysli



Všechny uvedené

	procenta
vše funguje tak jak má	34
jednoduchost registrace	17
mají přehled	15
informovanost	11
flexibilita	11
vyhledávání informací o doménách	6
starostlivost, péče, vstřícnost	4
serióznost	4
celková organizace domén	4
důvěryhodnost	2
spolehlivost	2
nedochází ke spekulacím	2
nižší ceny	2
dosažitelnost	2
splnění každého požadavku	2
kvalitní internetové stránky	2

údaje jsou řazeny podle relativních četností

- nejčastěji opakovaná odpověď
- často opakovaná odpověď
- ojedinělá odpověď

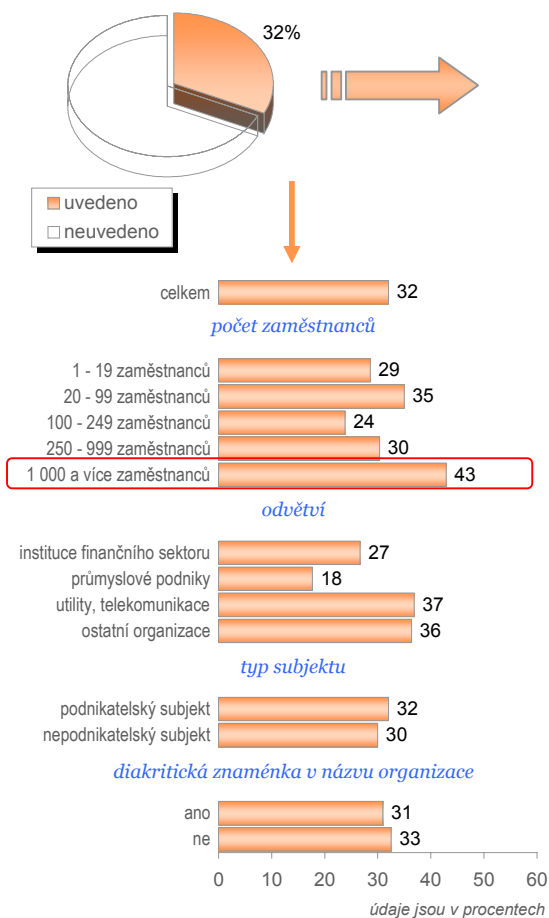
počet odpovědí = 64
počet respondentů = 54



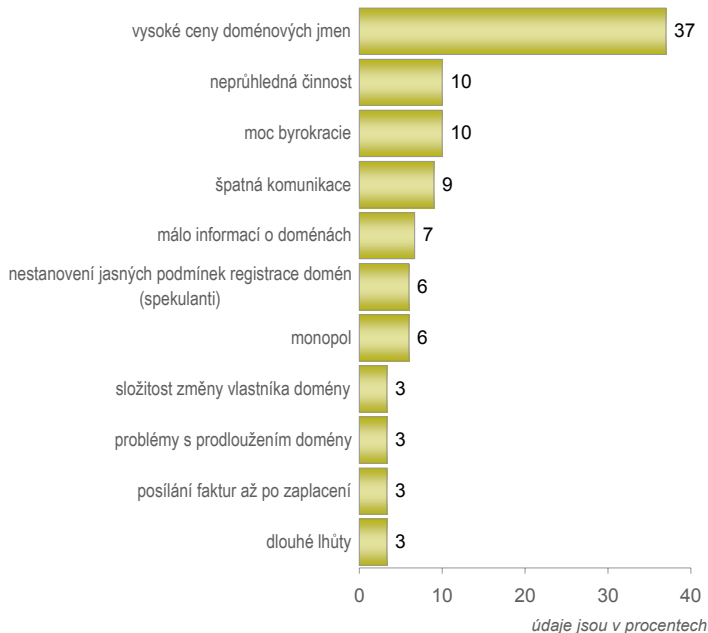
Základ: respondenti, kteří jsou alespoň částečně spokojeni s činností sdružení CZ.NIC



Spontánně uvedená negativa sdružení CZ.NIC



První na mysli



Všechny uvedené

	procenta
vysoké ceny doménových jmen	37
moc byrokracie	13
neprůhledná činnost	10
nestanovení jasných podmínek registrace domén (spekulanti)	10
monopol	7
málo informací o doménách	7
špatná komunikace	7
malá vstřícnost, otevřenost	3
problémy s prodloužením domény	3
nekoordinace činností	3
chyby v postupech	3
posílání faktur až po zaplacení	3
složitost změny vlastníka domény	3
dlouhé lhůty	3

