MARKENT
průzkum trhu & marketing

INTERNATIONALIZED DOMAIN NAMES (ORGANIZACE)

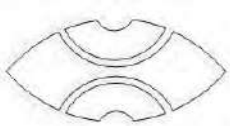
LISTOPAD 2012

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 výrobci 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



1. OBSAH 1
2. SEZNAM GRAFŮ 2
3. ÚVOD 4
3.1 Metodika výzkumu 4
3.2 Vysvětlivky 5
3.3 Charakteristika statistických veličin 6
4. PŘEHLED VÝSLEDKŮ VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ 8
4.1 Percepce doménových jmen s českou diakritikou 8
4.2 Postoje k diakritice v doménovém jméně organizace 15
4.3 Hodnocení sdružení CZ.NIC 18
4.4 Charakteristika registrátora a domény 23
4.5 Price Sensitivity Model (PSM) 27
4.6 Povědomí o reklamě 28
4.7 Časové srovnání 29
4.8 Popisné charakteristiky 37

2. SEZNAM GRAFŮ



1. Percepce doménových jmen s českou diakritikou

Preference doménových jmen s českou diakritikou 8
Spontánně uvedené výhody názvu domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky 8
Spontánně uvedené nevýhody názvu domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky 8
Preferovaný způsob zavedení domén druhé úrovně s českou diakritikou 9
Spontánně uvedené výhody pevného spojení doménových jmen s diakritikou a bez ní 9
Spontánně uvedené výhody nespojení doménových jmen s diakritikou a bez ní 9
Výhody doménových názvů s diakritikou stimulující k jejich používání 10
Nevýhody doménových názvů s diakritikou odrazující od jejich používání 10
Zájem o zavedení diakritických znamének jiných jazyků v názvech pod doménou .cz 11
Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky 11-12
Hodnocení dopadu zavedení diakritických znamének do doménových názvů 12
Odhad subjektů, kterým by zavedení diakritických znamének v doménových názvech pomohlo 12-13
Adresy WWW stránek většinou nevypisuji, ale používám odkazy (linky) 13
Když píšu e-mail, nepoužívám diakritiku ani v textu zprávy 13
Hodnocení současné míry informací o používání doménových názvů s diakritikou 14
Hodnocení práva stávajících držitelů doménových jmen na přednostní registraci doménového jména s diakritickými znaménky 14
Subjekty, které by měly mít přednost při registraci doménového jména s diakritickými znaménky 14

2. Postoje k diakritice v doménovém jméně organizace

Segmentace podle preference a hodnocení přínosu diakritiky v doménovém organizace 15
Výhody vyplývající z používání firemní domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky (spontánní odpovědi) 15
Nevýhody vyplývající z používání firemní domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky (spontánní odpovědi) 15
Důležitost a užitečnost IDN při uspokojování vybraných charakteristik 16
Souhlas s výroky týkajícími se diakritiky v doménovém jméně organizace 16-17

3. Hodnocení sdružení CZ.NIC

Povědomí a spokojenost se sdružením CZ.NIC 18
Spontánně oceňované atributy sdružení CZ.NIC 18
Spontánně kritizované atributy sdružení CZ.NIC 18
Charakteristika sdružení CZ.NIC 19-21
Další požadované služby poskytované sdružením CZ.NIC (spontánní odpovědi) 22

4. Charakteristika registrátora a domény

Registrátor domény 23

Hodnocení spokojenosti s registrátorem ... 23
Preferované služby či produkty od registrátora (spontánní odpovědi) ... 23
Umístění WWW stránek organizace (název poskytovatele) ... 24
Využívaný redakční systém ... 24
Sledování návštěvnosti vlastních WWW stránek ... 25
Počet zaregistrovaných doménových jmen druhé úrovně ... 25
Zájem o registraci ve vybraných doménách ... 25-26

5. Price Sensitivity Model (PSM)

Cenová citlivost poplatku za registraci domény druhé úrovně ... 27
Preferovaná výše poplatku za registraci domény druhé úrovně s diakritikou pro vlastníky domény bez diakritiky ... 27

6. Povědomí o reklamě

Povědomí o reklamě na domény .cz v posledním půlroce ... 28

7. Časové srovnání

Zájem o zavedení názvů domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky ... 29
Spontánně uvedené výhody názvu domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky ... 29
Spontánně uvedené nevýhody názvu domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky ... 29
Zájem o zavedení diakritických znamének jiných jazyků v názvech pod doménou .cz ... 29-30
Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky ... 30-31
Souhlas s výroky, které popisují uživatelské zvyklosti při práci s Internetem ... 31
Hodnocení práva stávajících držitelů doménových jmen na přednostní registraci doménového jména s diakritickými znaménky ... 31
Subjekty, které by měly mít přednost při registraci doménového jména s diakritickými znaménky ... 31-32
Délka ochranné lhůty pro podání žádosti o registraci doménového jména s diakritickými znaménky ... 32
Preference české diakritiky v doméně organizace ... 32
Výhody vyplývající z používání firemní domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky (TOP 5) ... 32
Nevýhody vyplývající z používání firemní domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky (TOP 5) ... 33
Důležitost a užitečnost IDN při uspokojování vybraných charakteristik ... 33
Souhlas s výroky týkajícími se diakritiky v doménovém jméně organizace ... 34
Preferovaná výše poplatku za registraci domény druhé úrovně s diakritikou pro vlastníky domény bez diakritiky ... 34
Počet zaregistrovaných doménových jmen druhé úrovně ... 34
Sledování návštěvnosti firemních WWW stránek ... 35
Struktura návštěvníků WWW stránek z hlediska typu domény ... 35
Povědomí o sdružení CZ.NIC ... 35
Spokojenost se sdružením CZ.NIC ... 35
Spontánně oceňované/kritizované atributy sdružení CZ.NIC ... 35
Charakteristika sdružení CZ.NIC ... 36
Další požadované služby poskytované sdružením CZ.NIC (TOP 5) ... 36

8. Popisné charakteristiky

Funkce respondentů ... 37
Počet zaměstnanců ... 37
Funkce/nadřízená pozice ... 37
Typ subjektu ... 37

3. ÚVOD

3.1 METODIKA VÝZKUMU

POPIS

Údaje obsažené v této zprávě pocházejí z komplexního výzkumného šetření realizovaného nezávislou společností pro výzkum trhu Markent, s.r.o. Sběr dat byl realizován na území České Republiky v listopadu 2012.

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 započetím 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.

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 687organizací**. Interview byla provedena s **1 015 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 **1009 případech**.

Pyramida výběru respondentů:



Průměrná doba rozhovoru činila 27 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 popsaná 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.

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

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 a 2010.

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 1 500 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:

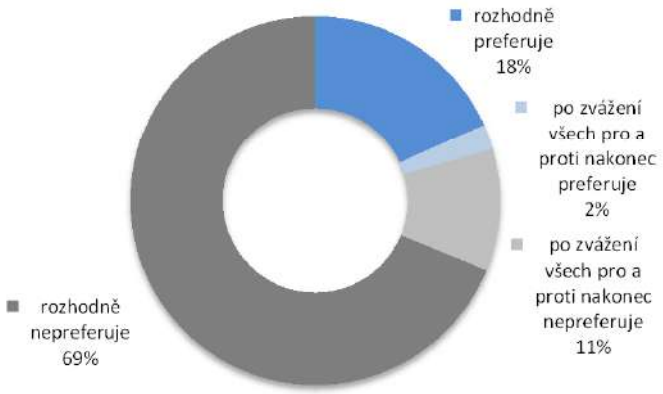
+++ = extrémně nadprůměrná
++ = významně nadprůměrná
+ = nadprůměrná
0 = bez statisticky významné odlišnosti
--- = extrémně podprůměrná
-- = významně podprůměrná
- = podprůměrná

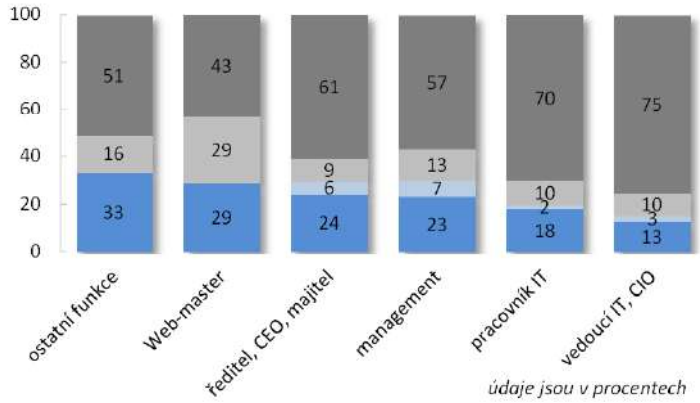
Faktorová analýza se používá k odhadu latentních faktorů s vysokým stupněm korelace s manifestními znaky. Tato metoda umožňuje hledat v rámci sledovaných jevů obecnější souvislosti, než vymezuje rámec stanovených indikátorů.

Clusterová analýza vymezuje typické skupiny analyzovaných znaků z hlediska jejich podobnosti. Výstupem clusterové analýzy je mimo jiné dendogram, 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 DIAKRITIKOU

Preference doménových jmen s českou diakritikou

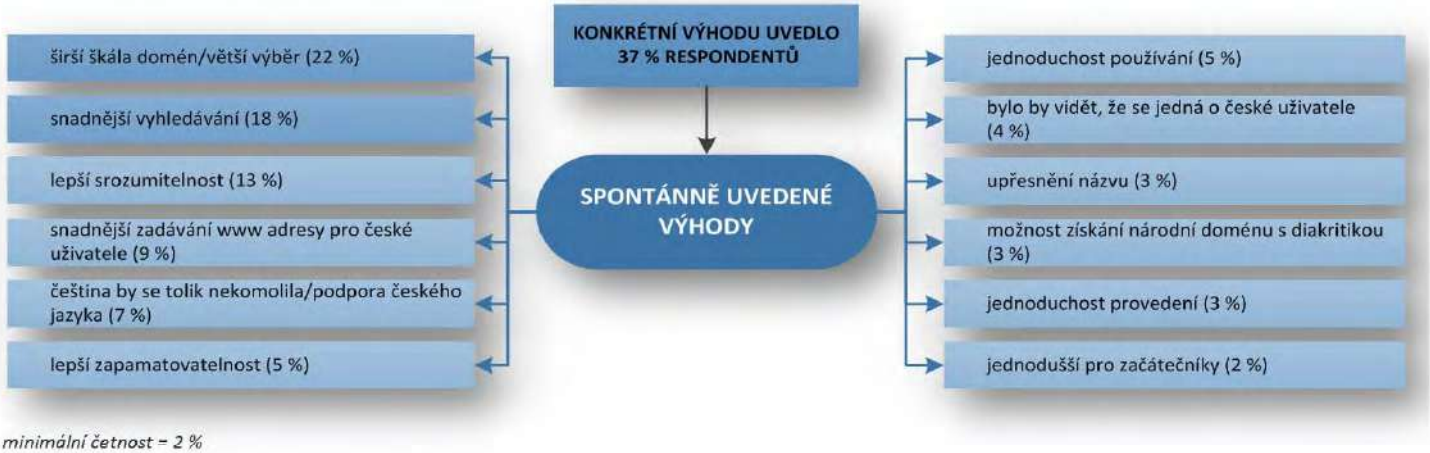




Základ: celý soubor

údaje jsou v procentech

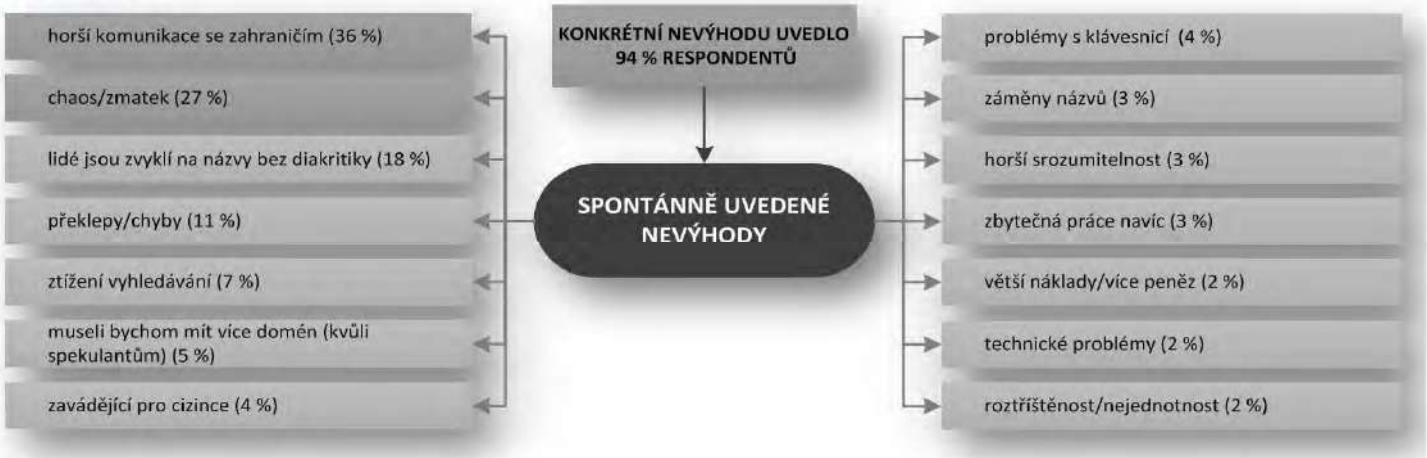
Spontánně uvedené výhody názvu domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky



minimální četnost = 2 %

Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu (37 %)

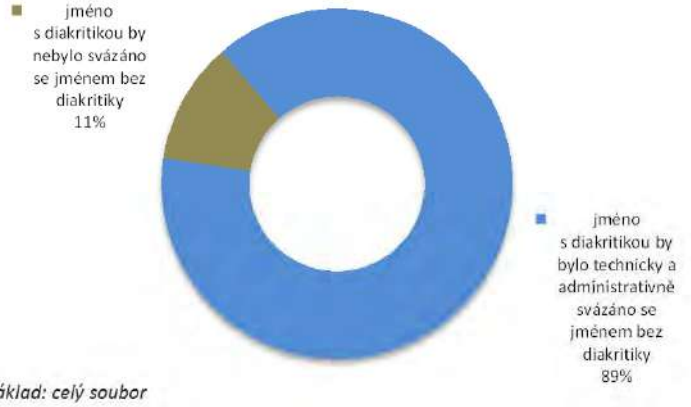
Spontánně uvedené nevýhody názvu domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky

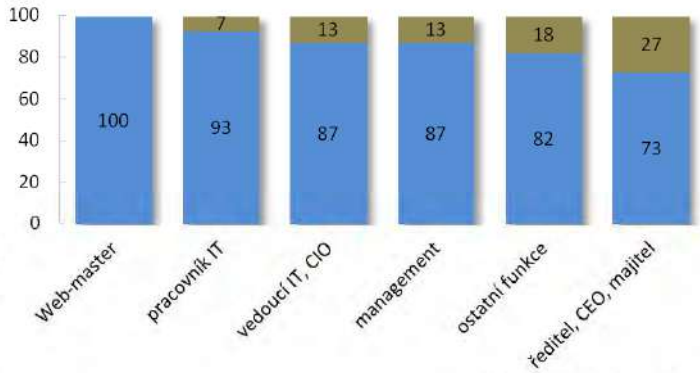


minimální četnost = 2 %

Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní nevýhodu (94 %)

Preferovaný způsob zavedení domén druhé úrovně s českou diakritikou





Základ: celý soubor

údaje jsou v procentech



Doménová jména s českou diakritikou preferuje **pětina** z nás. Jako hlavní výhody doménových jmen s českou diakritikou vnímáme zejména **větší výběr domén** a **snadnější vyhledávání**. **Celkem 9 z 10** z nás preferuje **jméno s diakritikou technicky a administrativně svázané se jménem bez diakritiky**.

