

# INTERNATIONALIZED DOMAIN NAMES (INDIVIDUÁLNÍ UŽIVATELÉ INTERNETU)

ŘÍJEN 2014

PŘIPRAVENO PRO

**CZ.nic**

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





# MARKENT

## OČI, KTERÉ VIDÍ VÍC

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

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

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

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

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

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

# 1. OBSAH



<b>1. OBSAH</b> .....	<b>1</b>
<b>2. SEZNAM GRAFŮ A SCHÉMAT</b> .....	<b>2</b>
<b>3. ÚVOD</b> .....	<b>4</b>
<b>3.1 Metodika výzkumu</b> .....	<b>4</b>
<b>3.2 Vysvětlivky</b> .....	<b>5</b>
<b>3.3 Charakteristika statistických veličin</b> .....	<b>6</b>
<b>4. PŘEHLED VÝSLEDKŮ VÝZKUMNÉHO ŠETŘENÍ</b> .....	<b>8</b>
<b>4.1 Percepce doménových jmen s diakritickými znaménky</b> .....	<b>8</b>
<b>4.2 Hodnocení sdružení CZ.NIC</b> .....	<b>21</b>
<b>4.3 Služba „mojeID“</b> .....	<b>34</b>
<b>4.4 Seriál „Jak na Internet“</b> .....	<b>36</b>
<b>4.5 Využívání počítače a Internetu</b> .....	<b>38</b>
<b>4.6 Popisné charakteristiky</b> .....	<b>42</b>

## 2. SEZNAM GRAFŮ A SCHÉMAT



### 1. Percepce doménových jmen s diakritickými znaménky

Preference doménových jmen druhé úrovně s českými diakritickými znaménky .....	8
Preferovaný způsob zavedení domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky .....	8
Spontánně uvedené výhody pevného spojení doménových jmen s diakritickými znaménky a bez nich .....	9
Spontánně uvedené výhody nespojení doménových jmen s diakritickými znaménky a bez nich .....	9
Výhody doménových názvů s diakritickými znaménky stimulující k jejich používání .....	9-10
Nevýhody doménových názvů s diakritickými znaménky odrazující od jejich používání .....	10
Zájem o zavedení diakritických znamének jiných jazyků v názvech pod doménou .cz .....	11-12
Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky .....	12-14
Odhad subjektů, kterým by zavedení diakritických znamének v doménových názvech pomohlo .....	14-16
Důležitost vybraných aspektů práce s Internetem .....	16-17
Hodnocení současné míry informací o používání doménových názvů s diakritickými znaménky .....	18
Hodnocení práva stávajících držitelů doménových jmen na přednostní registraci doménového jména s diakritickými znaménky .....	18-19
Subjekty, které by měly mít přednost při registraci doménového jména s diakritickými znaménky .....	19
Odhad ročního poplatku za registraci webové adresy pod doménou .cz .....	20
Spontánně uvedení registrovači domén působící v České republice .....	20

### 2. Hodnocení sdružení CZ.NIC

Povědomí a spokojenost se sdružením CZ.NIC .....	21
Spontánně oceňované atributy sdružení CZ.NIC .....	21-22
Spontánně kritizované atributy sdružení CZ.NIC .....	21-22
Charakteristika sdružení CZ.NIC .....	23-28
Znalost a využívání vybraných služeb .....	28-31
Preference vybraných služeb souvisejících s používáním počítače .....	31-32
Další služby požadované od sdružení CZ.NIC (spontánní odpovědi) .....	33

### 3. Služba „mojeID“

Povědomí o službě mojeID .....	34
Odhad míry sepětí služby mojeID s činností CZ.NIC .....	35

### 4. Seriál „Jak na Internet“

Povědomí o seriálu „Jak na Internet“ .....	36
Charakteristiky seriálu "Jak na Internet" .....	37
Spontánně preferovaná témata v seriálu .....	37

## 5. Využívání počítače a Internetu

Doba používání počítače a internetu .....	38
Doba strávená na počítači a Internetu v průměru za den .....	38
Souhlas s výroky, které popisují uživatelské zvyklosti při práci s Internetem.....	39
Vlastní e-mailová schránka .....	39
Provozování vlastních WWW stránek .....	40
Nákupy na Internetu .....	40
Osobní zkušenost s podvodem ze strany e-shopu při nákupu přes Internet .....	41

## 6. Popisné charakteristiky

Struktura respondentů z hlediska jejich pohlaví a věku .....	42
Velikost místa bydliště .....	42
Oblast bydliště .....	42
Region .....	42
Nejvyšší dosažené vzdělání.....	42
Čistý měsíční příjem domácnosti .....	43
Socioekonomický status .....	43
Typ domácnosti respondenta .....	43
Zaměstnání respondenta.....	43
Profese respondenta .....	43

## 3. ÚVOD

### 3.1 METODIKA VÝZKUMU

#### POPIS

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

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

#### METODA SBĚRU DAT

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

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

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

S žádostí o rozhovor bylo osloveno celkem **2 256 respondentů**, kteří odpovídali zadaným kvótám. Interview byla provedena s **1 223 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 **1 212 případech**.

Pyramida výběru respondentů:



Práce tazatelů byla zpětně kontrolována a ověřována telefonicky i písemně.

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 popsána skutečnost vždy specifikována v komentáři k příslušnému grafu.

*Př.: „\* = nízká četnost“*

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

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

Definice socioekonomického statusu:

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

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

### 3.3 CHARAKTERISTIKA STATISTICKÝCH VELIČIN

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

1/99	3/97	5/95	10/90	15/85	20/80	25/75	30/70	40/60	50/50
0,6	1,0	1,2	1,7	2,0	2,3	2,5	2,6	2,8	2,8

Pozn.: hodnoty představují % odpovědí; pro soubor o velikosti 1 200 případů (odpovědí) platí, že hodnota 10% (jakož i doplňková hodnota 90%) může obsahovat odchylku 1,7 %, tzn. že „skutečná“ hodnota se s 95 procentní pravděpodobností v základním souboru nalézá v intervalu 8,3 % až 11,7 %.

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.

Chi 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:

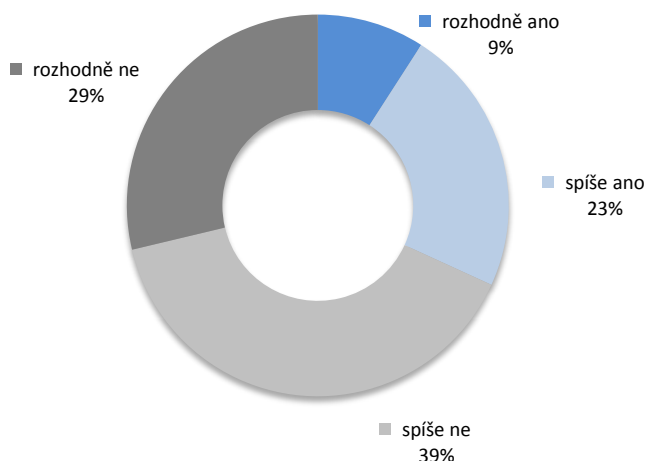
- +++ = extrémně nadprůměrná
- ++ = významně nadprůměrná
- + = nadprůměrná
- 0 = bez statisticky významné odlišnosti
- = extrémně podprůměrná
- = významně podprůměrná
- = podprůměrná

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 DIAKRITICKÝMI ZNAMÉNKY

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

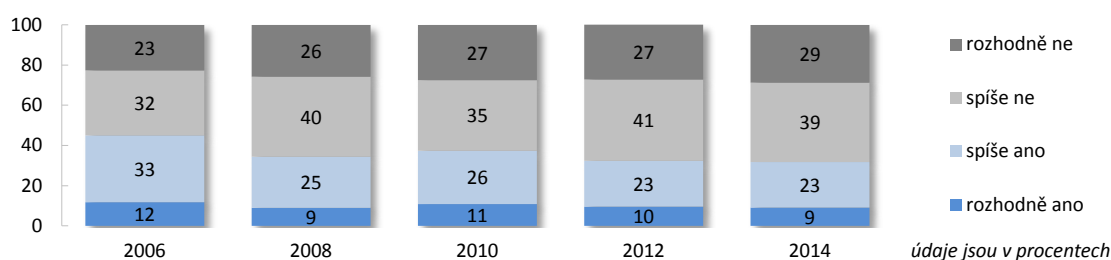


Charakteristika respondentů, kteří ve větší míře než ostatní preferují doménová jména s českými diakritickými znaménky:

- respondenti ve věku 30-39 let (+6 %)
- respondenti z třídy sociálně slabých (+6 %)