údaje jsou řazeny podle relativních četností

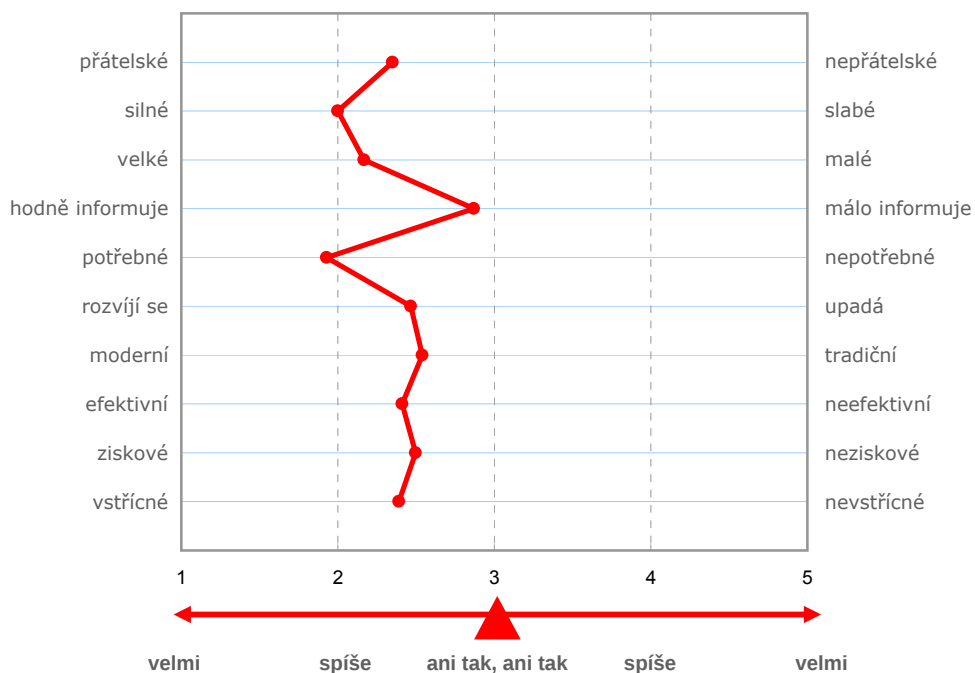
- nejčastěji opakovaná odpověď
- často opakovaná odpověď
- ojedinělá odpověď

počet odpovědí = 34
počet respondentů = 30



Základ: respondenti, kteří jsou alespoň částečně nespokojeni s činností sdružení CZ.NIC