Spontánně uvedené výhody pevného spojení doménových jmen s diakritikou a bez ní



minimální četnost = 2 %

Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu (74 %)

Spontánně uvedené výhody nespojení doménových jmen s diakritikou a bez ní

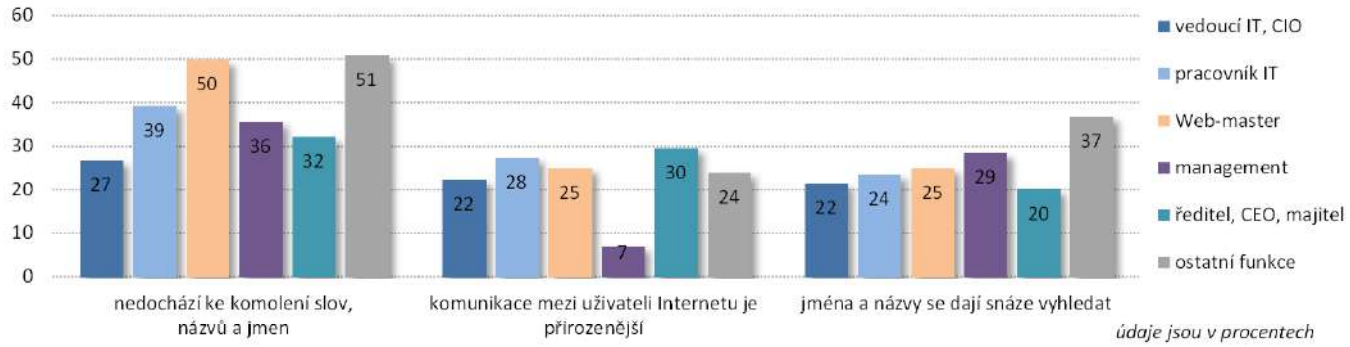


minimální četnost = 3 %

Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu (18 %)

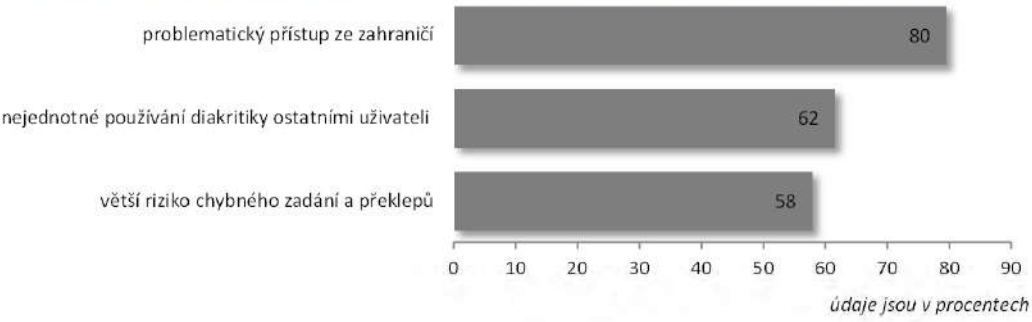
Výhody doménových názvů s diakritikou stimulující k jejich používání

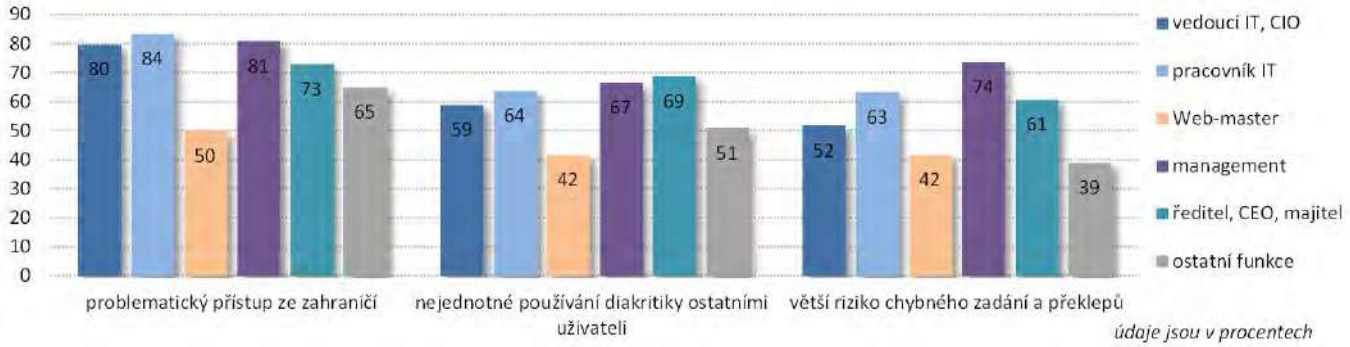




Základ: celý soubor

Nevýhody doménových názvů s diakritikou odrazující od jejich používání



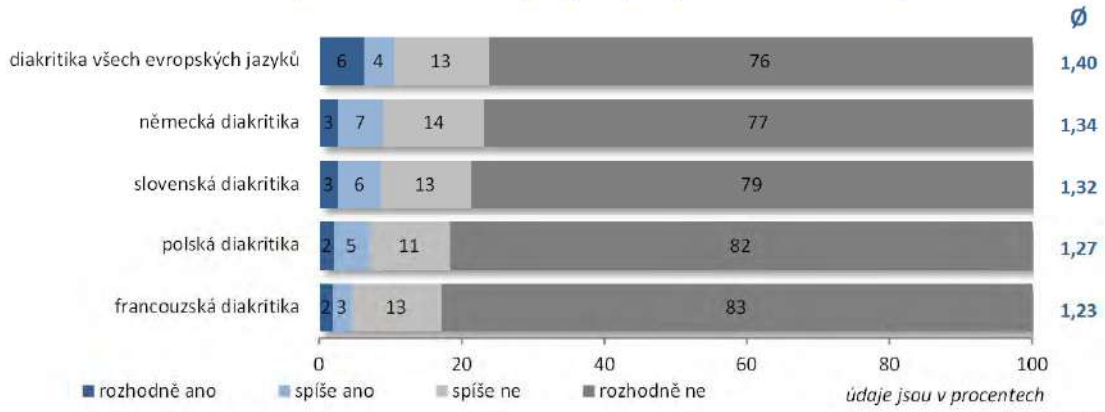


Základ: celý soubor



K podpoře využívání diakritiky přispívá zejména to, že **nedochází ke komolení slov, názvů a jmen.** Naopak jako odrazující faktory působí zejména **problematický přístup ze zahraničí.**

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



Průměrné hodnocení:
1 = rozhodně ne 4 = rozhodně ano

Základ: celý soubor

Zájem o zavedení diakritických znamének jiných jazyků v názvech pod doménou .cz (statisticky významné odchylky)

	FUNKCE RESPONDENTŮ					
	vedoucí IT, CIO	pracovník IT	Web-master	manage-ment	ředitel, CEO, majitel	ostatní funkce
diakritika všech evropských jazyků	+	- -	0	0	0	0

+++ ++ + 0 - - - - - -

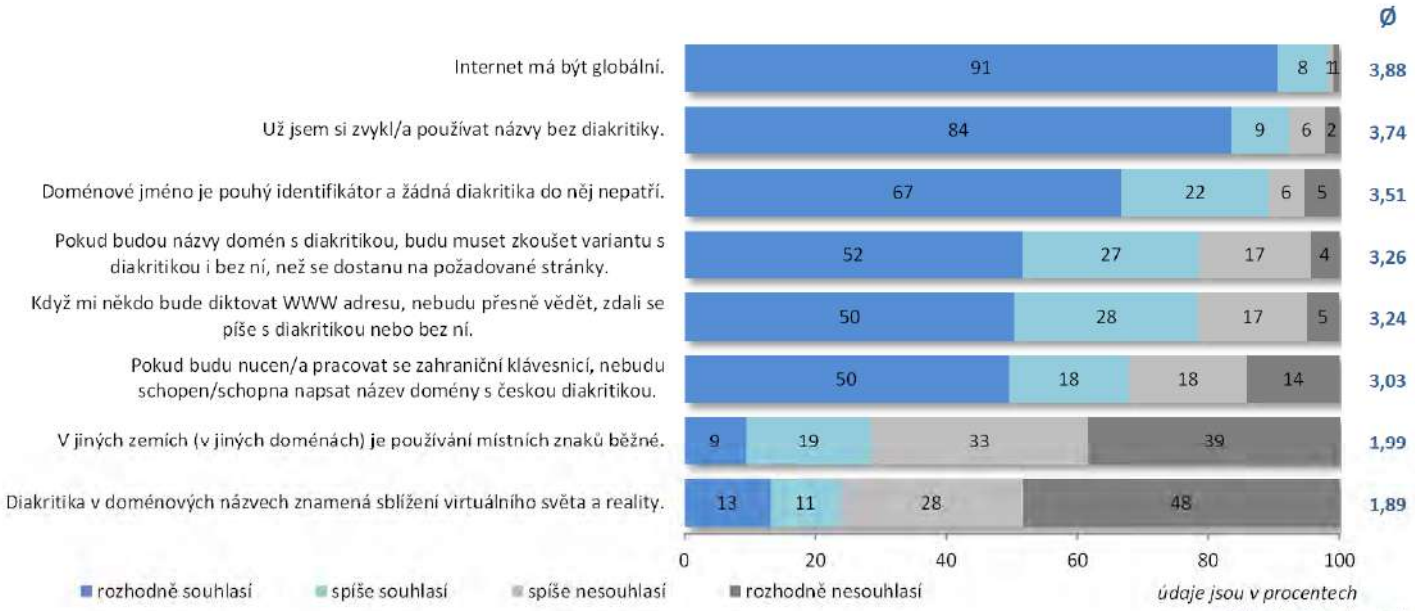
daný segment respondentů vykazuje velmi významně vyšší hodnotu zájmu než celý soubor

žádná nebo nevýznamná diference daného segmentu od celého souboru

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

Základ: celý soubor

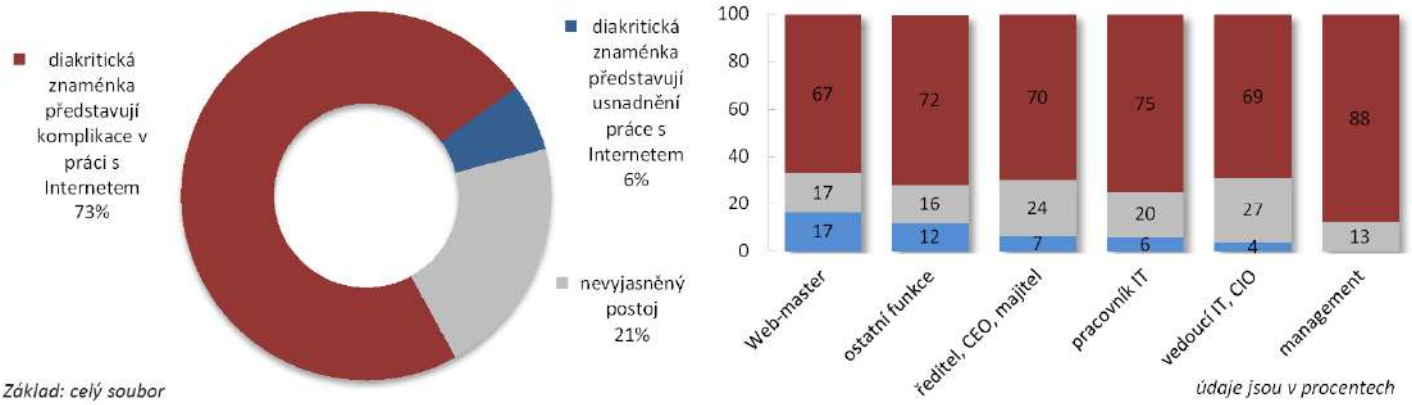
Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky



Průměrné hodnocení:
1 = rozhodně nesouhlasí 4 = rozhodně souhlasí

Základ: celý soubor

Hodnocení dopadu zavedení diakritických znamének do doménových názvů



Základ: celý soubor

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



Základ: celý soubor

Základ: respondenti, podle kterých by zavedení diakritických znamének pomohlo (55 %)

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

	FUNKCE RESPONDENTŮ					
	vedoucí IT, CIO	pracovník IT	Web-master	manage-ment	ředitel, CEO, majitel	ostatní funkce
laickým uživatelům (začátečníkům) z ČR	0	- - -	0	0	+	+ + +
registrátorům domén	0	-	0	+ + +	0	0
respondentovi samotnému	0	-	0	0	+ + +	0
správci národní domény (sdružení CZ.NIC)	0	0	0	+ + +	0	0

+++ ++ + 0 - - - - - -

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

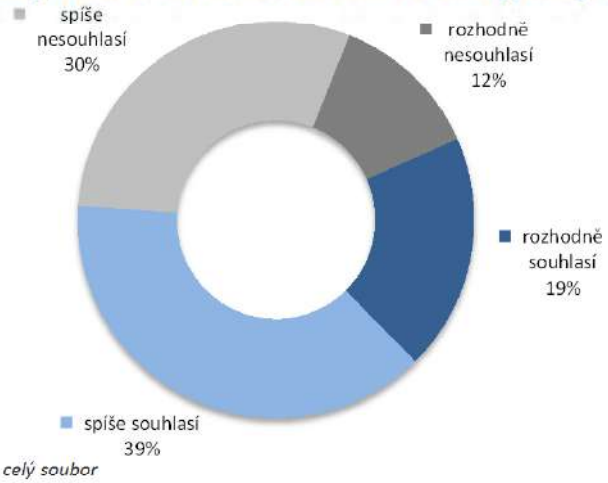
žádná nebo nevýznamná diference daného segmentu od celého souboru

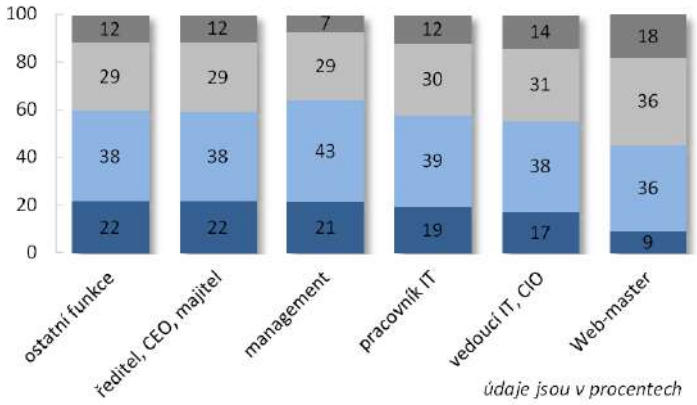
daný segment respondentů vykazuje velmi významně nižší hodnotu odhadu než celý soubor

Základ: respondenti, podle kterých by zavedení diakritických znamének pomohlo (55 %)

Celkem 6 % z nás považuje diakritická znaménka za usnadnění práce s Internetem. Na druhé straně **téměř tři čtvrtiny** je považují za komplikace. **Více než polovina** z nás si myslí, že by diakritika v doménovém jméně mohla někomu pomoci, přičemž nejčastěji by podle nás pomohla **spekulantům s internetovými doménami** a **laickým uživatelům (začátečníkům) z ČR**.