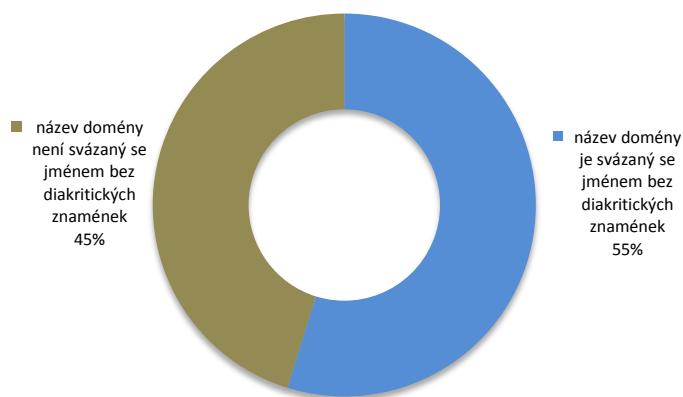
Charakteristika respondentů, kteří ve větší míře než ostatní nepreferují doménová jména s českými diakritickými znaménky:

- respondenti z vyšší třídy (+8 %)
- respondenti žijící v obcích s více než 100 000 obyvateli (+12 %)
- respondenti, kteří pracují s Internetem 5 a více hodin denně (+7 %)



Základ: celý soubor

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

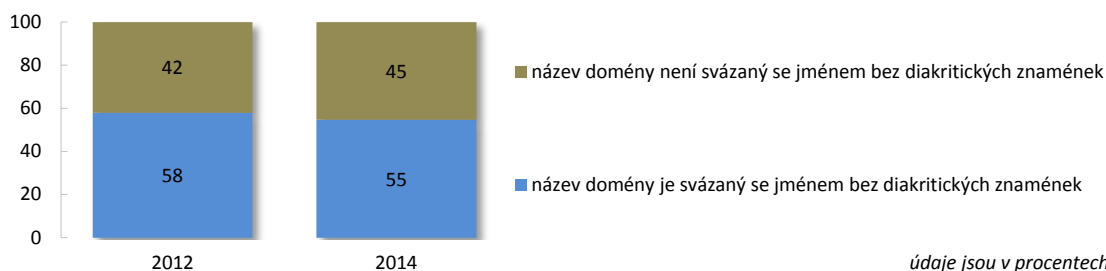


Charakteristika respondentů, kteří ve větší míře než ostatní preferují název domény svázaný se jménem bez diakritických znamének:

- respondenti, kteří pracují s Internetem 5 a více hodin denně (+6 %)

Charakteristika respondentů, kteří ve větší míře než ostatní preferují název domény nsvázaný se jménem bez diakritických znamének:

- respondenti, kteří preferují diakritiku v doménách druhé úrovně (+9 %)



Základ: celý soubor



Doménová jména s českými diakritickými znaménky preferuje **32 %** z nás. **Více než polovina** z nás preferuje **název domény svázaný se jménem bez diakritických znamének**.

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

#### SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI RESPONDENTŮ

- je to jednoduché, nekomplikované 17 %
- je jen jedna správná stránka (přesnější vyhledávání) 17 %
- je to zaběhnuté, zvyk 11 %
- vyhledávání je snazší 9 %
- možnost psaní česky 8 %
- uživatelé to nebude plést 7 %
- přehledné 5 %
- lepší pro laiky, začátečníky a starší lidi 5 %
- překlepy nevaří, je jedno jak to zadám 4 %
- nedochází k omylům, chybám 3 %
- snáze srozumitelné 2 %

Pozn.: minimální četnost = 2 %

**2012**

je to jednodušší/snadněji se najde požadovaná stránka  
rychlejší vyhledávání  
nestávaly by se překlepy/chyby  
nebudu se plést  
fungovalo by to dohromady, bez diakritiky i s ní

**2014**

je to jednoduché, nekomplikované  
je jen jedna správná stránka (přesnější vyhledávání)  
je to zaběhnuté, zvyk  
vyhledávání je snazší  
možnost psaní česky

Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu (69 %)

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

#### SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI RESPONDENTŮ

- větší množství domén 27 %
- nedá se zaměnit, záměny adres jsou vyloučeny 9 %
- je to jednoduché, snadné 8 %
- slova a podobné názvy jsou nezaměnitelné 8 %
- lépe se uplatní český jazyk 8 %
- přesnější rozlišení, vyhledávání 8 %
- lepší pro laiky, začátečníky a starší lidi 3 %
- je to přehledné 3 %
- je to přirozené, zavedené 2 %

Pozn.: minimální četnost = 2 %

**2012**

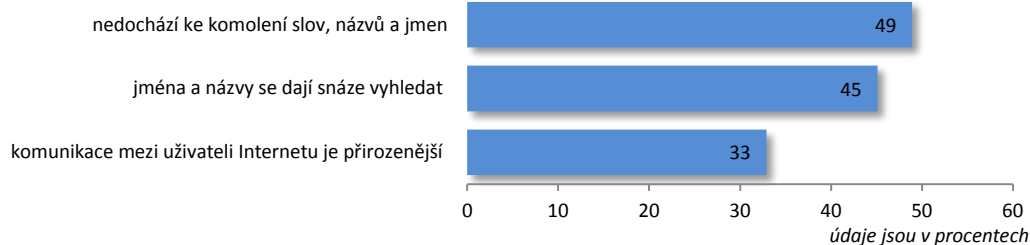
více možností stránek/více domén  
přesné zadání  
je to jasné/srozumitelné  
nepletení si názvů  
rozlišení stránek/variabilita

**2014**

větší množství domén  
nedá se zaměnit, záměny adres jsou vyloučeny  
je to jednoduché, snadné  
slova a podobné názvy jsou nezaměnitelné  
lépe se uplatní český jazyk

Základ: respondenti, kteří uvedli konkrétní výhodu (64 %)

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



#### Charakteristika respondentů, které stimuluje k využívání doménových jmen s diakritickými znaménky výhoda nekomolení slov, názvů a jmen:

- respondenti z vyšší třídy (+10 %)

#### Charakteristika respondentů, které stimuluje k využívání doménových jmen s diakritickými znaménky výhoda přirozenější komunikace mezi uživateli Internetu:

- respondenti, kteří preferují diakritiku v doménách druhé úrovně (+16 %)

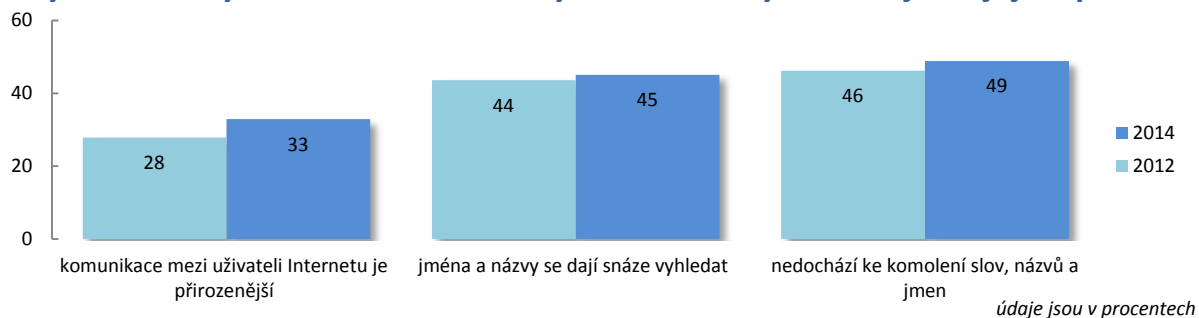
Základ: celý soubor

#### Charakteristika respondentů, které stimuluje k využívání doménových jmen s diakritickými znaménky výhoda snazšího vyhledávání jmen a názvů:

- respondenti, kteří preferují diakritiku v doménách druhé úrovně (+6 %)

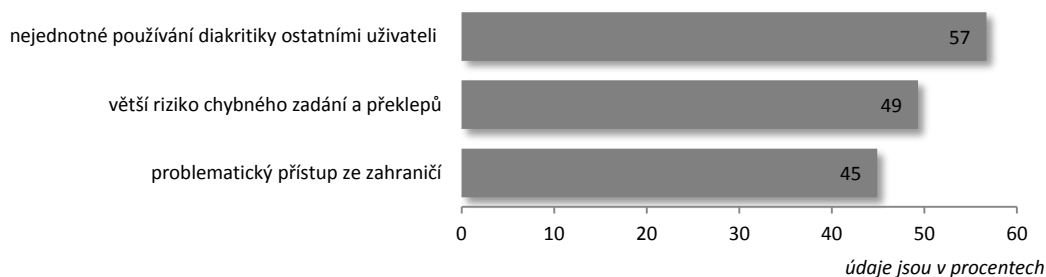


## Výhody doménových názvů s diakritickými znaménky stimulující k jejich používání



Základ: celý soubor

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



**Charakteristika respondentů, které odrazuje od využívání doménových jmen s diakritickými znaménky nevýhoda nejednotného používání diakritiky ostatními uživateli:**