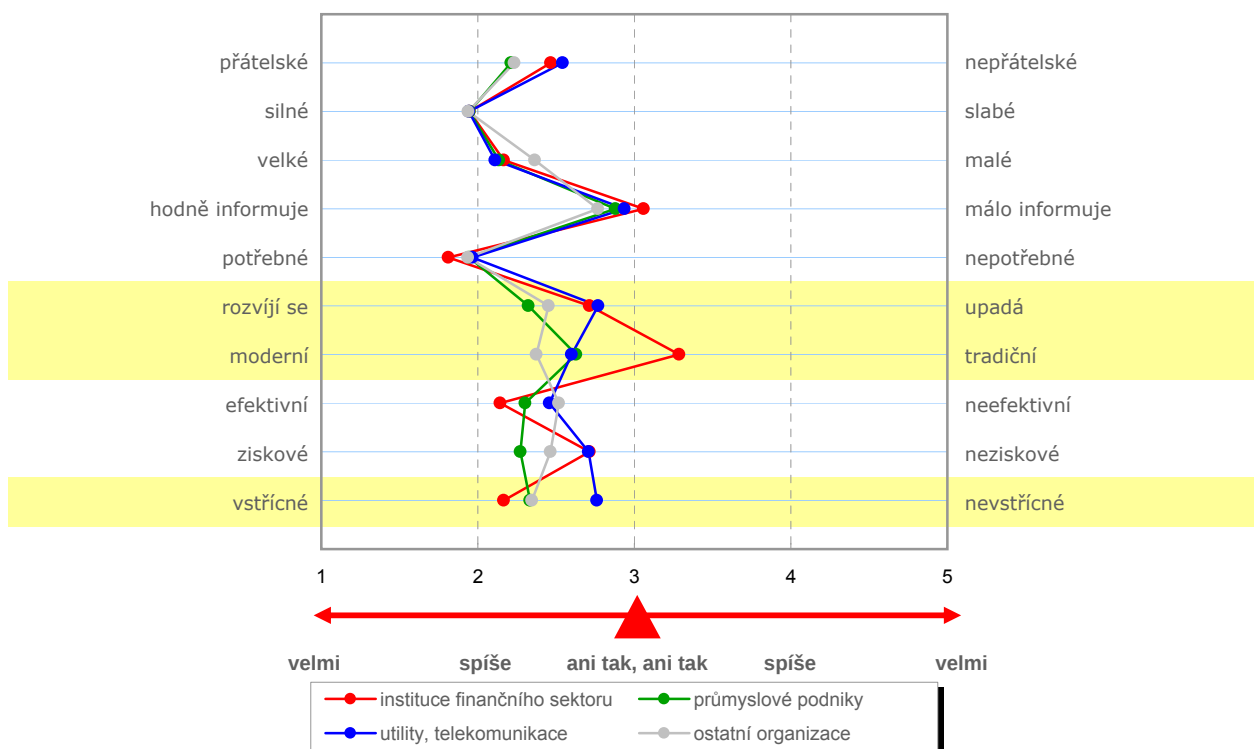
Charakteristika sdružení CZ.NIC



Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC

Charakteristika sdružení CZ.NIC

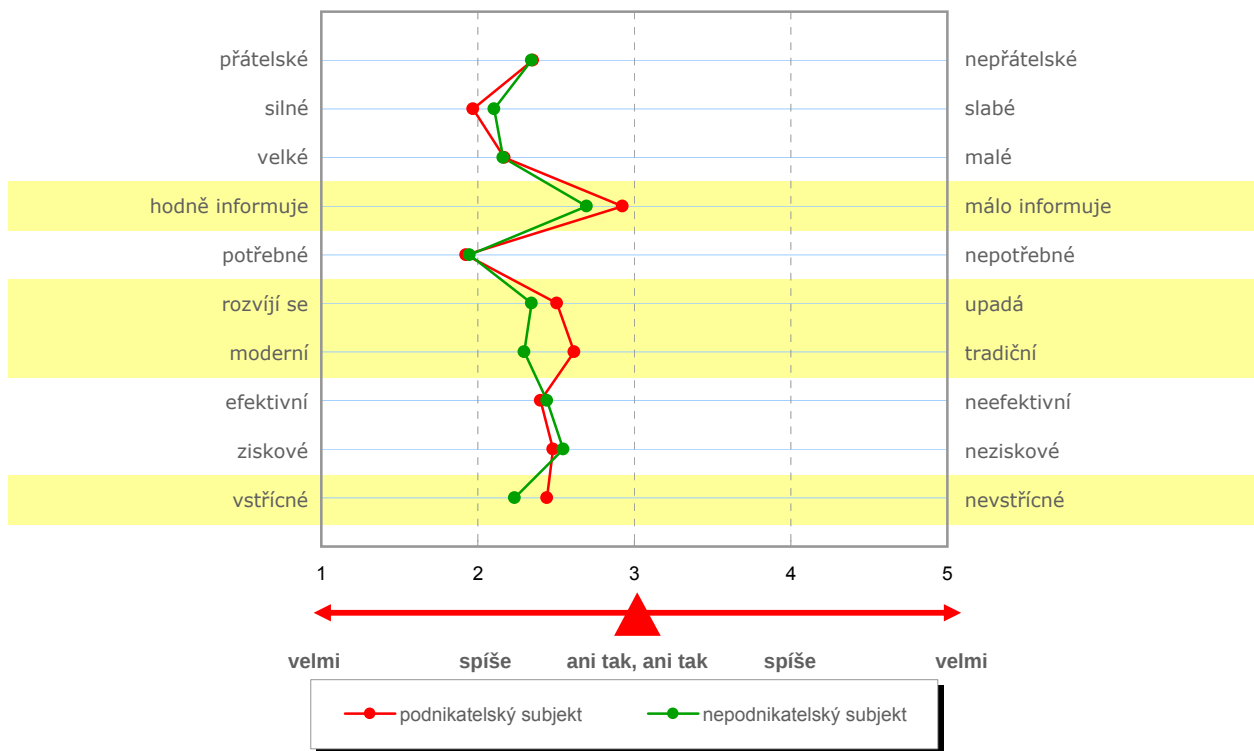
podle odvětví



Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC

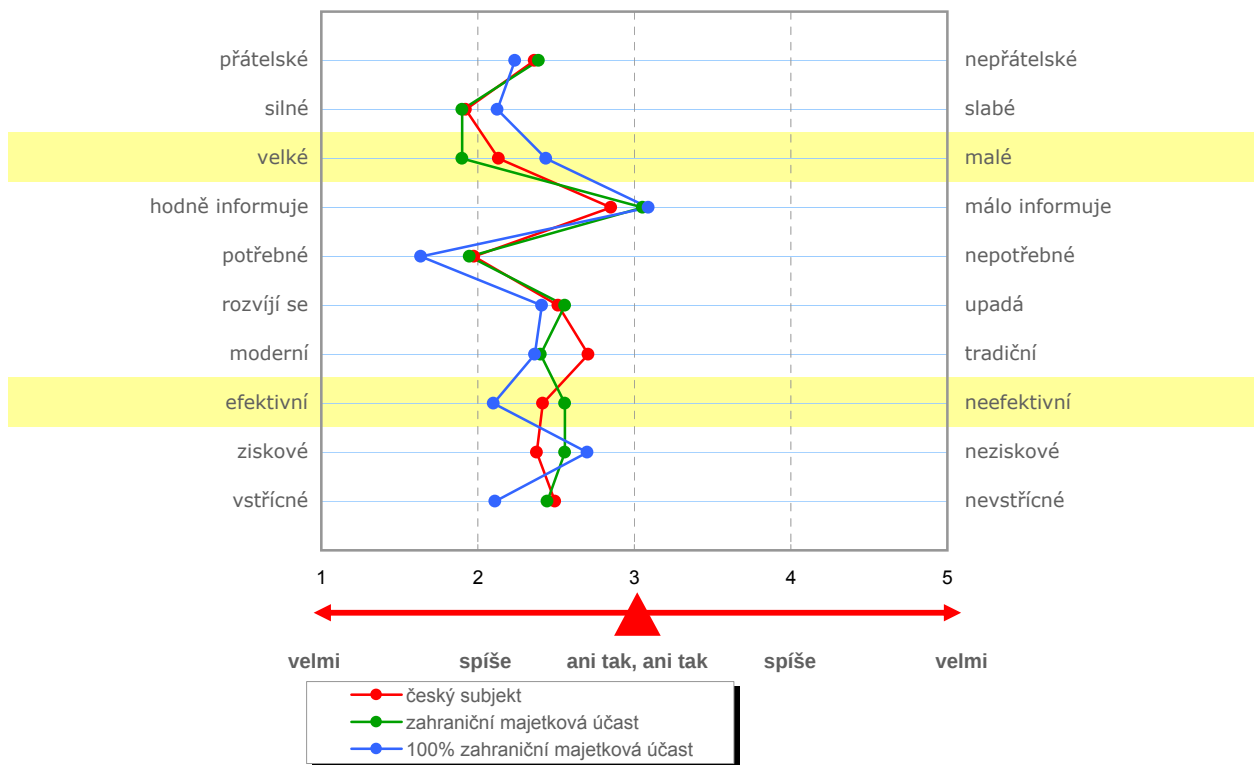
Charakteristika sdružení CZ.NIC

podle typu subjektu



Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC

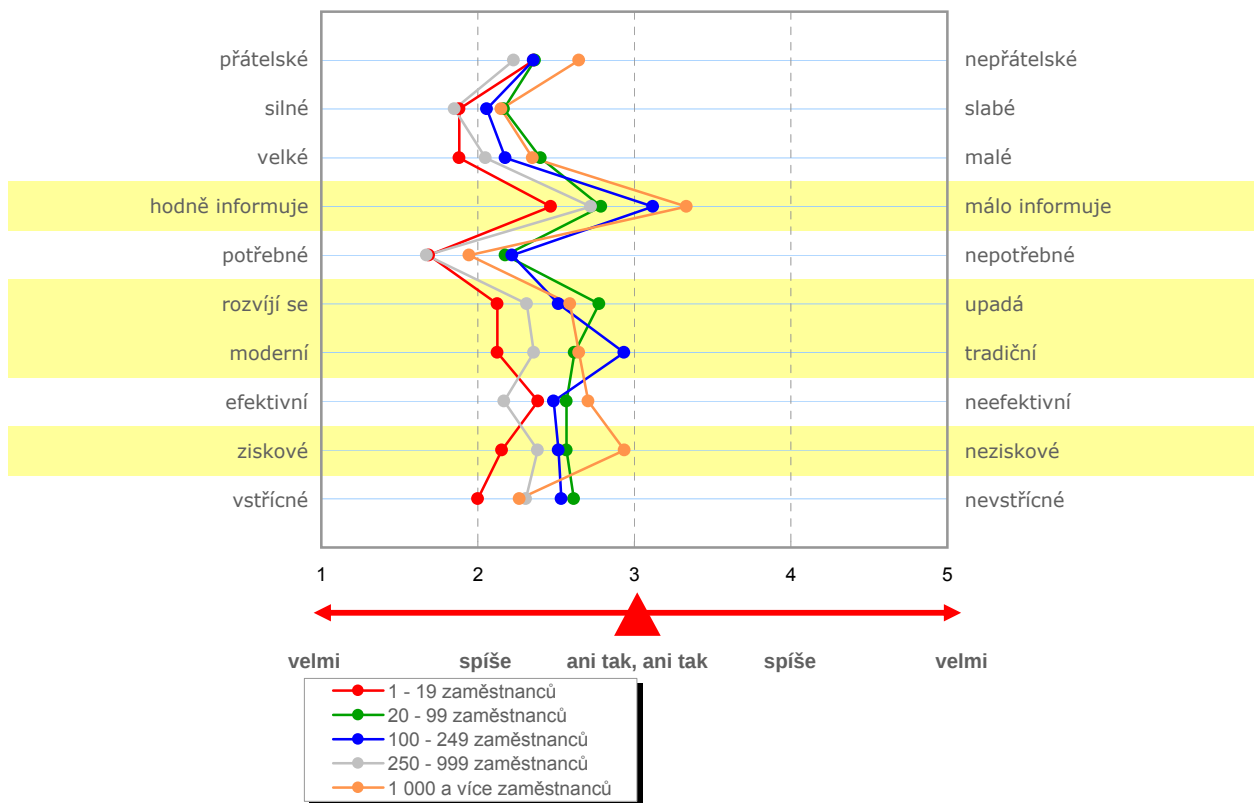
podle typu vlastnictví



Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC

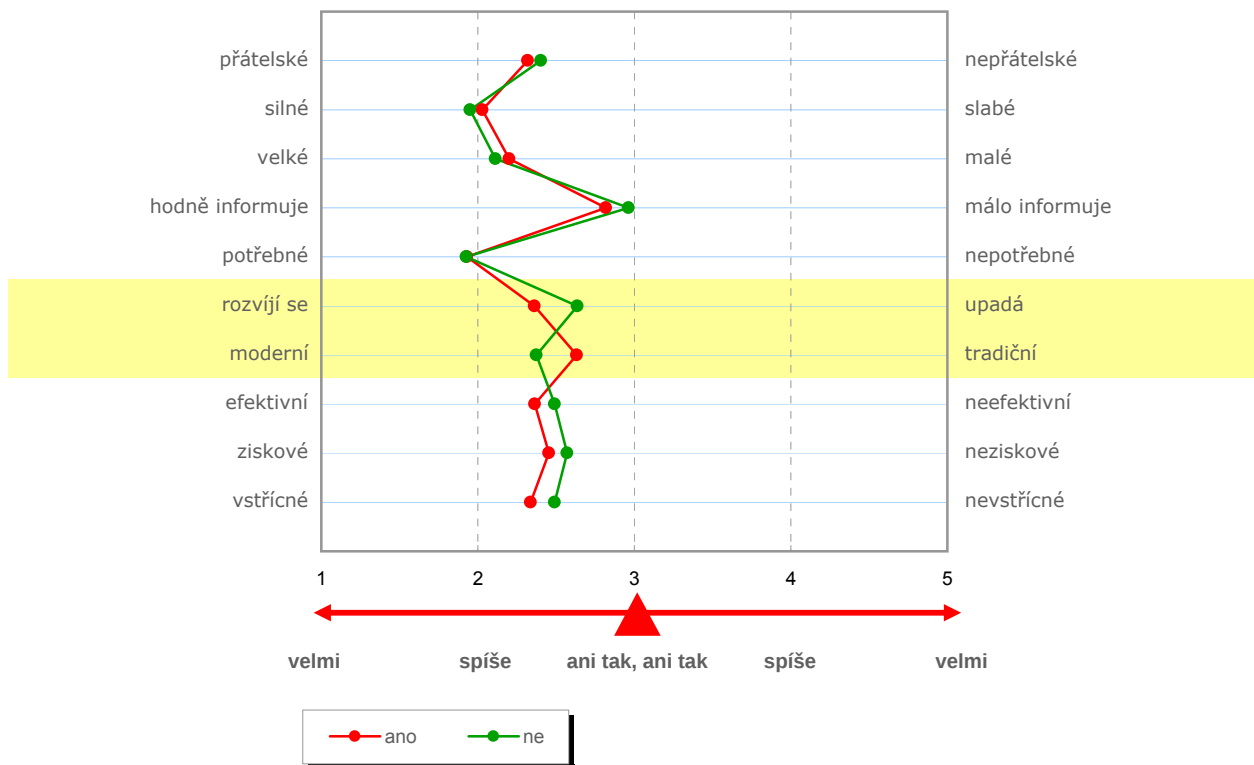
Charakteristika sdružení CZ.NIC

podle počtu zaměstnanců



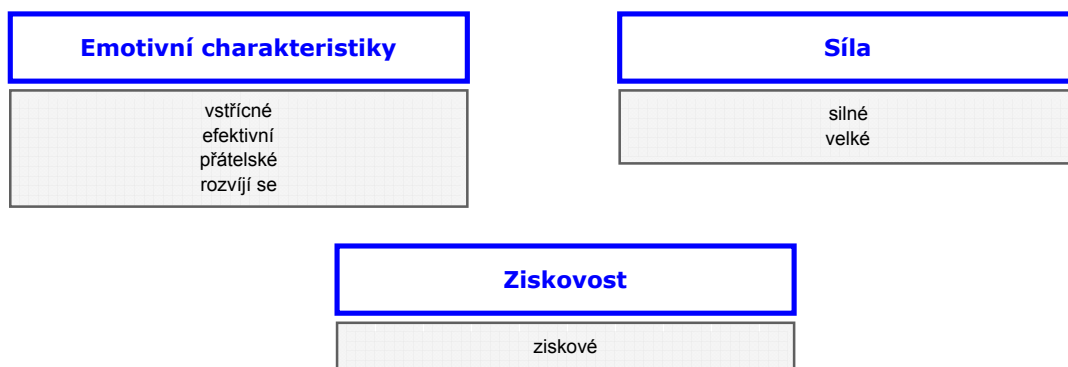
Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC

podle diakritiky v názvu organizace

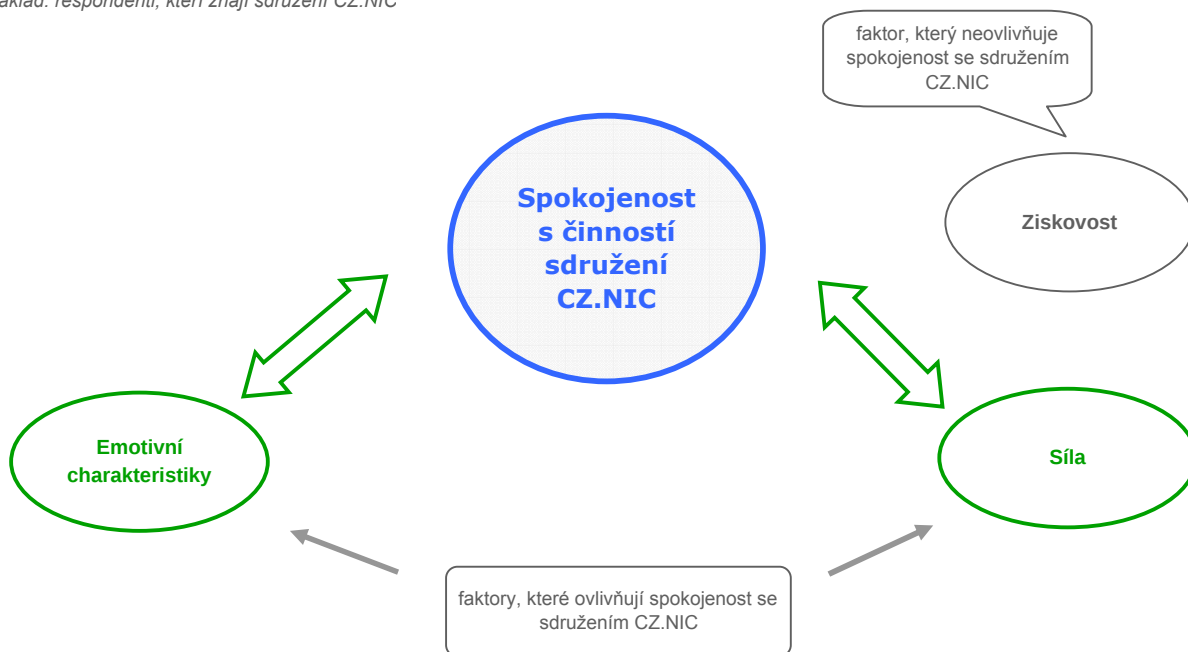


Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC

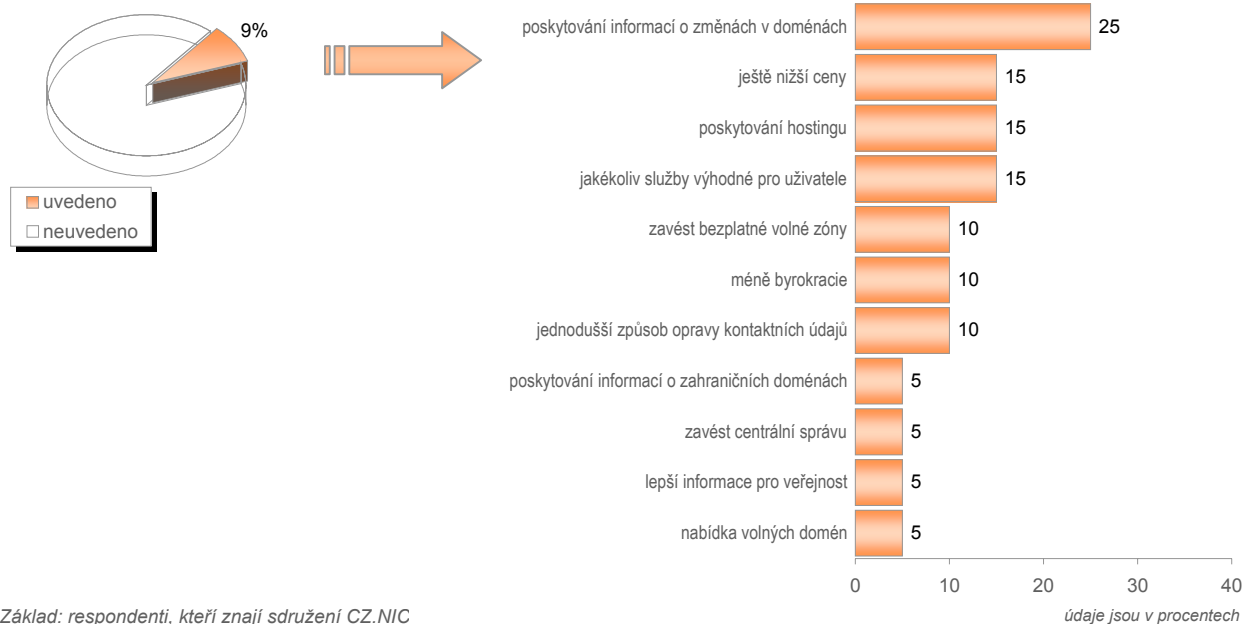
Typické skupiny charakteristik sdružení CZ.NIC



Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC



Spontánně požadované služby od sdružení CZ.NIC

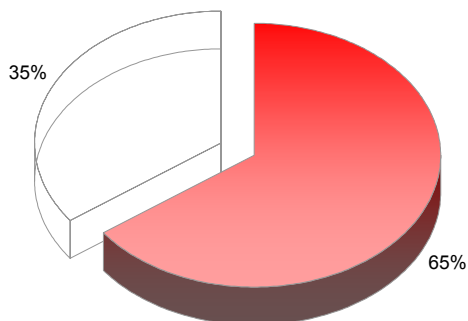


Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC

2.5. POPISNÉ CHARAKTERISTIKY

2.5.1. DOMÉNY

Sledování návštěvnosti firemních WWW stránek



celkem	35	65
--------	----	----

počet zaměstnanců

1 - 19 zaměstnanců	46	54
20 - 99 zaměstnanců	41	59
100 - 249 zaměstnanců	32	68
250 - 999 zaměstnanců	34	66
1 000 a více zaměstnanců	19	81