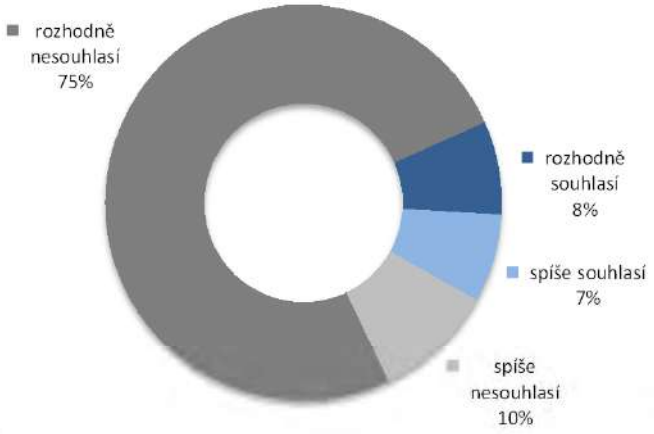
Adresy WWW stránek většinou nevypisuji, ale používám odkazy (linky)

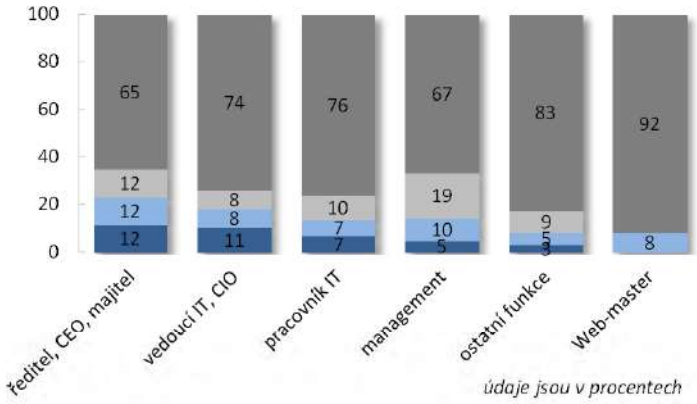




Základ: celý soubor

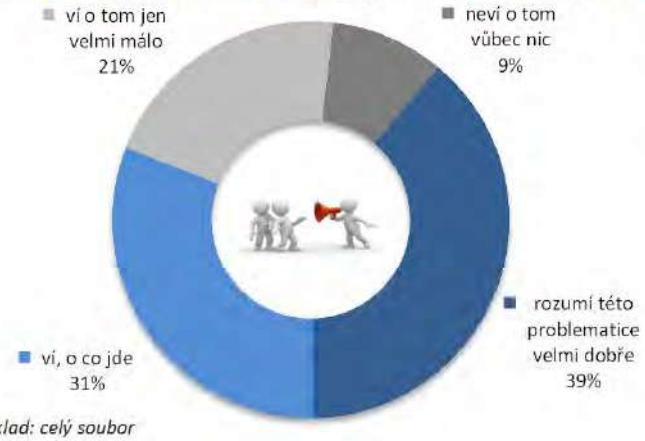
Když píšu e-mail, nepoužívám diakritiku ani v textu zprávy.

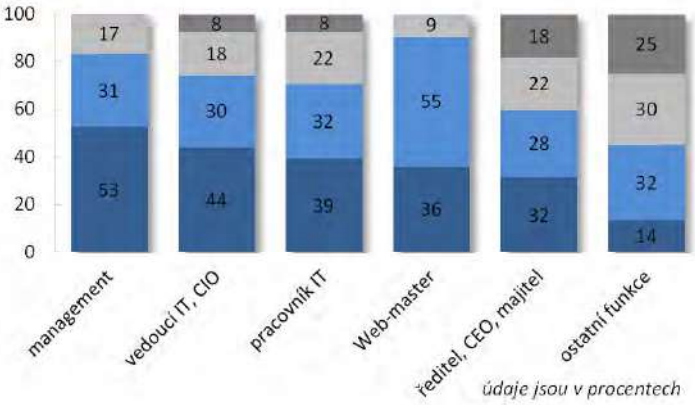




Základ: celý soubor

Hodnocení současné míry informací o používání doménových názvů s diakritikou

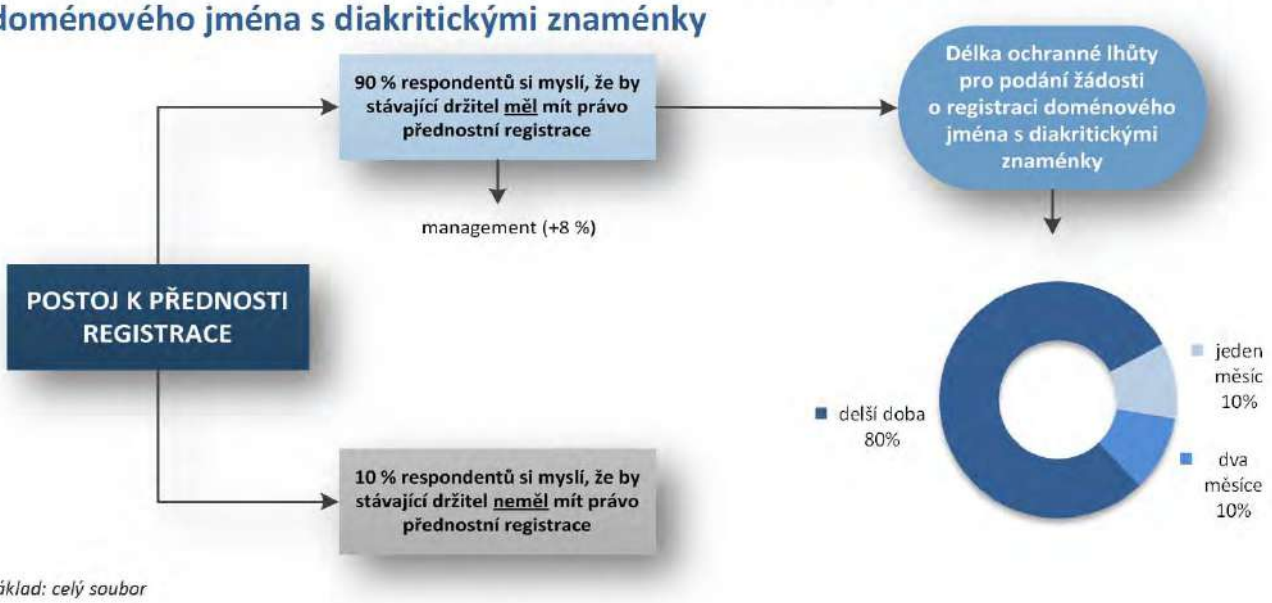




Základ: celý soubor

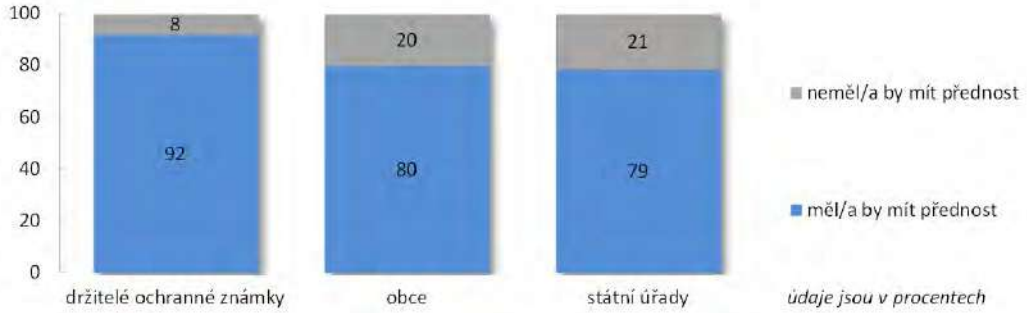
Celkem **70 %** z nás rozumí problematice používání doménových názvů s diakritikou. **30 %** z nás o této problematice neví vůbec nic nebo téměř nic.

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



Základ: celý soubor

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



Základ: celý soubor



Celkem 9 z 10 z nás si myslí, že by stávající držitel domény měl mít právo přednostní registrace doménového jména s diakritikou. 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 DIAKRITICE V DOMÉNOVÉM JMÉNĚ ORGANIZACE

Segmentace podle preference a hodnocení přínosu diakritiky v doménovém organizace



Charakteristika organizací, které ve větší míře než ostatní preferují diakritiku ve svém doménovém jméně (15 %):

- jednotlivé segmenty organizací se statisticky významně nediferencují

Charakteristika organizací, které považují ve větší míře než ostatní diakritiku ve svém doménovém jméně za prospěšnou (19 %):

- jednotlivé segmenty organizací se statisticky významně nediferencují



Základ: celý soubor

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



minimální četnost = 3 %

Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu (16 %)

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

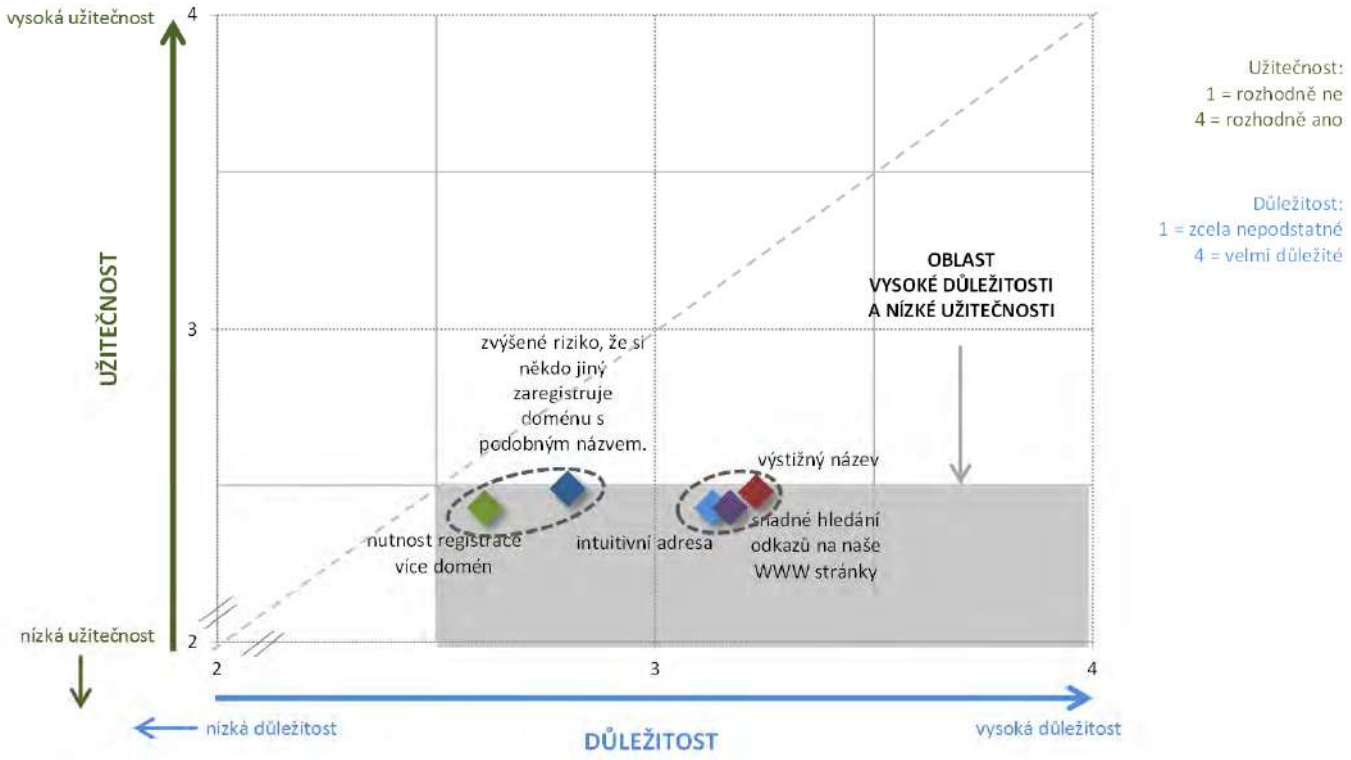


minimální četnost = 2 %

Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní nevýhodu (55 %)

Diakritiku ve svém doménovém jméně preferuje **15 %** organizací. **Pětina** organizací považuje diakritiku ve svém doménovém jméně za prospěšnou. Jako výhody diakritiky v našem doménovém jméně vnímáme zejména **lepší srozumitelnost** a **snadnější vyhledávání**. Jako hlavní nevýhody pak vnímáme horší komunikaci se zahraničím a obecně chaos a zmatek vyvolaný diakritikou v doméně.

Důležitost a užitečnost IDN při uspokojování vybraných charakteristik



Základ: celý soubor

Souhlas s výroky týkajícími se diakritiky v doménovém jméně organizace

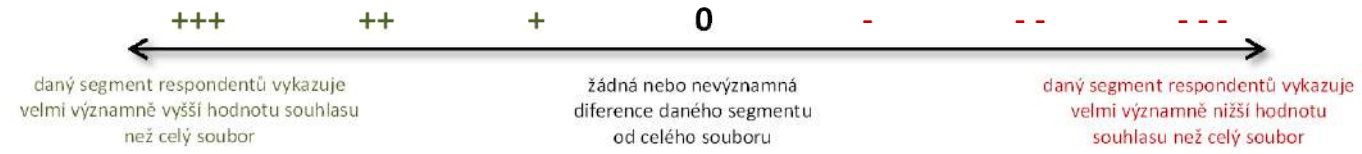


Základ: celý soubor

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

	TYP SUBJEKTU	
	podnikatelský subjekt	nepodnikatelský subjekt
Naše WWW adresa musí zůstat bez diakritiky kvůli zahraničním návštěvníkům (zákazníkům).	+ + +	- - -
Zavedení české diakritiky se naší organizace nijak netýká.	+ +	- -
Zaregistrovali bychom si název domény s českou diakritikou proto, aby si ji nezaregistroval někdo jiný.	- -	+ +

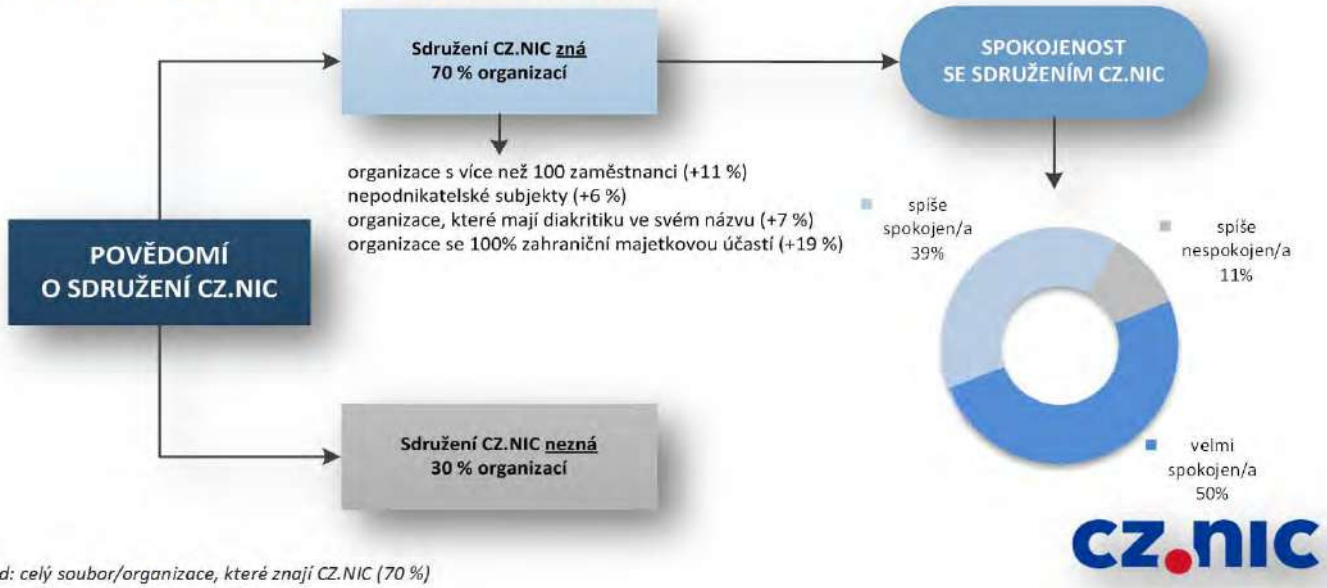
	DIAKRITIKA V NÁZVU ORGANIZACE	
	ano	ne
Zavedení české diakritiky se naší organizace nijak netýká.	- - -	+ + +
S doménou obsahující diakritiku bychom měli více problémů než užitku.	- -	+ +