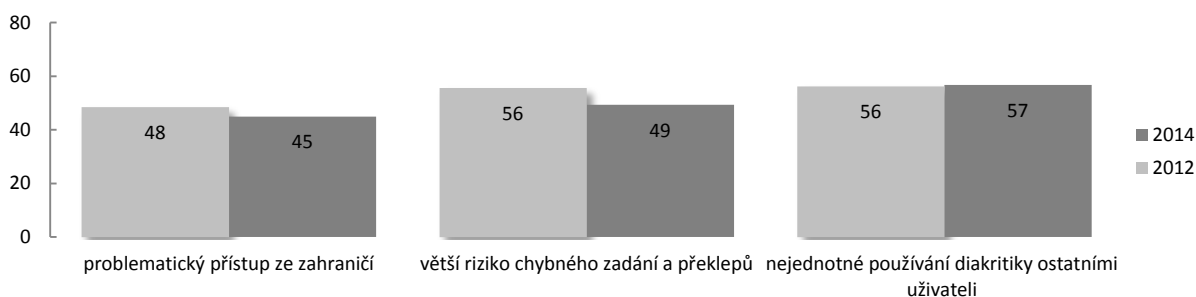
- respondenti z vyšší třídy (+13 %)
- respondenti, kteří využívají Internet 15 a více let (+8 %)

**Charakteristika respondentů, které odrazuje od využívání doménových jmen s diakritickými znaménky nevýhoda většího rizika chybného zadání a překlepů:**

- muži (+5 %)
- respondenti, kteří nepreferují diakritiku v doménách druhé úrovně (+6 %)

**Charakteristika respondentů, které odrazuje od využívání doménových jmen s diakritickými znaménky nevýhoda problematického přístupu ze zahraničí:**

- respondenti mladší než 30 let (+5 %)
- respondenti, kteří pracují s Internetem 5 a více hodin denně (+21 %)

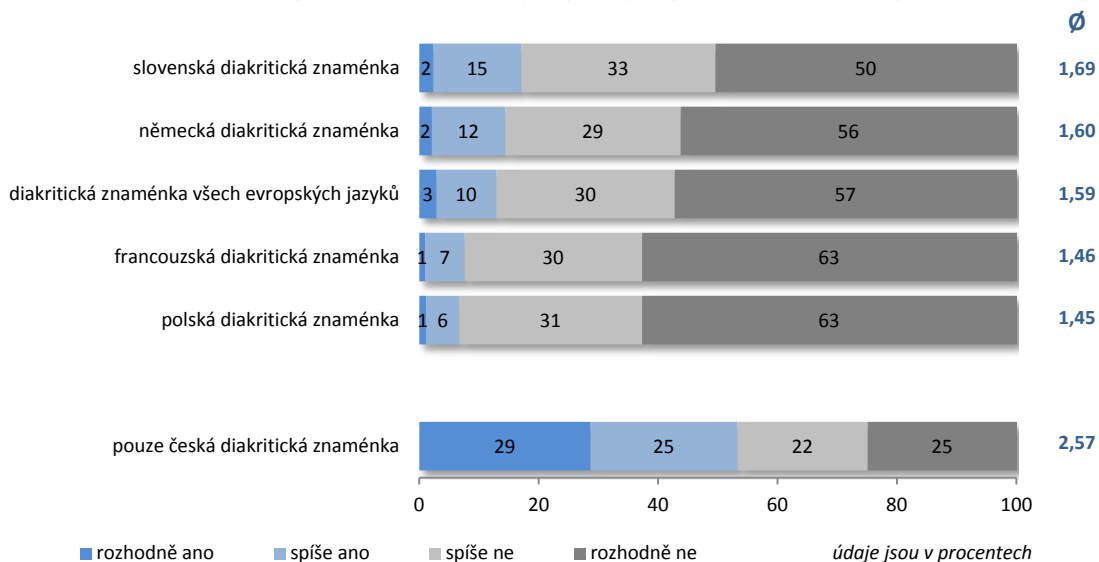


Základ: celý soubor



K podpoře využívání diakritiky přispívá zejména to, že **nedochází ke komolení slov, názvů a jmen**, a že lze **jména a názvy snáze vyhledat**. Naopak bariérou je zejména **nejednotné používání diakritiky ostatními uživateli**.

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



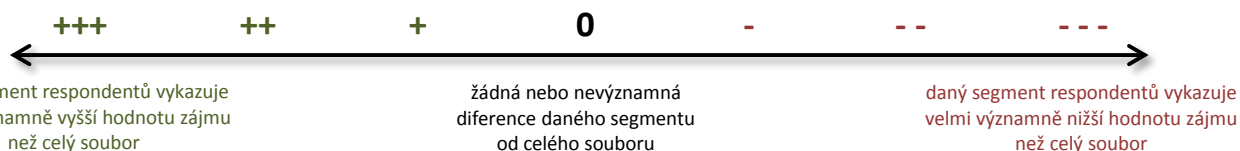
Pozn.: průměrné hodnocení (Ø): 1 = rozhodně ne, 4 = rozhodně ano

Základ: celý soubor

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

	Region		
	Praha	Čechy	Morava
slovenská diakritická znaménka	---	0	+++
diakritická znaménka všech evropských jazyků	--	-	+++

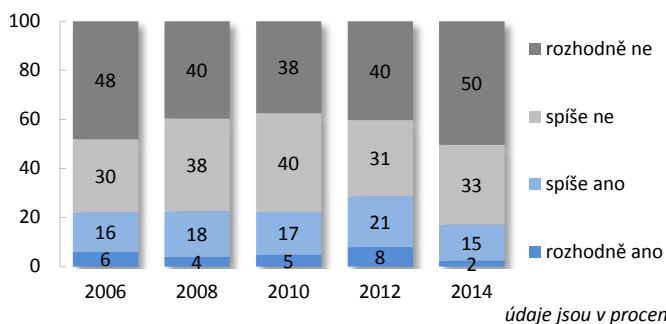
	Doba využívání internetu		
	méně než 10 let	10 - 14 let	15 a více let
diakritická znaménka všech evropských jazyků	0	0	+++



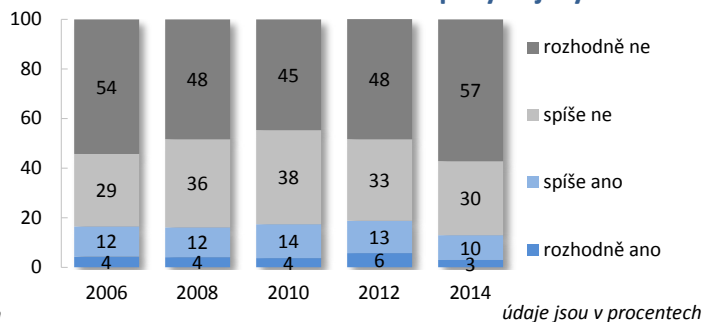
Základ: celý soubor

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

## slovenská diakritická znaménka



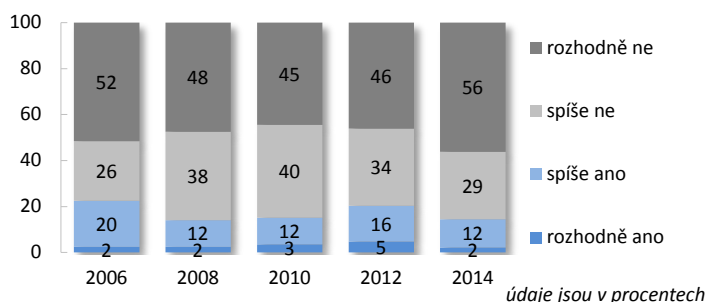
## diakritická znaménka všech evropských jazyků