odvětví

instituce finančního sektoru	28	72
průmyslové podniky	33	67
utility, telekomunikace	32	68
ostatní organizace	44	56

typ subjektu

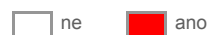
podnikatelský subjekt	33	67
nepodnikatelský subjekt	40	60

diakritická znaménka v názvu organizace

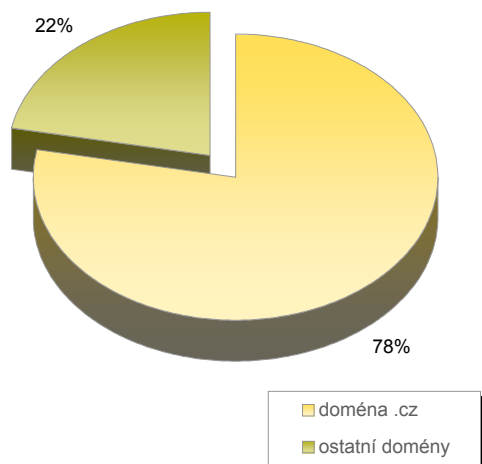
ano	35	65
ne	35	65

údaje jsou v procentech

Základ: celý soubor



Procentuální zastoupení návštěvnosti z domény .cz a z ostatních domén



celkem	78	22
--------	----	----

počet zaměstnanců

1 - 19 zaměstnanců	82	18
20 - 99 zaměstnanců	81	19
100 - 249 zaměstnanců	66	34
250 - 999 zaměstnanců	82	18
1 000 a více zaměstnanců	79	21

odvětví

instituce finančního sektoru	88	12
průmyslové podniky	63	37
utility, telekomunikace	79	21
ostatní organizace	75	25

typ subjektu

podnikatelský subjekt	77	23
nepodnikatelský subjekt	82	18

diakritická znaménka v názvu organizace

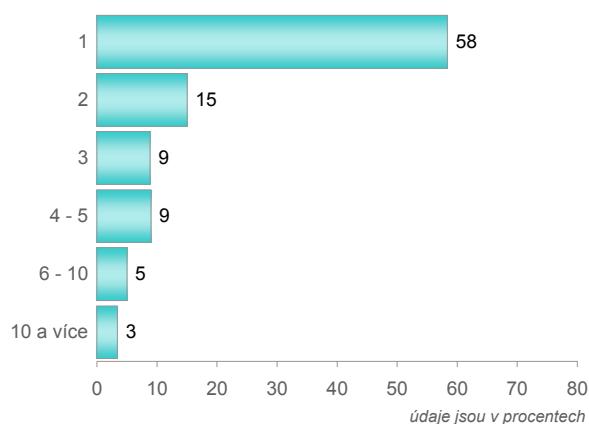
ano	79	21
ne	75	25



údaje jsou v procentech

Základ: organizace, u kterých zjišťují návštěvnost stránek

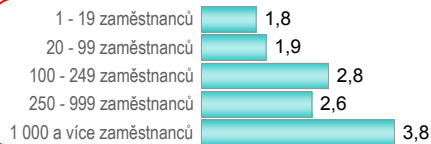
Počet zaregistrovaných doménových jmen druhé úrovně pod .cz



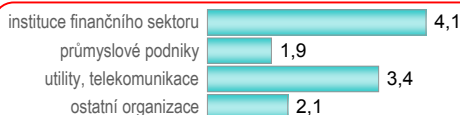
Průměrný počet zaregistrovaných domén

celkem 2,6

počet zaměstnanců



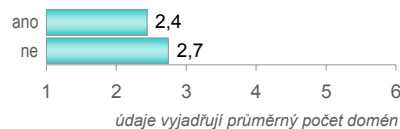
odvětví



typ subjektu

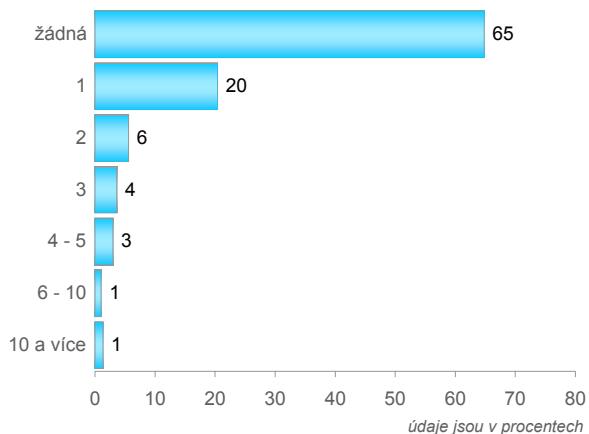


diakritická znaménka v názvu organizace



Základ: celý soubor

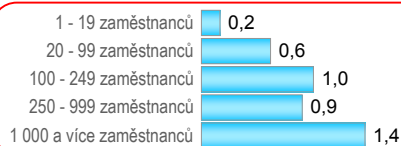
Počet zaregistrovaných jmen druhé úrovně v jiných doménách