Základ: celý soubor

4.3 HODNOCENÍ SDRUŽENÍ CZ.NIC

Povědomí a spokojenost se sdružením CZ.NIC



Základ: celý soubor/organizace, které znají CZ.NIC (70 %)

Spontánně oceňované atributy sdružení CZ.NIC



minimální četnost = 2 %

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

Spontánně kritizované atributy sdružení CZ.NIC



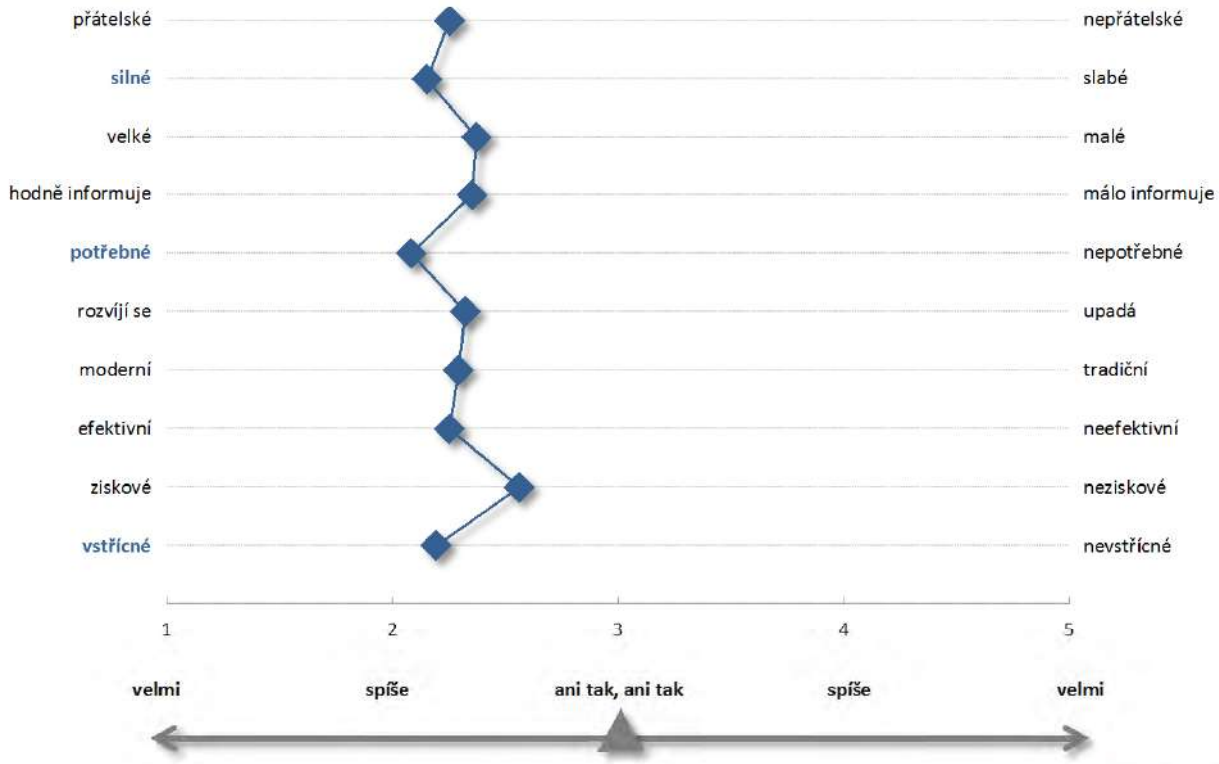
minimální četnost = 2

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



Sdružení CZ.NIC zná **70 %** z nás, přičemž naprostá většina je se sdružením spokojena. Na sdružení CZ.NIC oceňuje především to, že **poskytuje dobře funguje** a **je profesionální**. Na sdružení nám naopak vadí zejména **jejich monopol** a **zdlouhavost registrace** (tyto důvody uvedlo ale jen minimum z nás).

Charakteristika sdružení CZ.NIC



	přátelské × nepřátelské	silné × slabé	velké × malé	hodně informuje × málo informuje	potřebné × nepotřebné	rozvíjí se × upadá	moderní × tradiční	efektivní × neefektivní	ziskové × neziskové	vstřícné × nevstřícné
Ø průměr	2,25	2,15	2,37	2,35	2,08	2,32	2,29	2,25	2,56	2,19
σ směrodatná odchylka	0,94	0,89	1,02	0,99	0,85	0,95	0,98	0,94	0,97	0,92

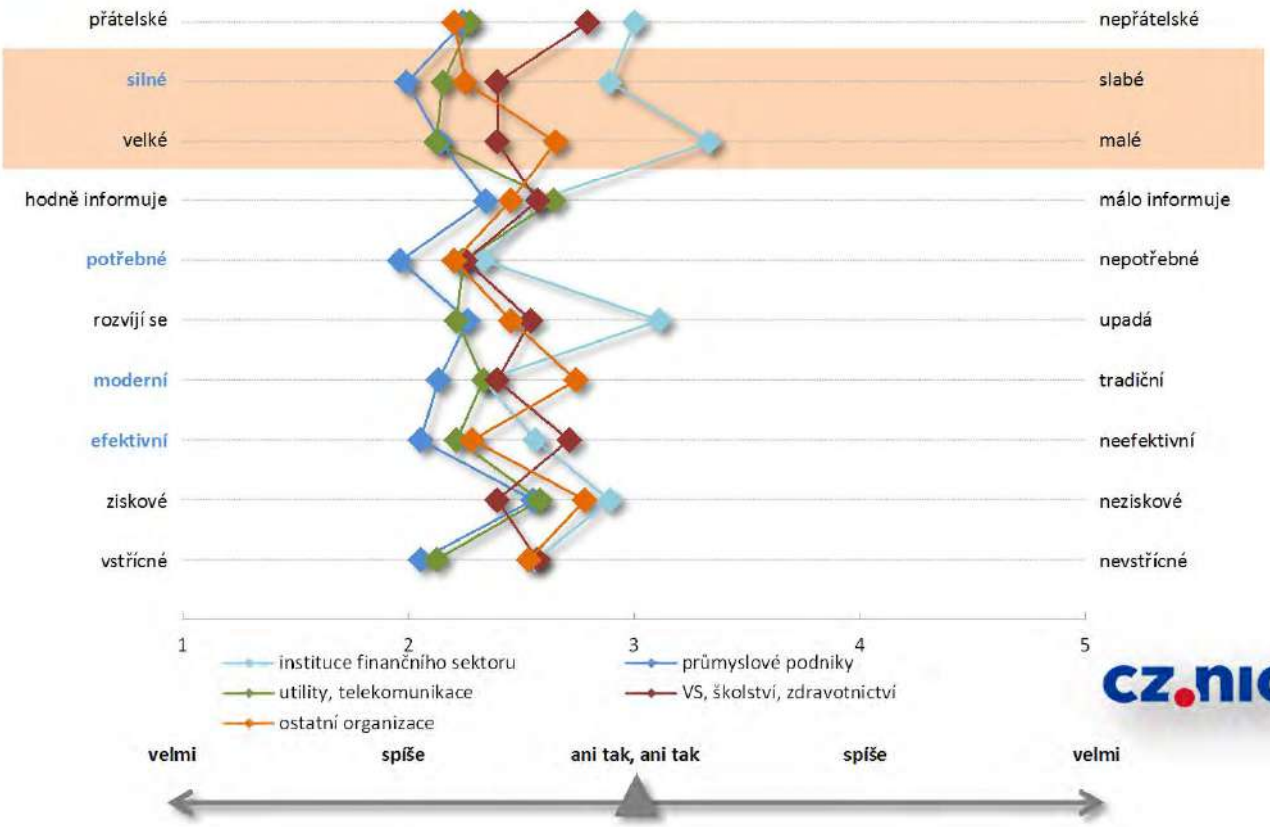
Pozn.: Ø = průměr; σ = směrodatná odchylka; 1 = sdružení CZ.NIC je ve všech případech hodnoceno první vlastností (například přátelské); 3 = sdružení CZ.NIC není hodnoceno výrazněji ani první, ani druhou vlastností; 5 = sdružení CZ.NIC je ve všech případech hodnoceno druhou vlastností (například nepřátelské)

Základ: celý soubor



Sdružení CZ.NIC hodnotíme obecně pozitivními charakteristikami, přičemž ho vnímáme zejména jako **potřebné**, **silné** a **vstřícné**.

Charakteristika sdružení CZ.NIC (podle odvětví)

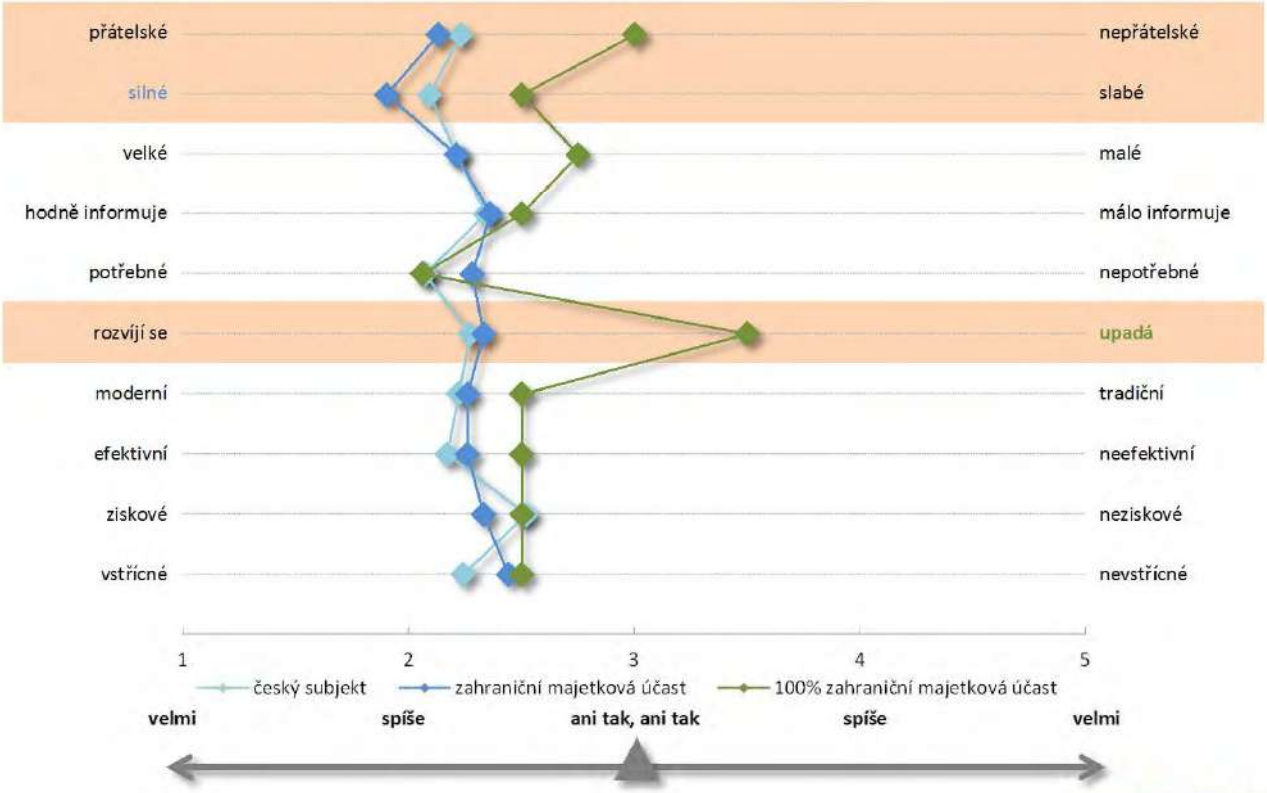


Ø horní číslo vyjadřuje průměr σ spodní číslo vyjadřuje směrodatnou odchylku	přátelské × nepřátelské	silné × slabé	velké × malé	hodně informuje × málo informuje	potřebné × nepotřebné	rozvíjí se × upadá	moderní × tradiční	efektivní × neefektivní	ziskové × neziskové	vstřícné × nevstřícné
instituce finančního sektoru	3,00	2,89	3,33	2,56	2,33	3,11	2,33	2,56	2,89	2,56
	0,71	0,78	1,00	0,88	1,00	0,78	1,00	0,88	0,78	0,88
průmyslové podniky	2,24	1,99	2,14	2,34	1,96	2,26	2,13	2,05	2,55	2,05
	0,94	0,94	0,93	0,99	0,73	0,93	0,97	0,89	1,04	0,81
utility, telekomunikace	2,27	2,15	2,12	2,64	2,24	2,21	2,33	2,21	2,58	2,12
	1,01	0,83	0,96	0,96	1,00	0,89	0,99	0,89	1,00	0,82
VS, školství, zdravotnictví	2,79	2,39	2,39	2,57	2,25	2,54	2,39	2,71	2,39	2,57
	1,13	0,99	0,99	1,00	0,89	1,07	0,99	1,18	0,99	1,14
ostatní organizace	2,20	2,25	2,65	2,45	2,20	2,45	2,74	2,28	2,78	2,53
	0,90	0,91	1,16	1,06	0,88	0,92	1,10	0,93	0,97	1,07

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

Základ: celý soubor

Charakteristika sdružení CZ.NIC (podle typu vlastnictví)



Ø horní číslo vyjadřuje průměr σ spodní číslo vyjadřuje směrodatnou odchylku	přátelské × nepřátelské	silné × slabé	velké × malé	hodně informuje × málo informuje	potřebné × nepotřebné	rozvíjí se × upadá	moderní × tradiční	efektivní × neefektivní	ziskové × neziskové	vstřícné × nevstřícné
český subjekt	2,23	2,09	2,21	2,34	2,07	2,27	2,22	2,17	2,52	2,24
	0,99	0,89	0,96	0,97	0,87	0,97	0,90	0,93	0,99	0,94
zahraniční majetková účast	2,13	1,90	2,21	2,36	2,28	2,33	2,26	2,26	2,33	2,44
	0,92	0,85	1,06	0,99	0,89	0,98	1,09	0,99	1,01	0,91
100% zahraniční majetková účast	3,00	2,50	2,75	2,50	2,06	3,50	2,50	2,50	2,50	2,50
	0,76	0,54	0,71	0,93	0,85	0,54	0,85	0,54	0,85	0,93

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

Základ: celý soubor

Další požadované služby poskytované sdružením CZ.NIC (spontánní odpovědi)

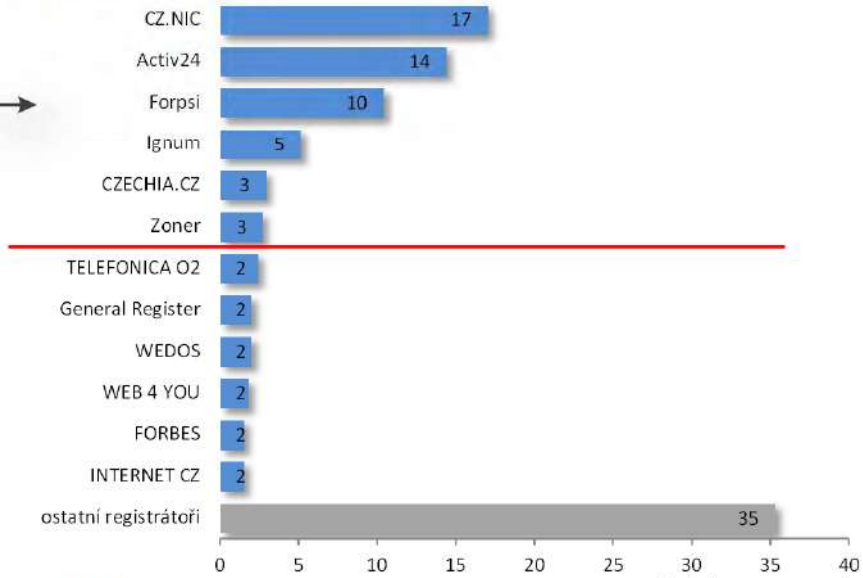


Základ: organizace, které znají CZ.NIC a uvedly konkrétní požadovanou službu (1 %)