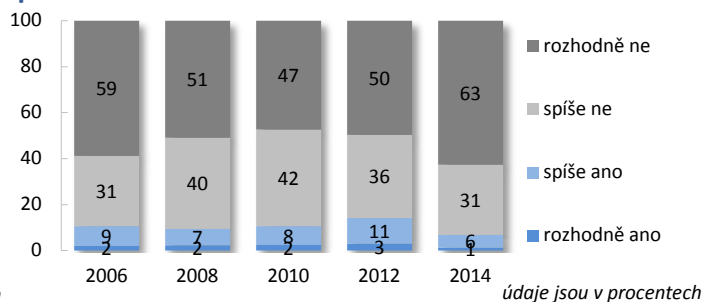
Základ: celý soubor

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

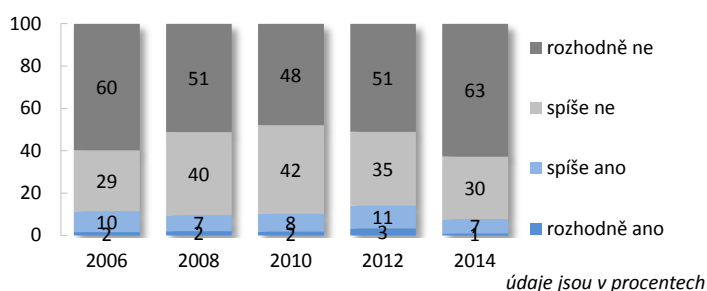
## německá diakritická znaménka



## polská diakritická znaménka

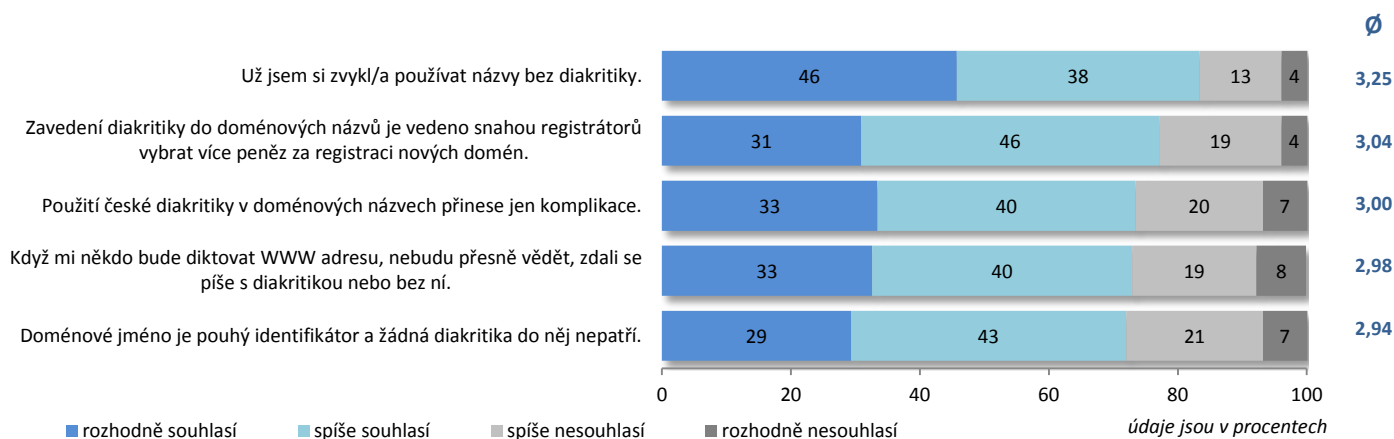


## francouzská diakritická znaménka



Základ: celý soubor

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

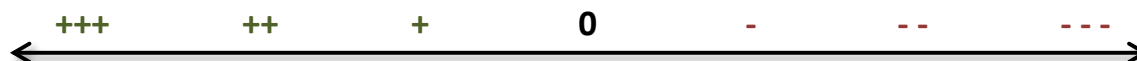


Pozn.: průměrné hodnocení (Ø): 1 = rozhodně nesouhlasí, 4 = rozhodně souhlasí

Základ: celý soubor

## Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky (statisticky významné odchylky)

	Velikost místa bydliště				
	méně než 10 000 obyvatel	10 000 - 19 999 obyvatel	20 000 - 49 999 obyvatel	50 000 - 99 999 obyvatel	100 000 a více obyvatel
Použití české diakritiky v doménových názvech přinese jen komplikace.	0	-	0	0	+++
Když mi někdo bude diktovat WWW adresu, nebudu přesně vědět, zdali se píše s diakritikou nebo bez ní.	---	--	0	0	+++



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

žádná nebo nevýznamná diference daného segmentu od celého souboru

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

Základ: celý soubor

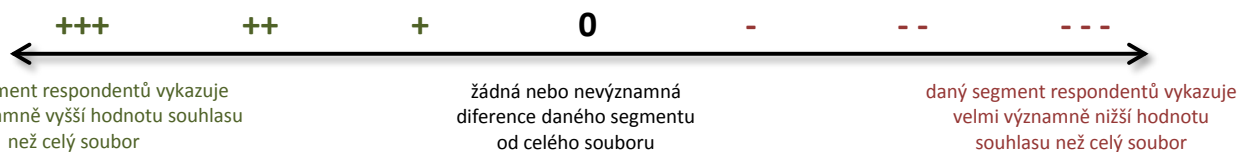


## Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky (statisticky významné odchylky)

	Region		
	Praha	Čechy	Morava
Doménové jméno je pouhý identifikátor a žádná diakritika do něj nepatří.	+++	0	---

	Doba využívání Internetu		
	méně než 10 let	10 - 14 let	15 a více let
Už jsem si zvykl/a používat názvy bez diakritiky.	---	0	+++

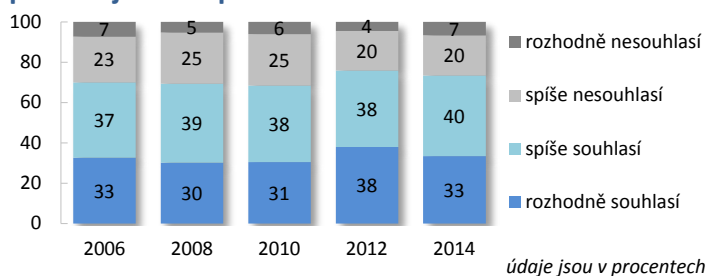
	Doba strávená na Internetu za den		
	méně než 2 hodiny	2 - 4 hodiny	5 a více hodin
Už jsem si zvykl/a používat názvy bez diakritiky.	0	0	++
Použití české diakritiky v doménových názvech přinese jen komplikace.	0	0	++



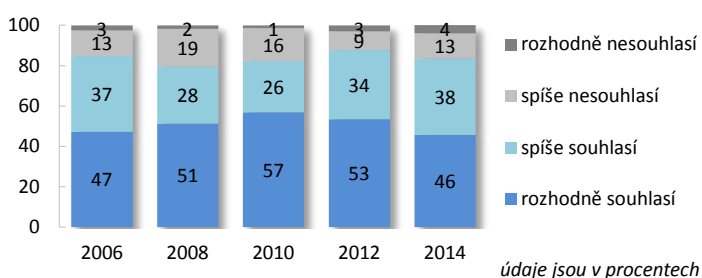
Základ: celý soubor

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

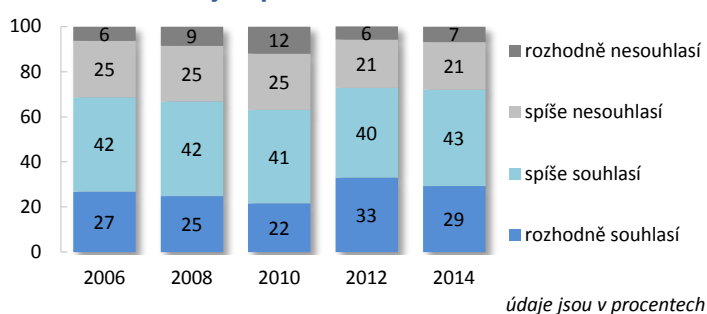
### Použití české diakritiky v doménových názvech přinese jen komplikace.



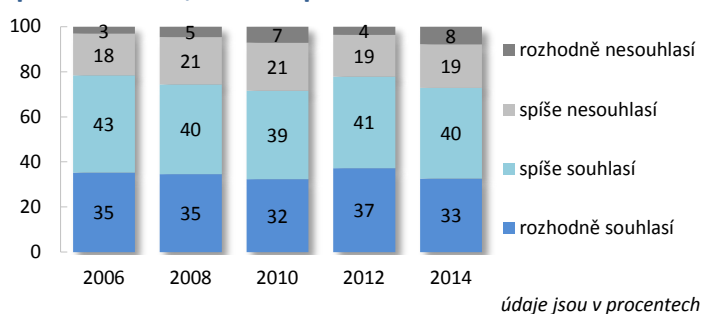
### Už jsem si zvykl/a používat názvy bez diakritiky.



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



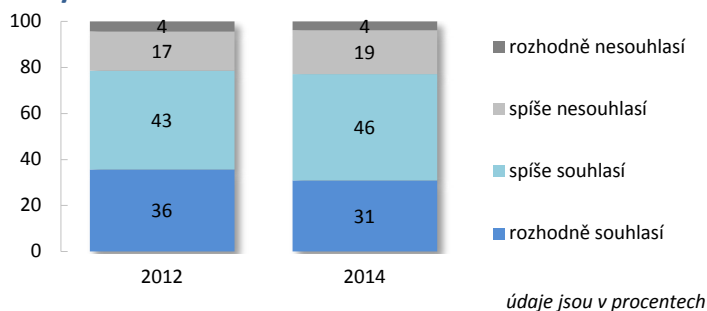
### Když mi někdo bude diktovat WWW adresu, nebudu přesně vědět, zdali se píše s diakritikou nebo bez ní.