Průměrný počet zaregistrovaných domén

celkem 0,8

počet zaměstnanců



odvětví



typ subjektu

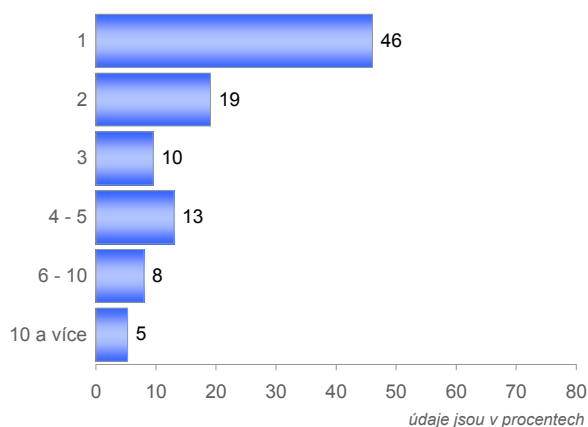


diakritická znaménka v názvu organizace



Základ: celý soubor

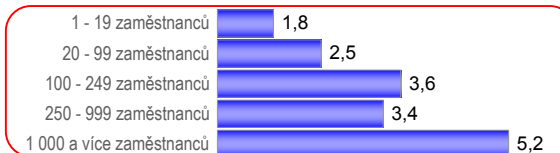
Celkový počet zaregistrovaných doménových jmen druhé úrovně



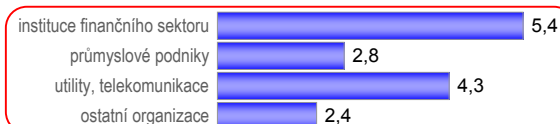
Průměrný počet zaregistrovaných domén

celkem 3,4

počet zaměstnanců



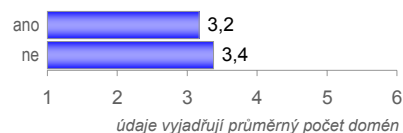
odvětví



typ subjektu



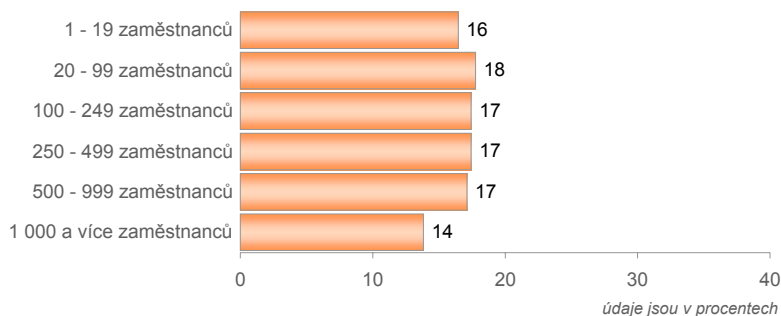
diakritická znaménka v názvu organizace



Základ: celý soubor

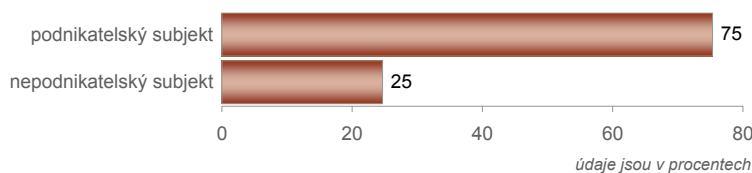
2.5.2. FIRMOGRAFIE

Počet zaměstnanců organizace



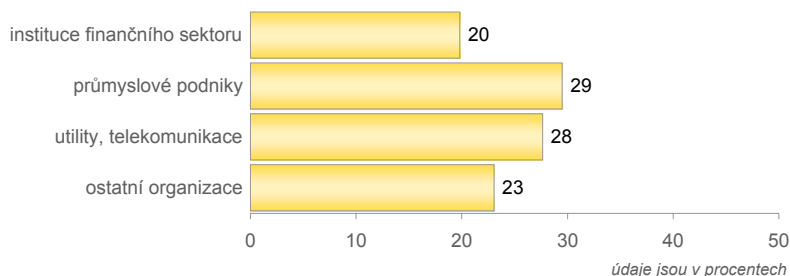
Základ: celý soubor

Typ subjektu



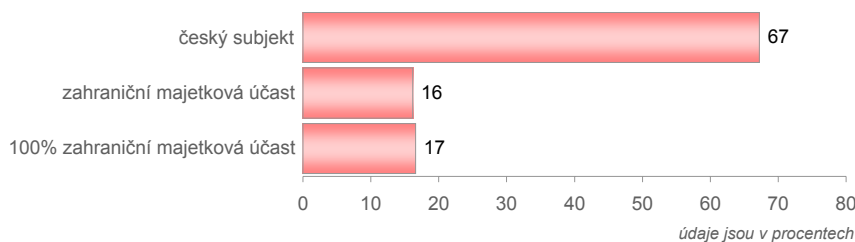
Základ: celý soubor

Odvětví



Základ: podnikatelské subjekty

Typ vlastnictví organizace



Základ: podnikatelské subjekty