4.4 CHARAKTERISTIKA REGISTRÁTORA A DOMÉNY

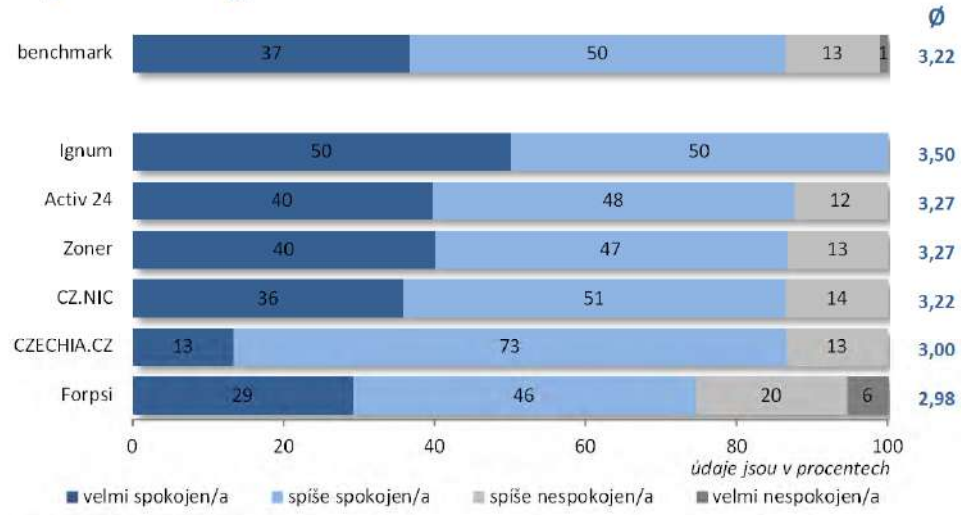
Registrátor domény (spontánní odpovědi)

KONKRÉTNÍHO REGISTRÁTORA UVEDLO 54 % ORGANIZACÍ



Základ: celý soubor/organizace, které uvedly konkrétního registrátora (54 %)

Hodnocení spokojenosti s registrátorem



Základ: celý soubor/organizace, které využívají služeb jednotlivých registrátorů

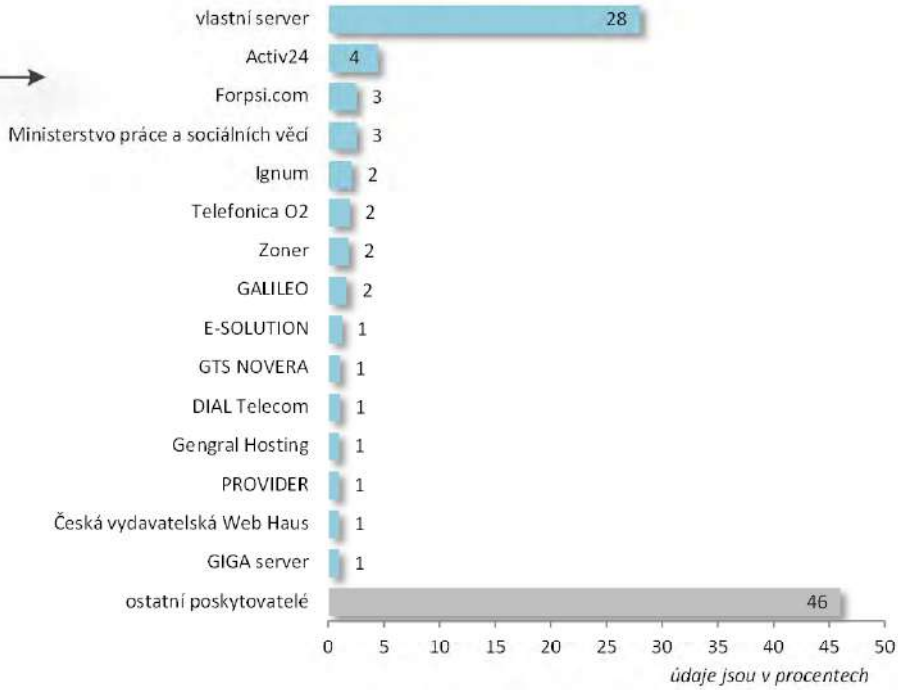
Preferované služby či produkty od registrátora (spontánní odpovědi)



Základ: organizace, kteréí uvedly konkrétní preferovaný produkt/službu (4 %)

Umístění WWW stránek organizace (název poskytovatele)

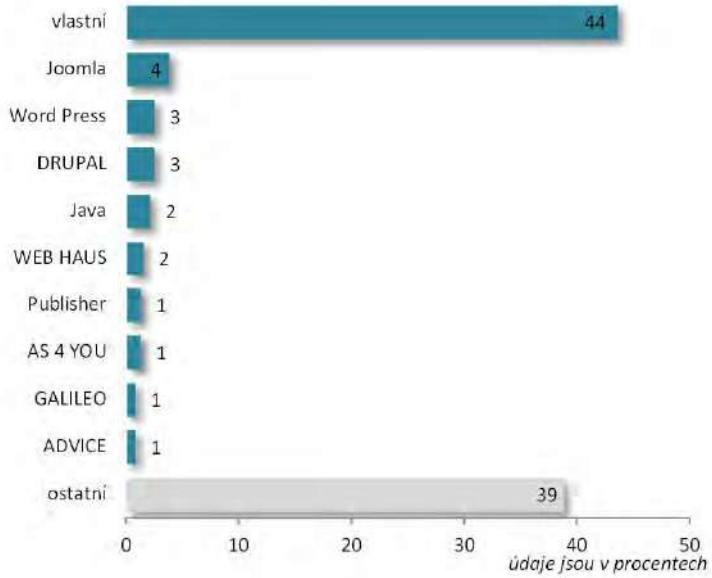
KONKRÉTNÍ UMÍSTĚNÍ WWW STRÁNEK UVEDLO 67 % ORGANIZACÍ



Základ: celý soubor

Využívaný redakční systém

KONKRÉTNÍ REDAKČNÍ SYSTÉM UVEDLO 47 % ORGANIZACÍ

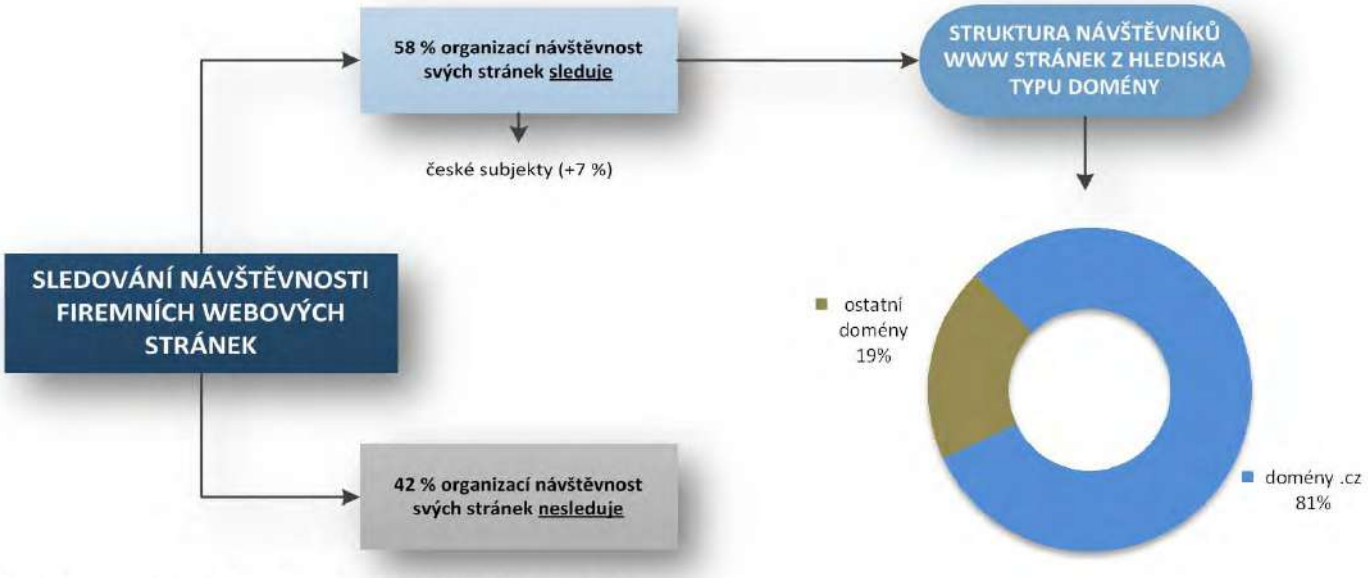


Základ: celý soubor



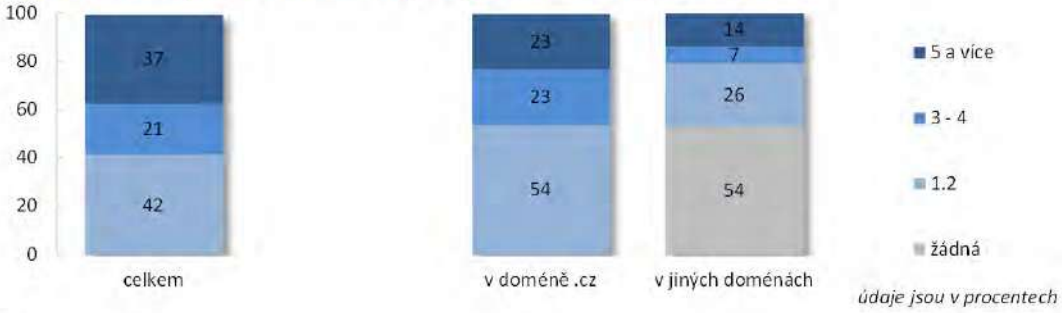
Mezi nejčastěji využívané registrátory našich domén patří **CZ.NIC**, **Activ24**, **Forpsi** a **Ignum**. Obecně je se svým registrátorem spokojena **výrazná většina** z nás. Své WWW stránky máme umístěné nejčastěji na svých vlastních serverech a nejčastěji pro ně využíváme vlastní redakční systém.

Sledování návštěvnosti vlastních WWW stránek



Základ: celý soubor/organizace, které sledují návštěvnost svých stránek (58 %)

Počet zaregistrovaných doménových jmen druhé úrovně

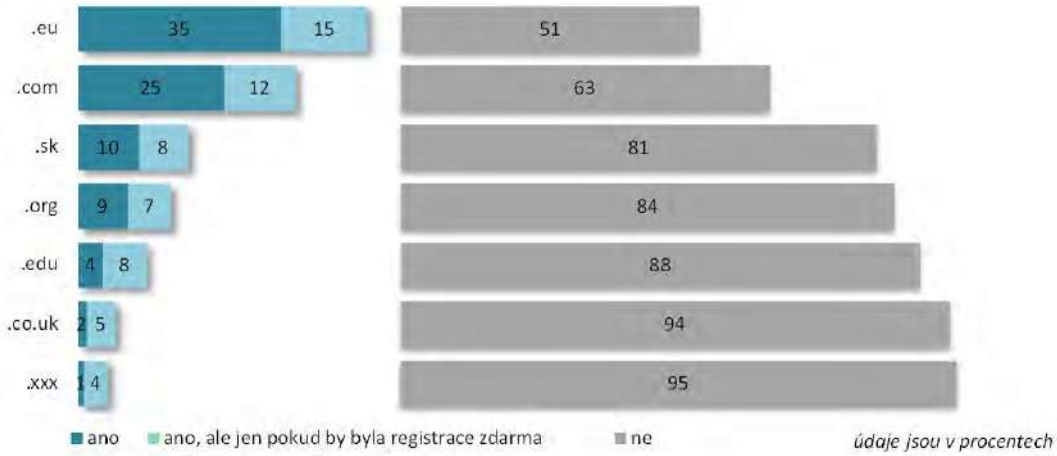


Základ: celý soubor



Návštěvnost firemních WWW stránek sleduje celkem **58 %** organizací, přičemž ze sledování mimo jiné vyplývá, že **čtyři pětiny** návštěvníků přichází z domény **.cz**.
V průměru máme zaregistrovaných **5,3** doménových jmen, z čehož je **3,4** pod doménou **.cz** a **1,9** v **ostatních doménách**.

Zájem o registraci ve vybraných doménách



Základ: celý soubor

Charakteristika organizací, které měly ve větší míře než ostatní zájem o registraci v jednotlivých doménách (kategorie "*ano" + "ano, ale jen pokud by byla registrace zdarma"*)

.eu

- organizace s více než 250 zaměstnanci (+6 %)
- utility, telekomunikace (+16 %)
- průmyslové podniky (+10 %)

.com

- organizace s více než 1 000 zaměstnanci (+5 %)
- průmyslové podniky (+12 %)
- organizace bez diakritiky v názvu (+8 %)
- podnikatelské subjekty (+8 %)
- organizace se 100% zahraniční majetkovou účastí (+6 %)

.sk

- organizace s více než 1 000 zaměstnanci (+20 %)
- průmyslové podniky (+10 %)
- organizace bez diakritiky v názvu (+8 %)
- organizace se 100% zahraniční majetkovou účastí (+15 %)

.org

- organizace s více než 1 000 zaměstnanci (+6 %)

.edu

- organizace s více než 1 000 zaměstnanci (+11 %)
- utility, telekomunikace (+7 %)
- organizace se zahraniční majetkovou účastí (+8 %)

.co.uk

- organizace s více než 1 000 zaměstnanci (+13 %)
- utility, telekomunikace (+9 %)

.xxx

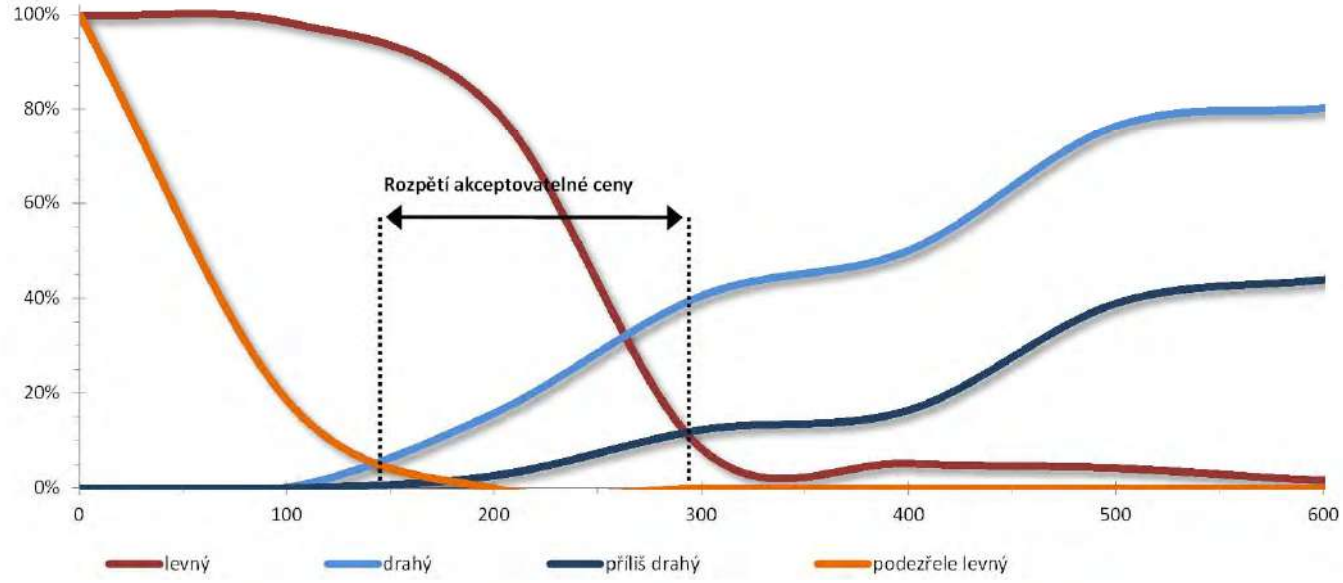
- organizace s více než 1 000 zaměstnanci (+7 %)
- utility, telekomunikace (+11 %)
- organizace se 100% zahraniční majetkovou účastí (+8 %)