Základ: celý soubor

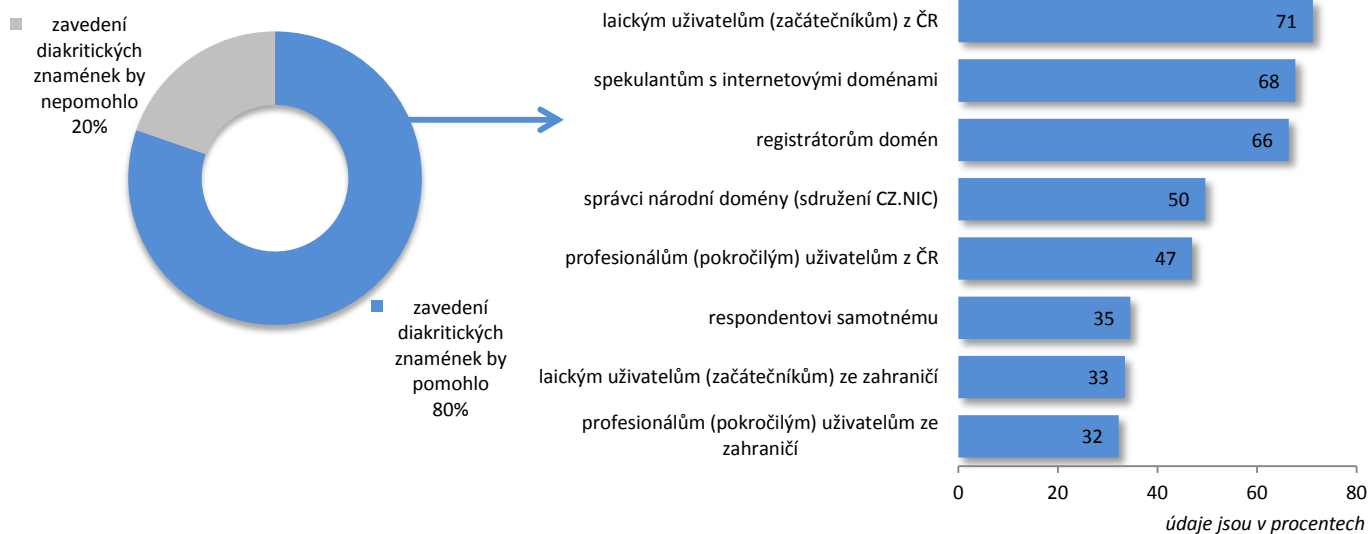
## Souhlas s výroky týkajícími se domén druhé úrovně s českými diakritickými znaménky

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



Základ: celý soubor

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



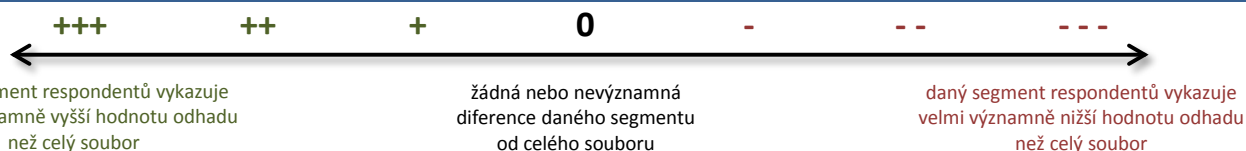
Základ: celý soubor

Základ: respondenti, podle kterých by zavedení diakritických znamének pomohlo (80 %)

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

	Velikost místa bydliště				
	méně než 10 000 obyvatel	10 000 - 19 999 obyvatel	20 000 - 49 999 obyvatel	50 000 - 99 999 obyvatel	100 000 a více obyvatel
laickým uživatelům (začátečnickům) ze zahraničí	0	0	0	0	--
spekulantům s internetovými doménami	0	0	-	0	++

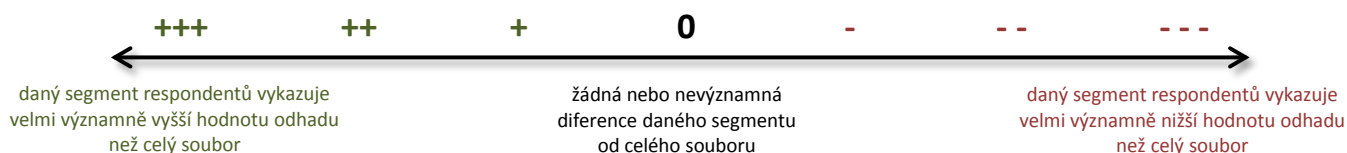
	Doba využívání Internetu		
	méně než 10 let	10 - 14 let	15 a více let
spekulantům s internetovými doménami	0	0	++



Základ: respondenti, podle kterých by zavedení diakritických znamének pomohlo (80 %)

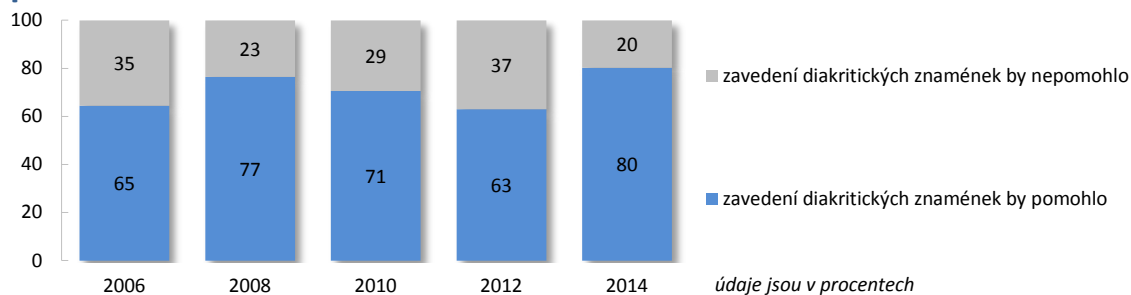
## Odhad subjektů, kterým by zavedení diakritických znamének v doménových názvech pomohlo (*statisticky významné odchylky*)

	Preference českých diakritických znamének v doménách druhé úrovně	
	preferuje česká diakritická znaménka	nepreferuje česká diakritická znaménka
laickým uživatelům (začátečnickům) z ČR	+++	---
profesionálům (pokročilým) uživatelům z ČR	+++	---
správci národní domény (sdružení CZ.NIC)	+++	---
laickým uživatelům (začátečnickům) ze zahraničí	+++	---
profesionálům (pokročilým) uživatelům ze zahraničí	+++	---
respondentovi samotnému	+++	---
spekulantům s internetovými doménami	---	+++

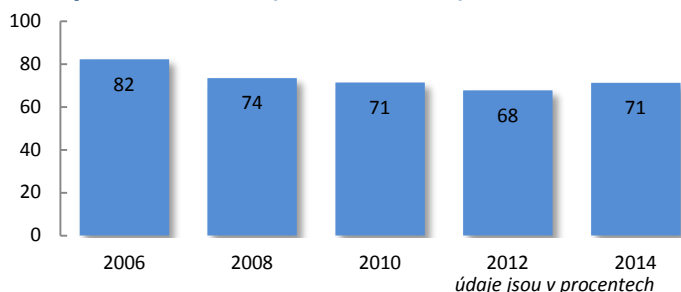


Základ: respondenti, podle kterých by zavedení diakritických znamének pomohlo (80 %)

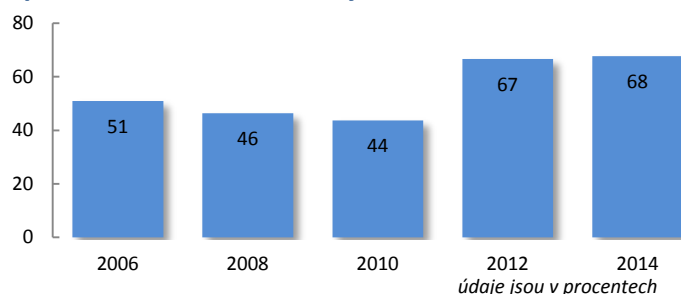
## Odhad subjektů, kterým by zavedení diakritických znamének v doménových názvech pomohlo