Základ: celý soubor

4.5 PRICE SENSITIVITY MODEL (PMS)

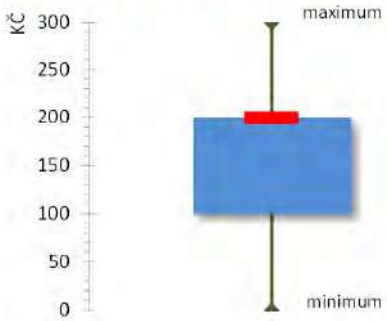
Cenová citlivost poplatku za registraci domény druhé úrovně



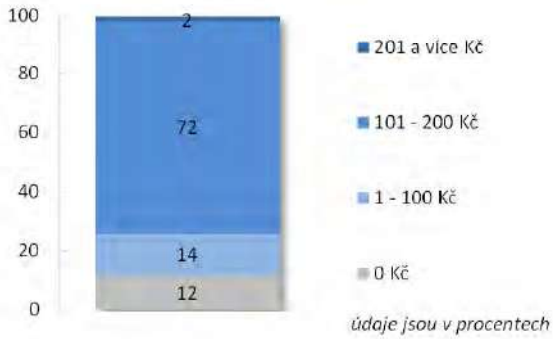
MCP	IDP	OPP	MEP
Nejnižší přípustná cena	Indiferentní cena	Optimální cena	Nejvyšší akceptovatelná cena
146 Kč	177 Kč	266 Kč	290 Kč

Základ: celý soubor

Preferovaná výše poplatku za registraci domény druhé úrovně s diakritikou pro vlastníky domény bez diakritiky



Maximum	**300**
Horní kvartil	**200**
Průměr	**160**
Medián	**200**
Dolní kvartil	**100**
Minimum	**0**



Základ: celý soubor



Z analýzy cenové citlivosti poplatku za registraci domény druhé úrovně vyplývá, že **optimální výše** poplatku odpovídá hodnotě **266 Kč**, **nejnižší přípustná hodnota** činí **146 Kč** a **nejvyšší akceptovatelná cena** odpovídá **290 korunám českým**. Za registraci domény s diakritikou bychom chtěli platit v průměru **160 Kč**. **Více než 200 Kč** (což přibližně odpovídá současné výši poplatku za registraci), by byly za registraci domény s diakritikou ochotny zaplatit **2 %** z nás.

4.6 POVĚDOMÍ O REKLAMĚ

Povědomí o reklamě na domény .cz v posledním půlroce

POVĚDOMÍ O REKLAMĚ MÁ 23 % ORGANIZACÍ

organizace se 100 - 999 zaměstnanci (+10 %)
VS, školství, zdravotnictví (+42 %)
organizace se zahraniční majetkovou účastí (+19 %)

SPONTÁNNĚ UVEDENÉ REGISTRÁTOR SPOJENÝ S REKLAMOU

Forpsi	29 %
CZ.NIC	21 %
na registrátora si jednoznačně nevzpomíná	12 %
doména .cz	9 %
Activ24	6 %
seznam.cz	5 %
Zoner	5 %
Banan	5 %
Casablanca	2 %
INTERNET CZ	2 %
Ignum	1 %
WEB 4 YOU	1 %
GTS NOVERA	1 %



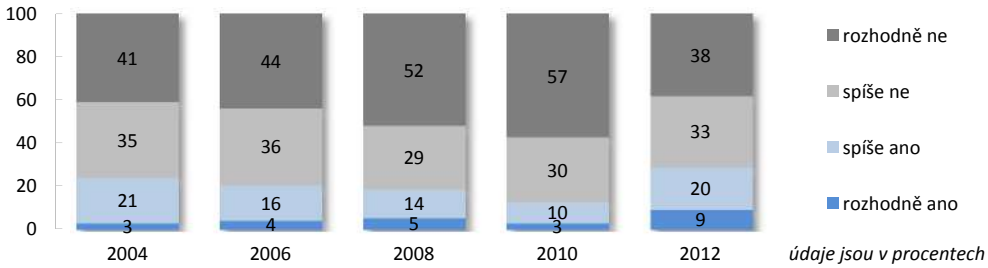
Reklamu na domény .cz zaznamenala v posledním půlroce **čtvrtina** z nás. Nejčastěji jsme viděli reklamu na **Forpsi** a **CZ.NIC**.

Základ: celý soubor/organizace, které znají reklamu na doménu .cz (23 %)

Pozn.: ∑ = 100 %

4.7 ČASOVÉ SROVNÁNÍ

Zájem o zavedení názvů domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky



Základ: celý soubor

Spontánně uvedené výhody názvu domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky



Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu

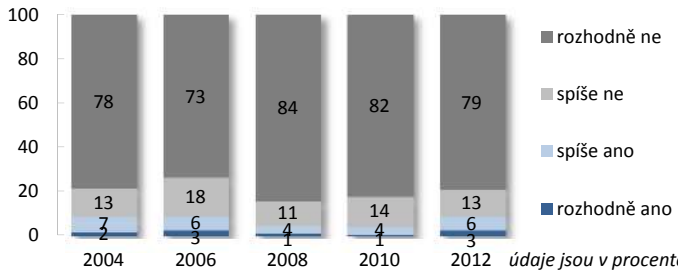
Spontánně uvedené nevýhody názvu domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky



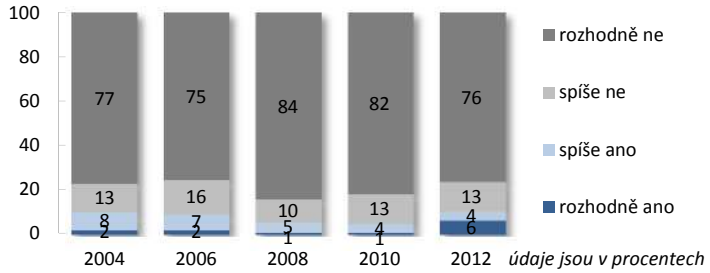
Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní nevýhodu

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

slovenská diakritika



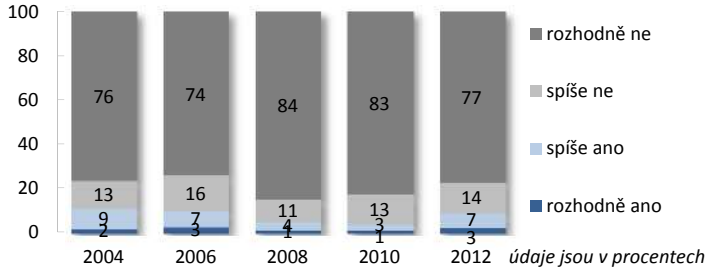
diakritika všech evropských jazyků



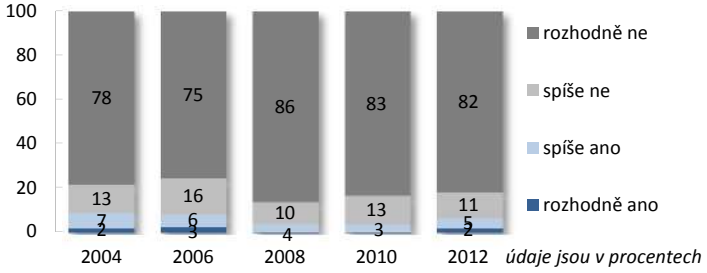
Základ: celý soubor

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

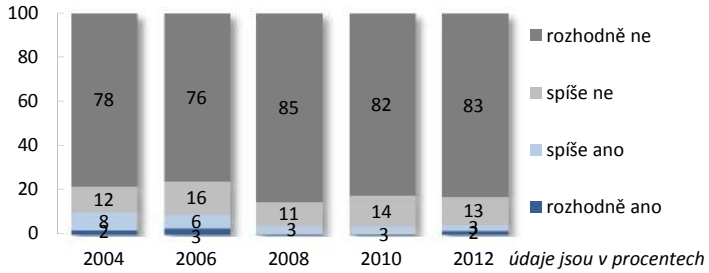
německá diakritika



polská diakritika



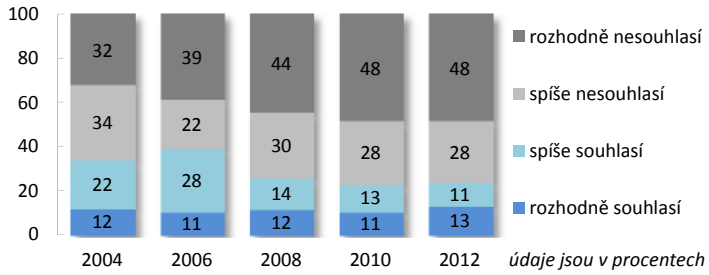
francouzská diakritika



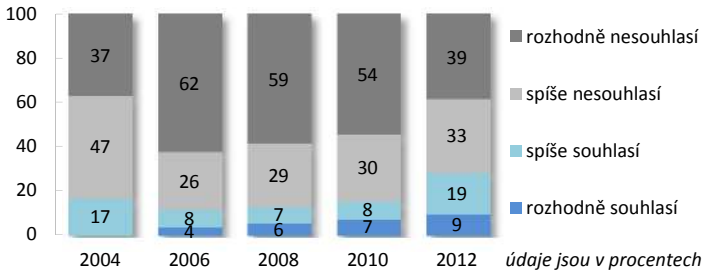
Základ: celý soubor

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

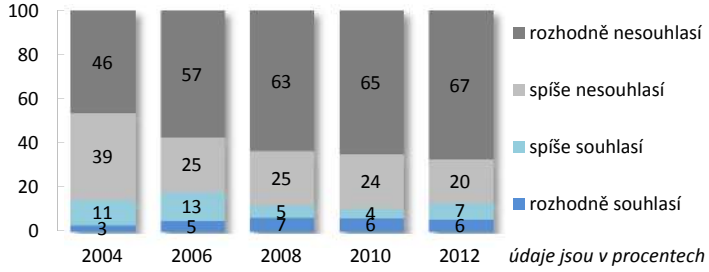
Diakritika v doménových názvech znamená sblížení virtuálního světa a reality.



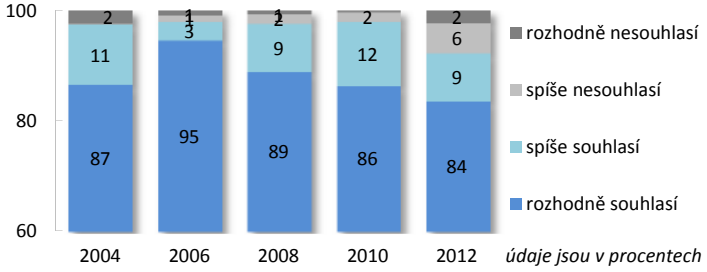
V jiných zemích (v jiných doménách) je používání místních znaků běžné.



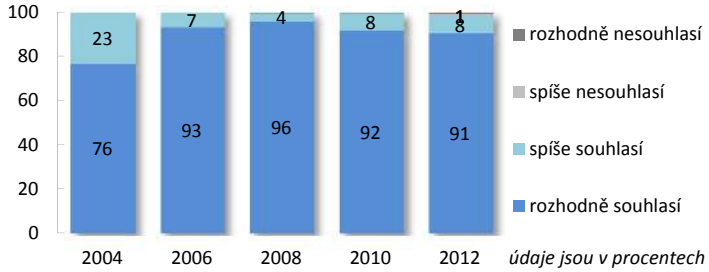
Použití české diakritiky v doménových názvech usnadní používání Internetu.



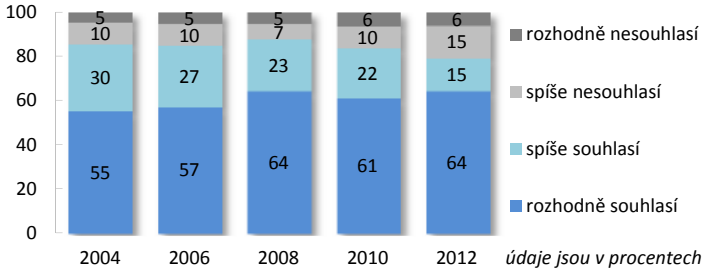
Už jsem si zvykl/a používat názvy bez diakritiky.



Internet má být globální.



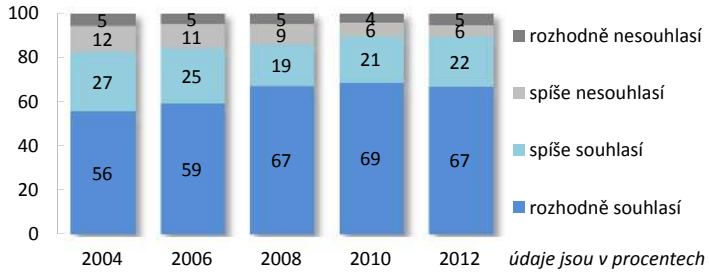
Použití české diakritiky v doménových názvech přinese jen komplikace.



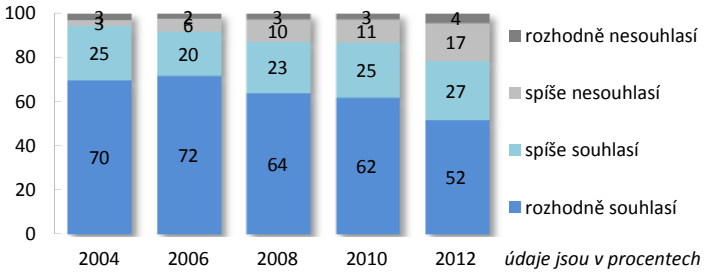
Základ: celý soubor

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

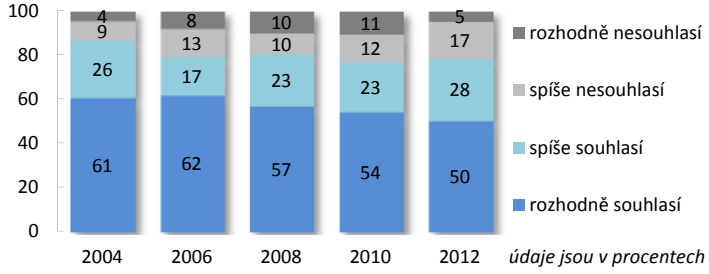
Doménové jméno je pouhý identifikátor a žádná diakritika do něj nepatří.



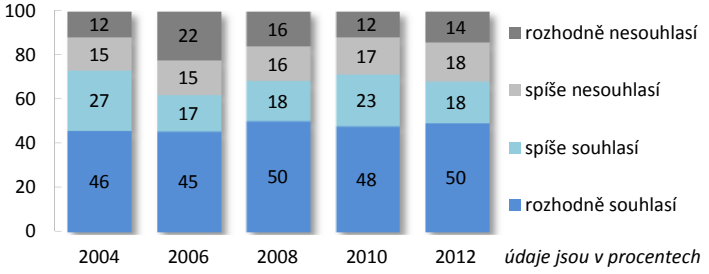
Pokud budou existovat názvy domén s diakritikou, budu muset zkoušet variantu s diakritikou i bez diakritiky, než se dostanu na požadované stránky.



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



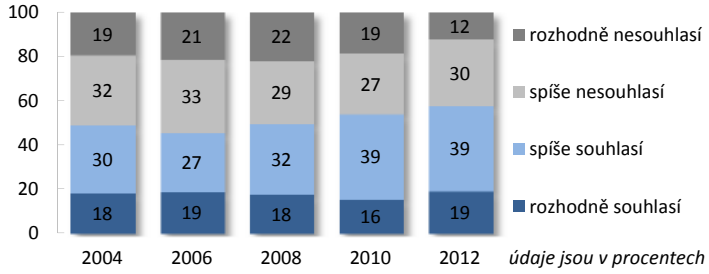
Pokud budu nucen/a pracovat se zahraniční klávesnicí, nebudu schopen/schopna napsat název domény s českou diakritikou.



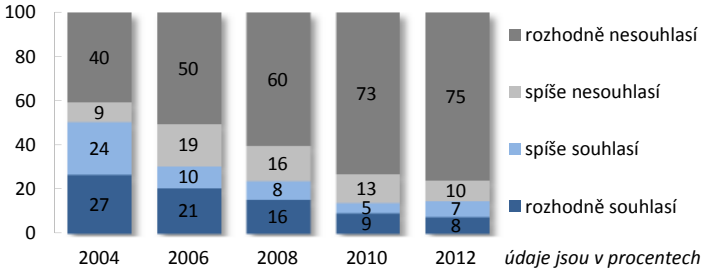
Základ: celý soubor

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

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

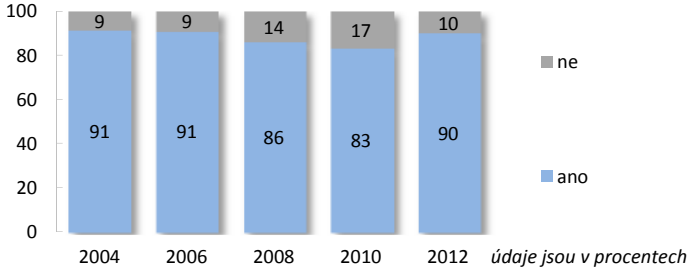


Když píšu e-mail, nepoužívám diakritiku ani v textu zprávy.



Základ: celý soubor

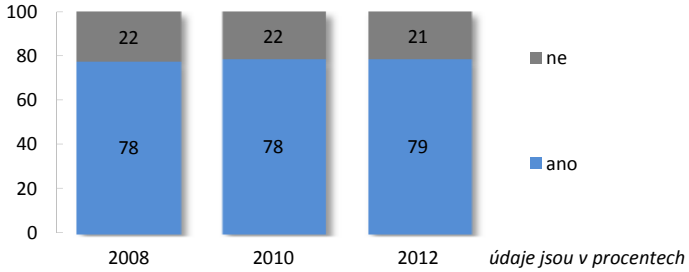
Hodnocení práva stávajících držitelů doménových jmen na přednostní registraci doménového jména s diakritickými znaménky



Základ: celý soubor

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

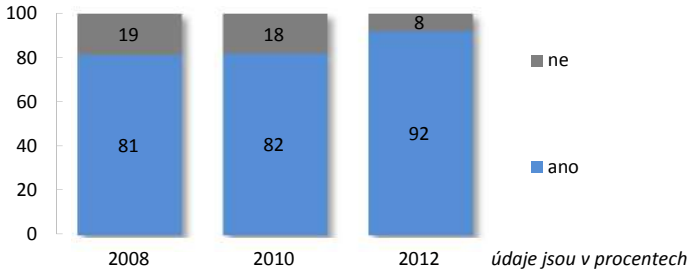
státní úřady



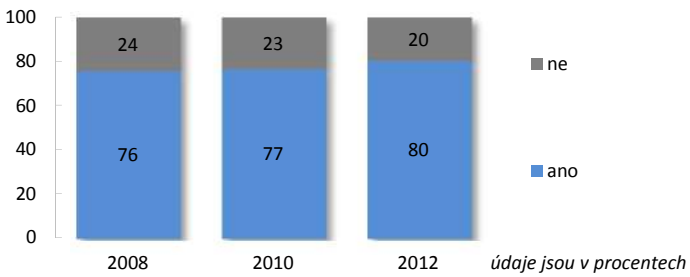
Základ: celý soubor

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

držitelé ochranné známky

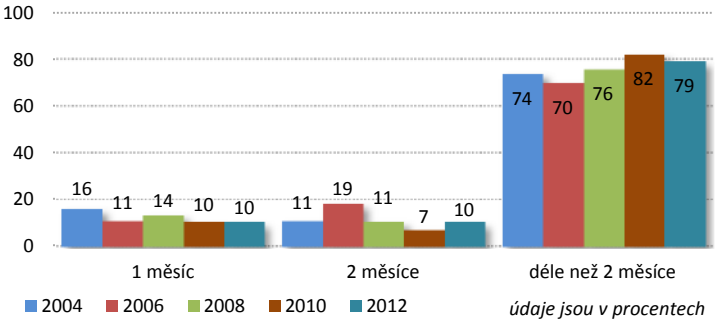


obce



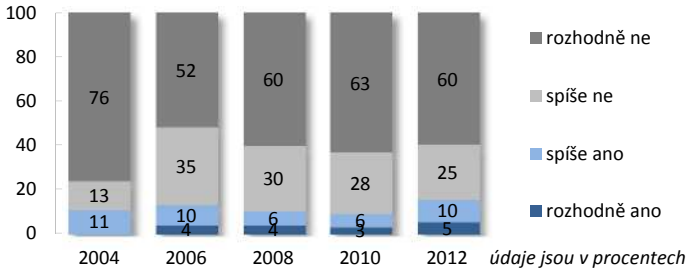
Základ: celý soubor

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



Základ: celý soubor

Preference české diakritiky v doméně organizace



Základ: celý soubor

Výhody vyplývající z používání firemní domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky (TOP 5)



Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu

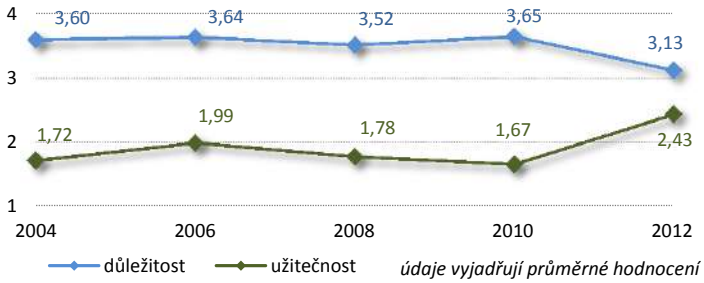
Nevýhody vyplývající z používání firemní domény druhé úrovně s českými diakritickými znaménky (TOP 5)



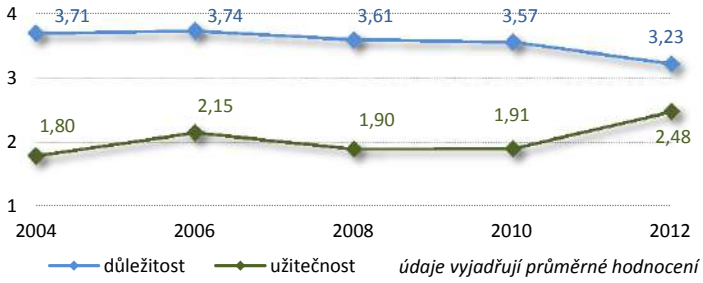
Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní nevýhodu

Důležitost a užitečnost IDN při uspokojování vybraných charakteristik

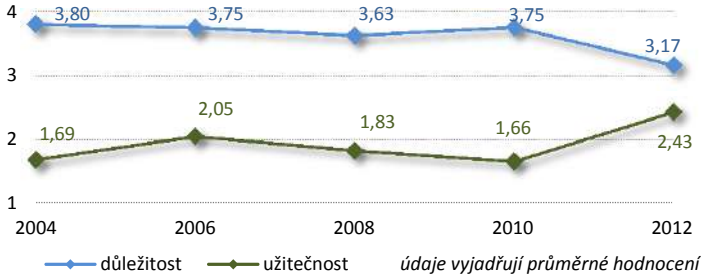
intuitivní adresa



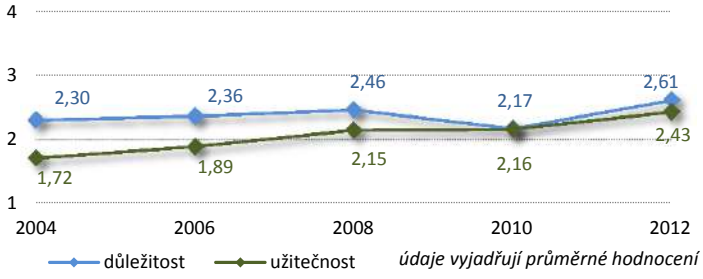
výstižný název



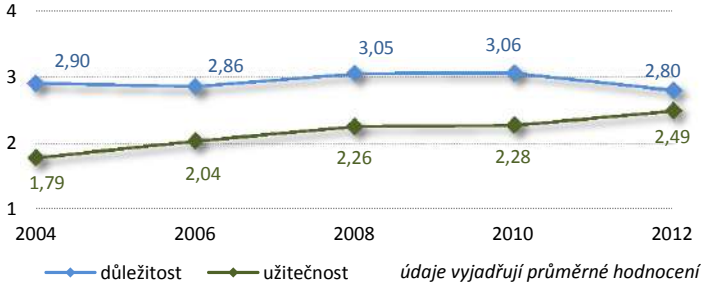
snadné hledání odkazů na naše WWW stránky



nutnost registrace více domén



zvýšené riziko, že si někdo jiný zaregistruje doménu s podobným názvem.



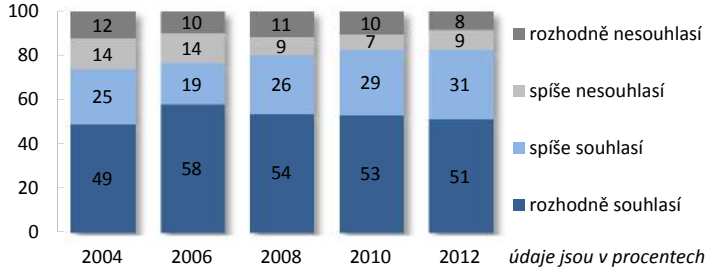
Užitečnost:
1 = rozhodně ne
4 = rozhodně ano

Důležitost:
1 = zcela nepodstatné
4 = velmi důležité

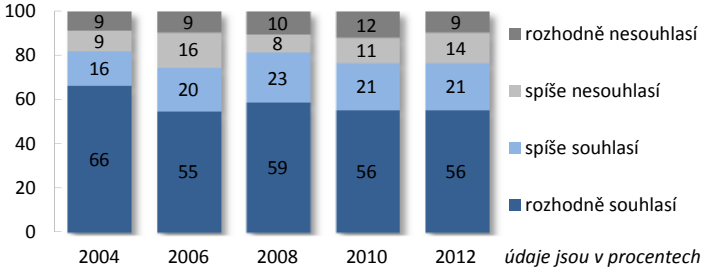
Základ: celý soubor

Souhlas s výroky týkajícími se diakritiky v doménovém jméně organizace

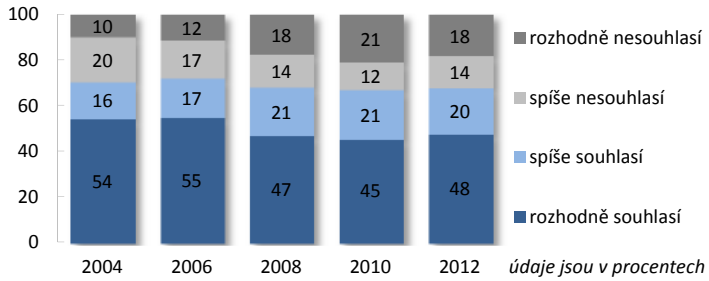
S doménou obsahující diakritiku bychom měli více problémů než užitku.



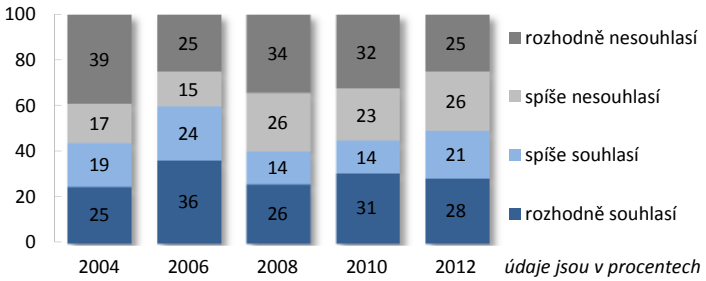
Zavedení české diakritiky se naší organizace nijak netýká.



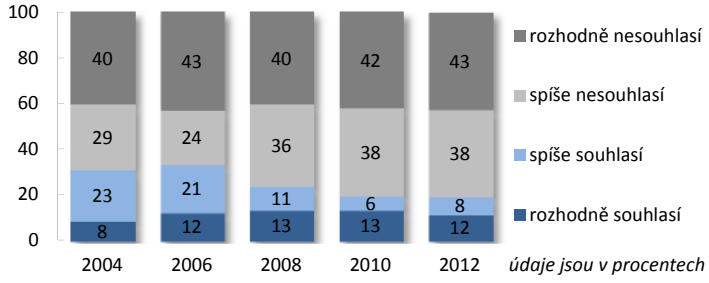
Naše WWW adresa musí zůstat bez diakritiky kvůli zahraničním návštěvníkům (zákazníkům).



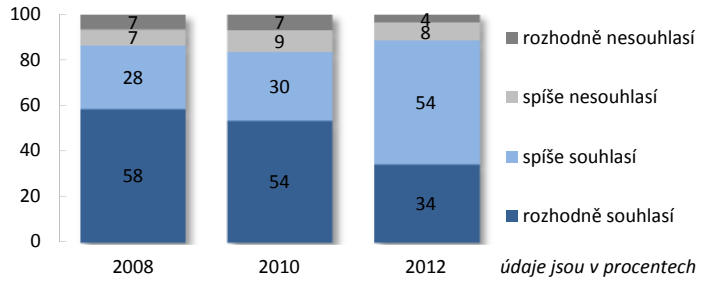
Zaregistrovali bychom si název domény s českou diakritikou proto, aby si ji nezaregistroval někdo jiný.



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

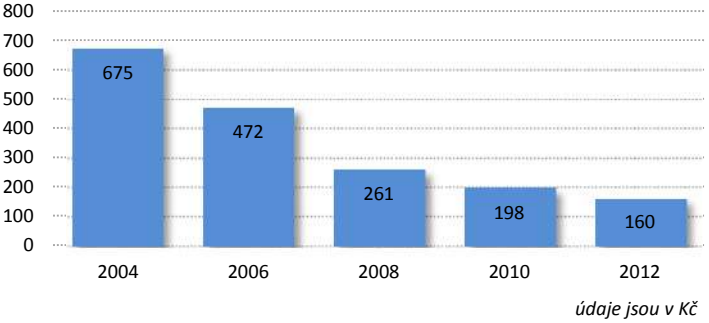


Stávající vlastníci domén by měli mít přednostní právo k novému názvu s diakritikou.