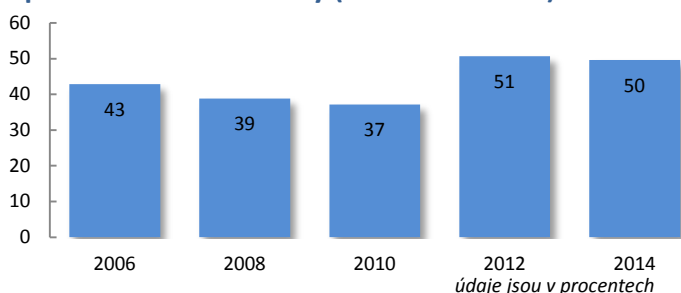
### laickým uživatelům (začátečnickům) z ČR



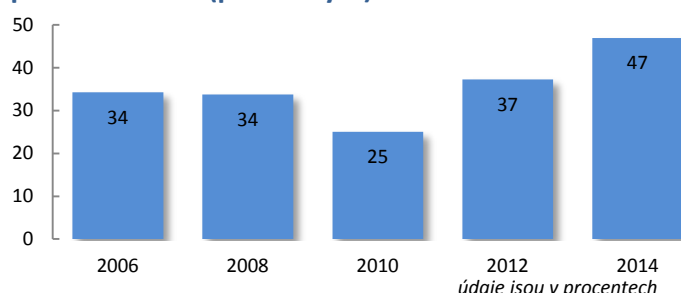
### spekulantům s internetovými doménami



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



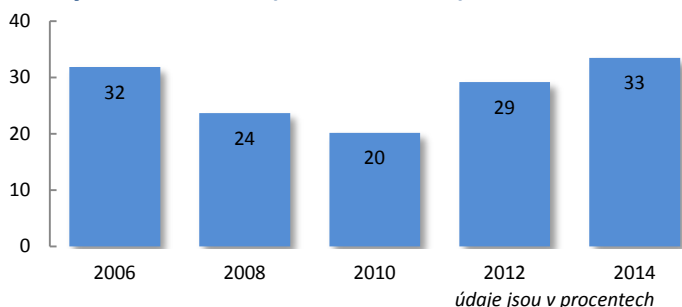
### profesionálům (pokročilým) uživatelům z ČR



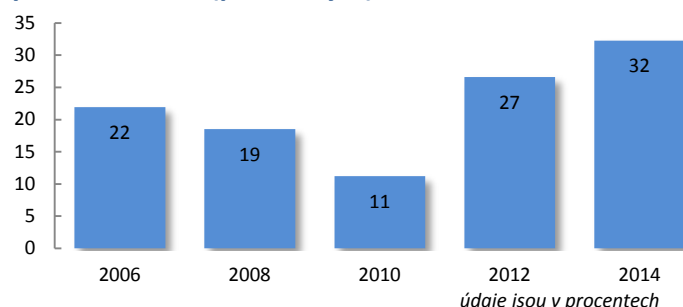
Základ: respondenti, podle kterých by zavedení diakritických znamének pomohlo

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

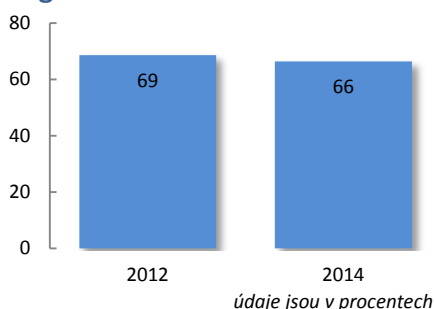
### laickým uživatelům (začátečnickům) ze zahraničí



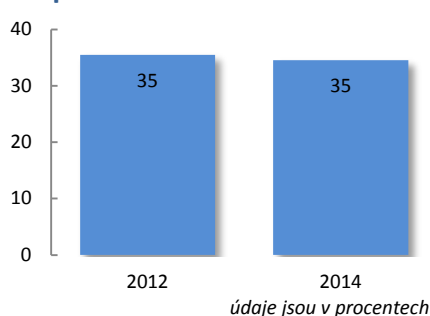
### profesionálům (pokročilým) uživatelům ze zahraničí



### registrátorům domén



### respondentovi samotnému

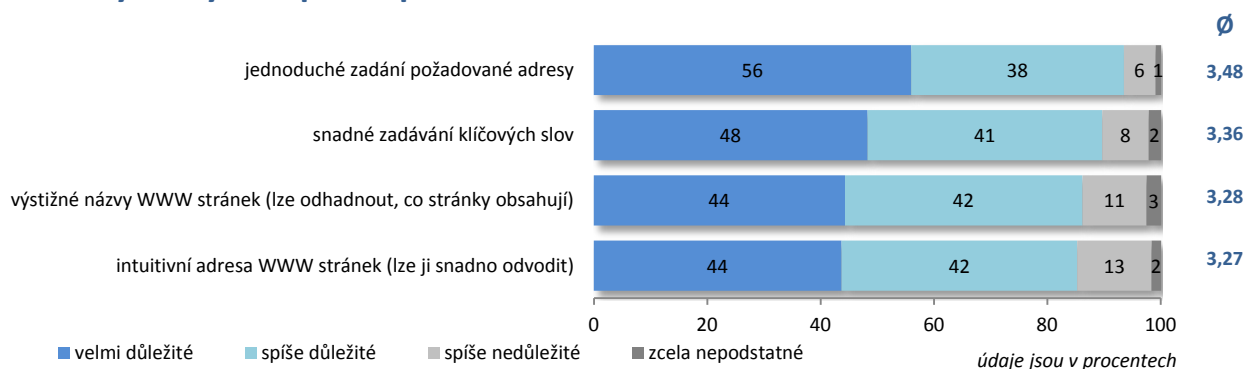


Základ: respondenti, podle kterých by zavedení diakritických znamének pomohlo



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

## Důležitost vybraných aspektů práce s Internetem



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

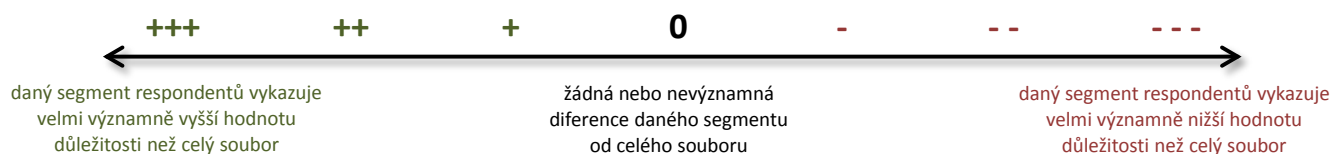
Základ: celý soubor

Důležitost vybraných aspektů práce s Internetem (*statisticky významné odchylky*)

	Věk				
	18 - 29 let	30 - 39 let	40 - 49 let	50 - 59 let	60 - 64 let
jednoduché zadání požadované adresy	--	0	0	0	+

	Region		
	Praha	Čechy	Morava
intuitivní adresa WWW stránek (Ize ji snadno odvodit)	+++	++	---
výstižné názvy WWW stránek (Ize odhadnout, co stránky obsahují)	+++	0	---
jednoduché zadání požadované adresy	++	0	-
snadné zadávání klíčových slov	++	0	--

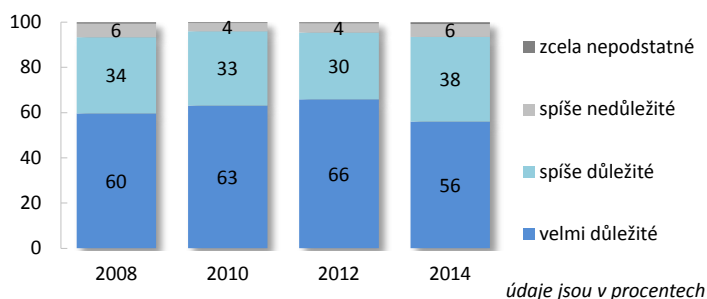
	Doba využívání Internetu		
	méně než 10 let	10 - 14 let	15 a více let
intuitivní adresa WWW stránek (Ize ji snadno odvodit)	---	0	++