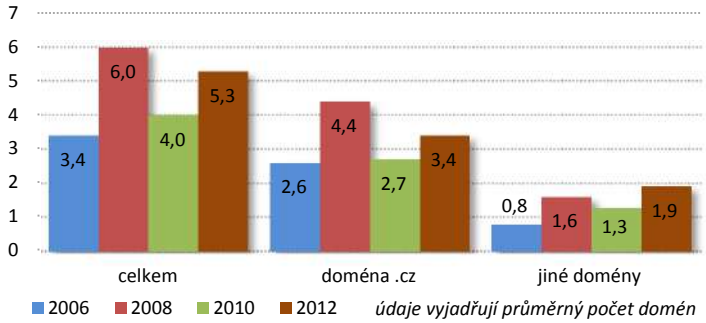
Základ: celý soubor

Preferovaná výše poplatku za registraci domény druhé úrovně s diakritikou pro vlastníky domény bez diakritiky



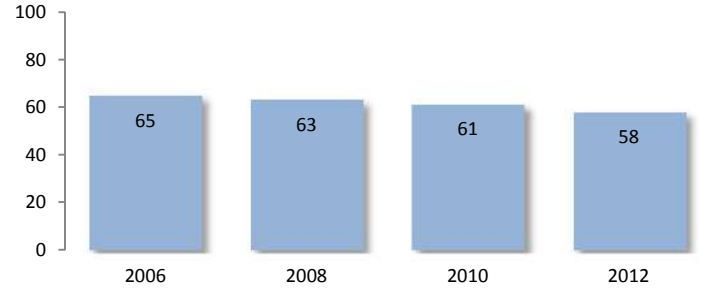
Základ: celý soubor

Počet zaregistrovaných doménových jmen druhé úrovně



Základ: celý soubor

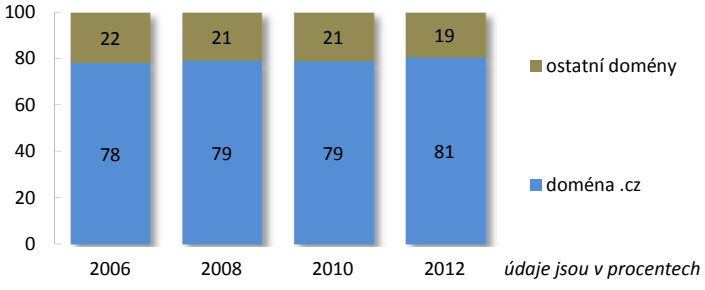
Sledování návštěvnosti firemních WWW stránek



údaje jsou v procentech

Základ: celý soubor

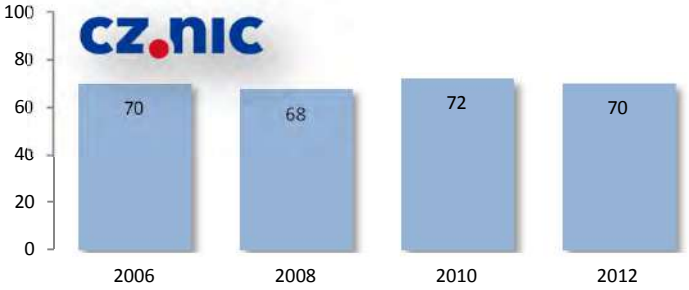
Struktura návštěvníků WWW stránek z hlediska typu domény



údaje jsou v procentech

Základ: organizace, které sledují návštěvnost svých stránek

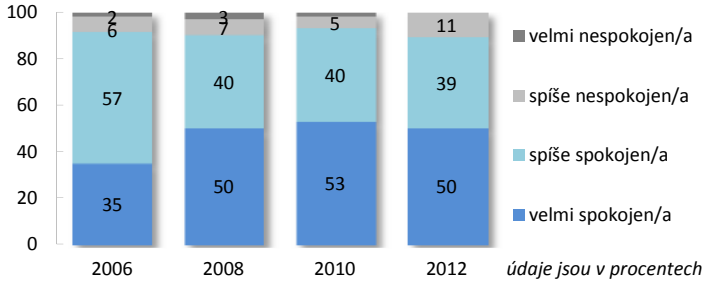
Povědomí o sdružení CZ.NIC



údaje jsou v procentech

Základ: celý soubor

Spokojenost se sdružením CZ.NIC



údaje jsou v procentech

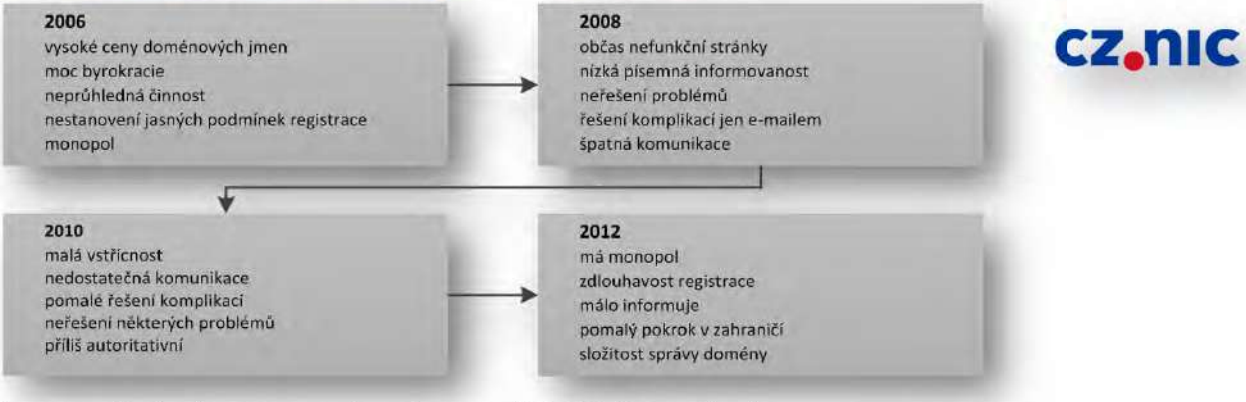
Základ: respondenti, kteří znají CZ.NIC (%)

Spontánně oceňované atributy sdružení CZ.NIC



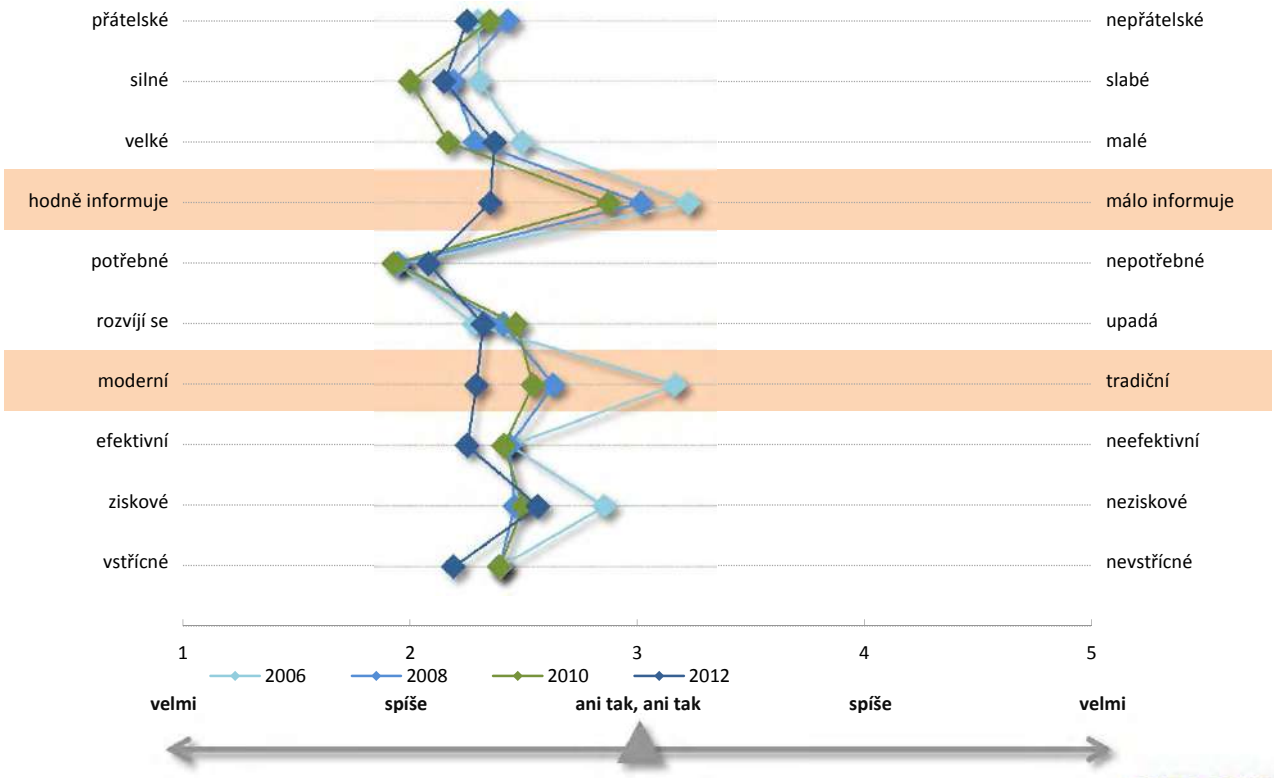
Základ: organizace, které znají CZ.NIC, jsou s ním spokojeny a uvedly konkrétní oceňovaný atribut

Spontánně kritizované atributy sdružení CZ.NIC



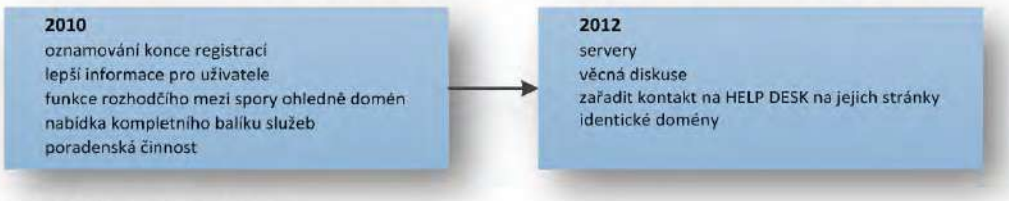
Základ: organizace, které znají CZ.NIC, nejsou s ním spokojeny a uvedly konkrétní kritizovaný atribut

Charakteristika sdružení CZ.NIC



Základ: celý soubor

Další požadované služby poskytované sdružením CZ.NIC (TOP 5)

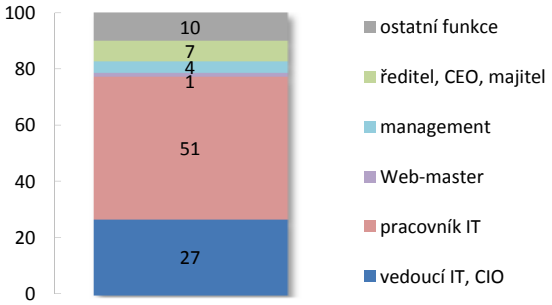


Pozn.: v roce 2012 byly uvedeny jen 4 služby

Základ: organizace, které znají CZ.NIC a uvedly konkrétní požadovanou službu

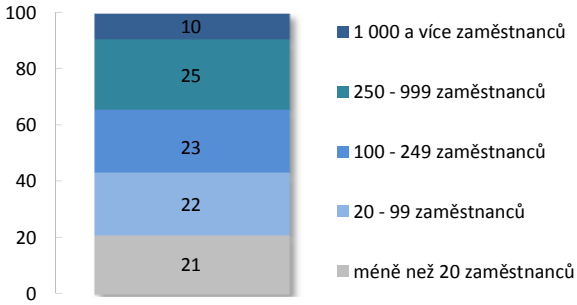
4.8 POPISNÉ CHARAKTERISTIKY

Funkce respondentů



údaje jsou v procentech

Počet zaměstnanců



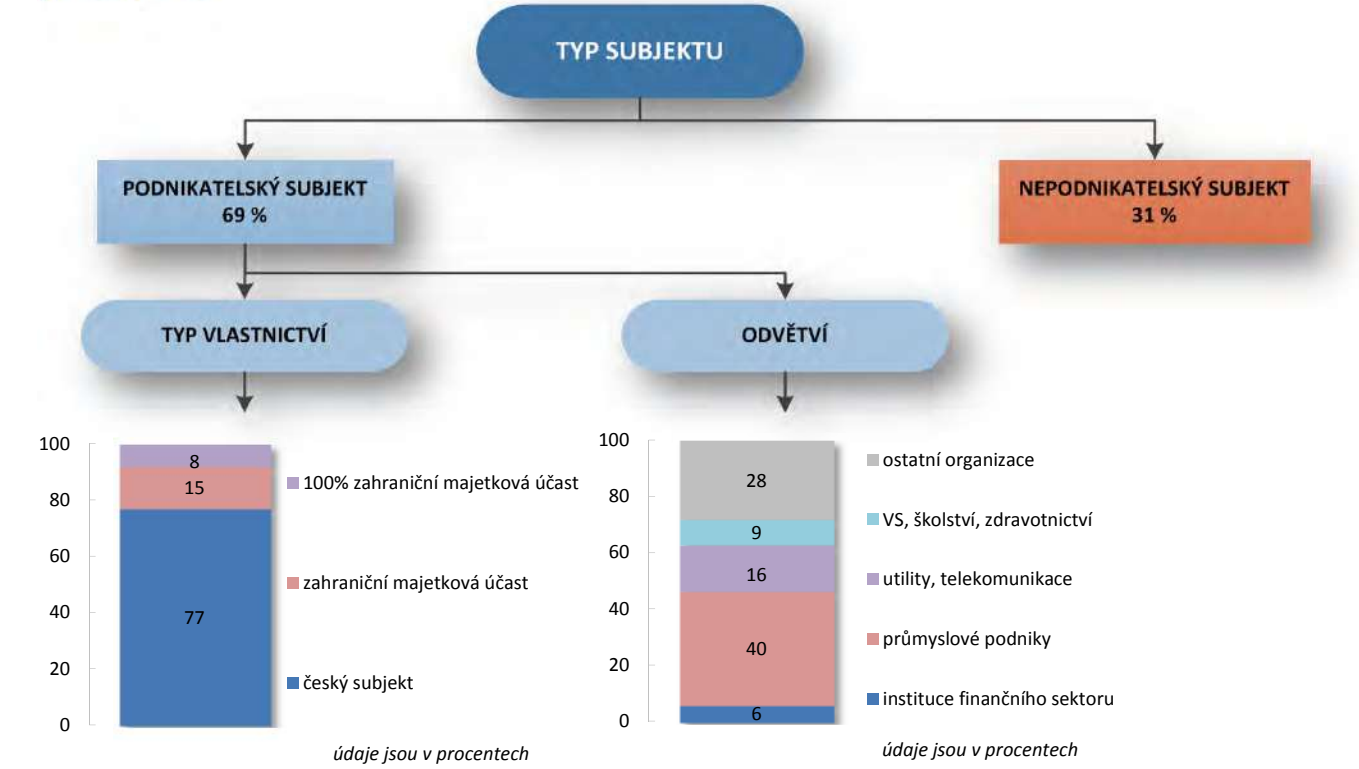
údaje jsou v procentech

Funkce/nadřízená pozice

		Nadřízená pozice					
		žádná nadřízená pozice	vedoucí IT, CIO	pracovník IT	management	ředitel, CEO, majitel	∑
Funkce respondentů	vedoucí IT, CIO	0%	0%	0%	36%	64%	100%
	pracovník IT	0%	73%	0%	15%	12%	100%
	Web-master	0%	58%	0%	25%	17%	100%
	management	0%	5%	0%	7%	88%	100%
	ředitel, CEO, majitel	0%	0%	0%	0%	100%	100%
	ostatní funkce	0%	2%	0%	48%	50%	100%

nejčastější nadřízený

Typ subjektu



údaje jsou v procentech

údaje jsou v procentech

MARKENT
průzkum trhu & marketing



INTERNATIONALIZED DOMAIN NAMES (ORGANIZACE)

LISTOPAD 2012

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