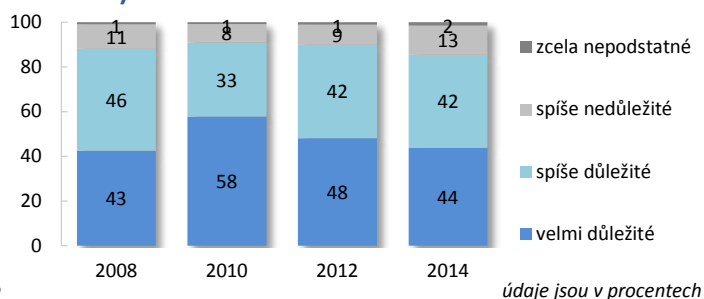
Základ: celý soubor

## Důležitost vybraných aspektů práce s Internetem

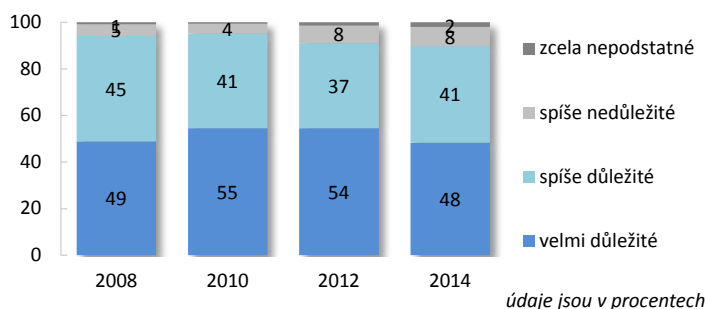
## jednoduché zadání požadované adresy



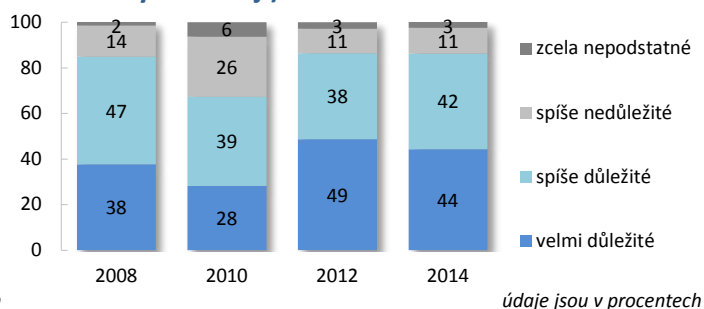
## intuitivní adresa WWW stránek (Ize ji snadno odvodit)



## snadné zadávání klíčových slov

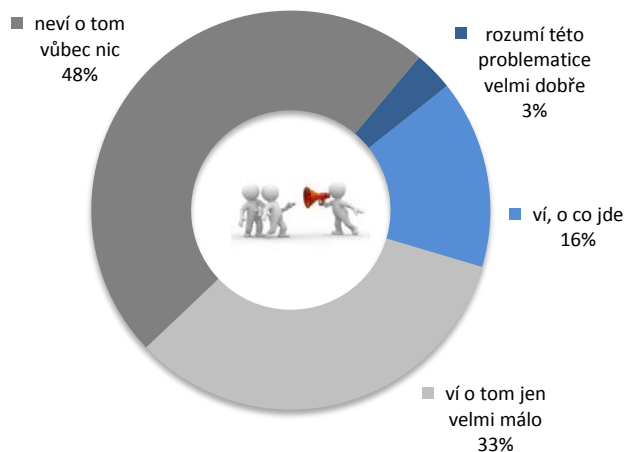


## výstižné názvy WWW stránek (Ize odhadnout, co stránky obsahují)



Základ: celý soubor

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

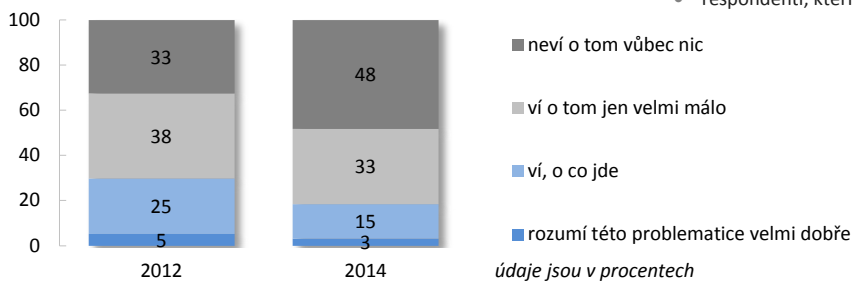


### Charakteristika respondentů, kteří ve větší míře než ostatní této problematice rozumí nebo vědí, o co jde:

- muži (+4 %)
- respondenti mladší než 30 let (+10 %)
- respondenti z vyšší třídy (+15 %)
- respondenti, kteří využívají Internet 15 a více let (+14 %)
- respondenti, kteří pracují s Internetem 5 a více hodin denně (+10 %)

### Charakteristika respondentů, kteří ve větší míře než ostatní o dané problematice vědí jen málo nebo nevědí vůbec nic:

- ženy (+5 %)
- respondenti starší než 60 let (+12 %)
- respondenti z třídy sociálně slabých (+11 %)
- respondenti žijící v obcích s méně než 10 000 obyvateli (+6 %)
- respondenti, kteří využívají Internet méně než 10 let (+6 %)
- respondenti, kteří pracují s Internetem méně než 2 hodiny denně (+8 %)

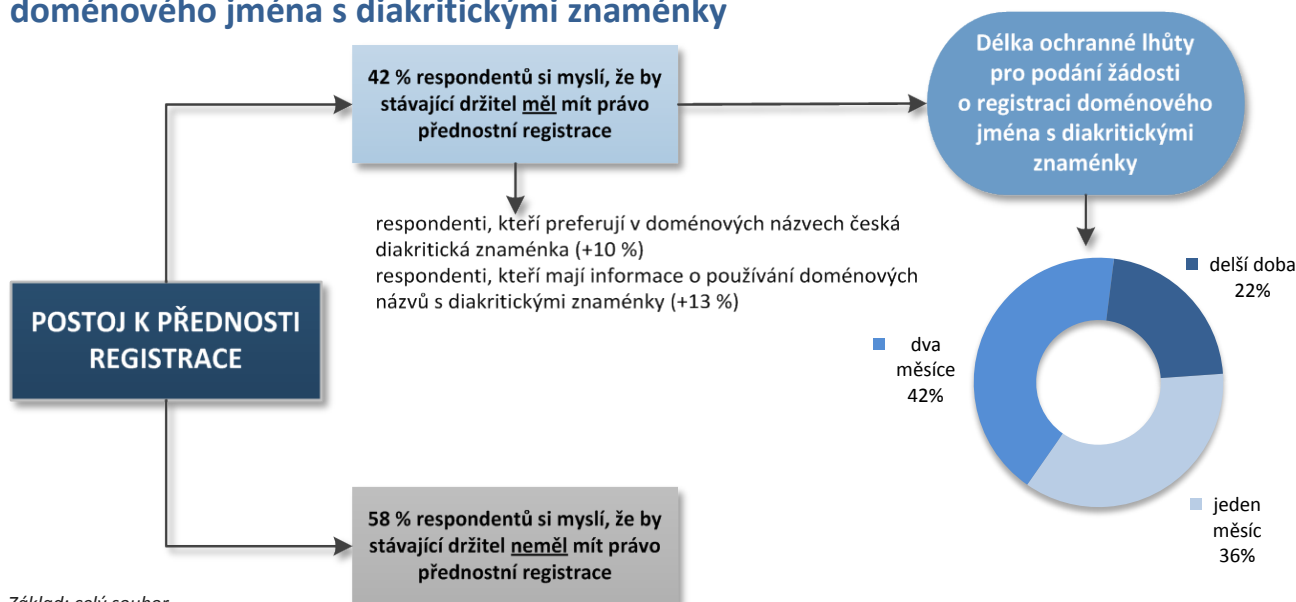


Základ: celý soubor



Celkem **19 %** z nás rozumí problematice používání doménových názvů s diakritickými znaménky. **81 %** z nás o této problematice neví vůbec nic nebo téměř nic.

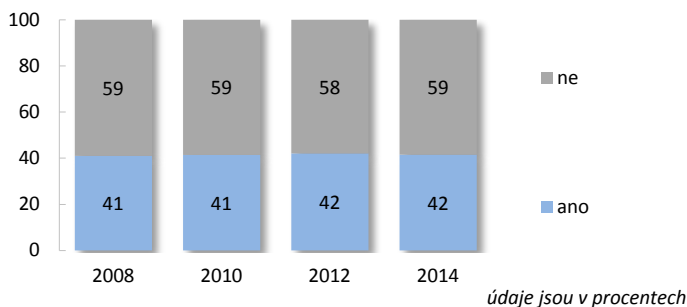
## Hodnocení práva stávajících držitelů doménových jmen na přednostní registraci doménového jména s diakritickými znaménky



Základ: celý soubor

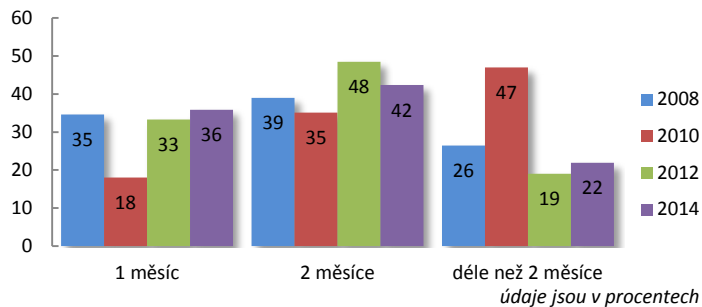


### Hodnocení práva stávajících držitelů doménových jmen na přednostní registraci doménového jména s diakritickými



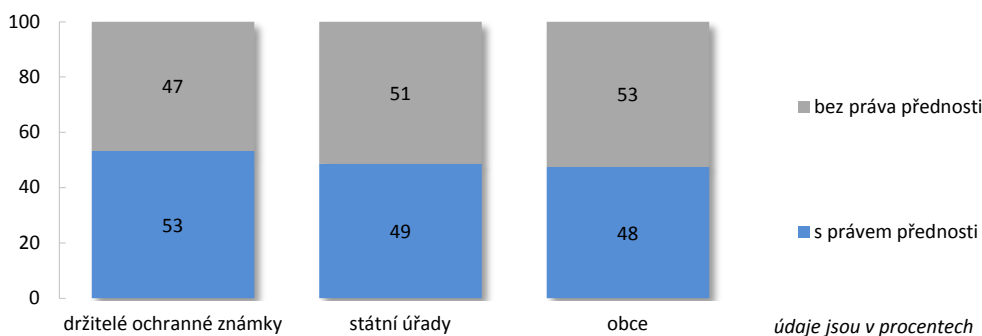
Základ: celý soubor

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

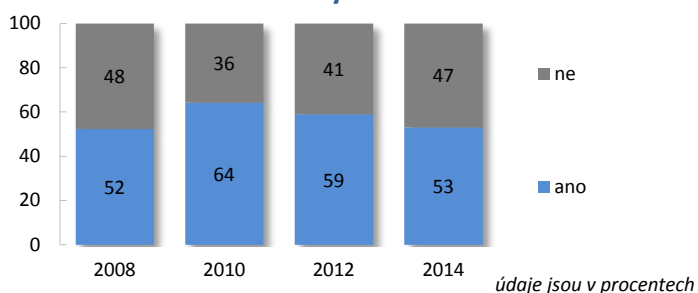


Základ: respondenti, kteří si myslí, že by stávající uživatelé měli mít přednostní právo registrace

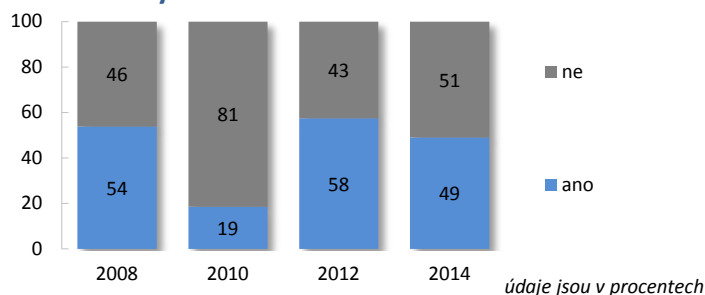
### Subjekty, které by měly mít přednost při registraci doménového jména s diakritickými znaménky



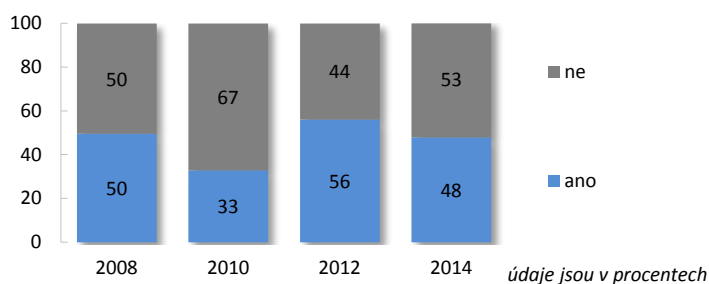
#### držitelé ochranné známky



#### státní úřady

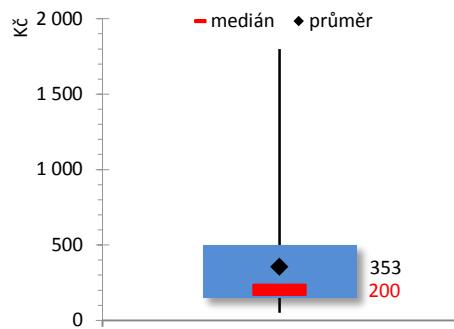


#### obce

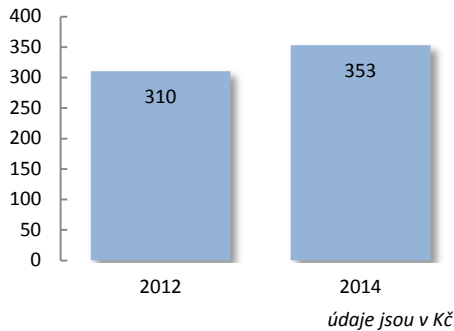
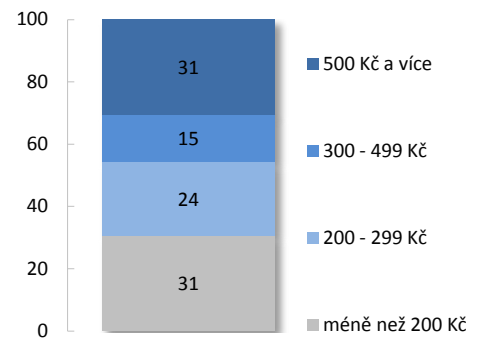


Základ: celý soubor

## Odhad ročního poplatku za registraci webové adresy pod doménou .cz



Maximum	1 800
Horní kvartil	500
Průměr	353
Medián	200
Dolní kvartil	150
Minimum	50

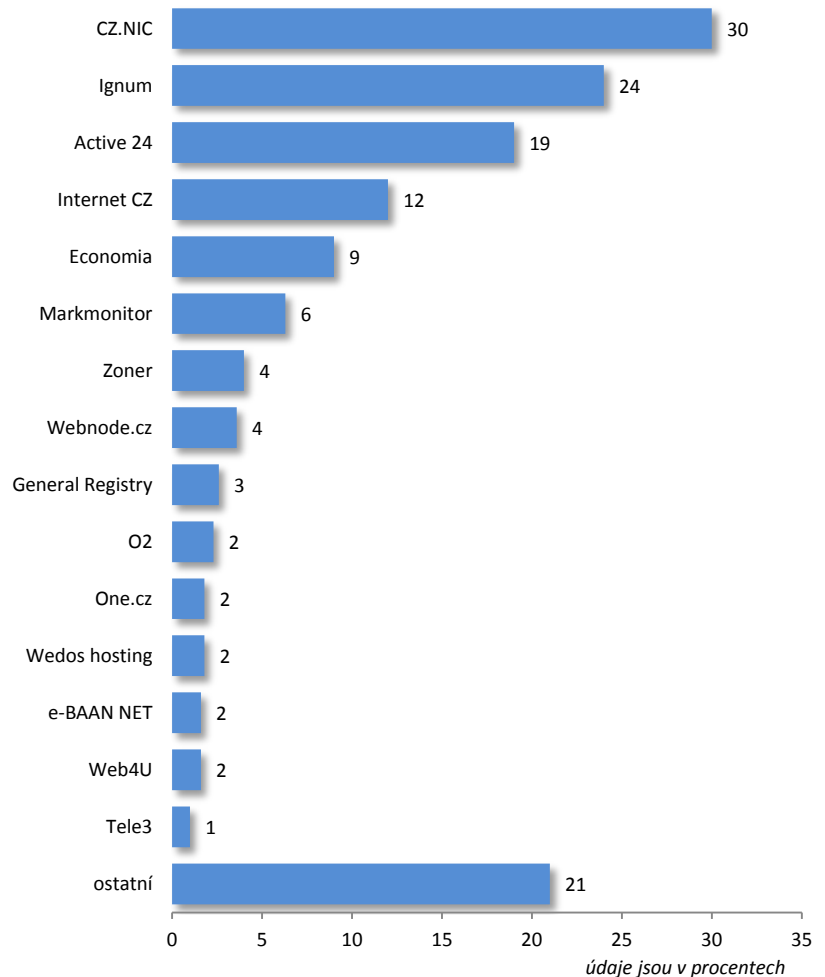


**Dvě pětiny** z nás si myslí, že by stávající držitelé domény měli mít právo přednostní registrace doménového jména s diakritickými znaménky. U subjektů, jako jsou **držitelé ochranné známky, státní úřady a obce**, souhlasí s přednostním právem registrace **přibližně polovina** z nás. Výši ročního poplatku za registraci webové adresy pod doménou **.cz** odhadujeme na **353 Kč**.

Základ: celý soubor

## Spontánně uvedení registrátoři domén působící v České republice

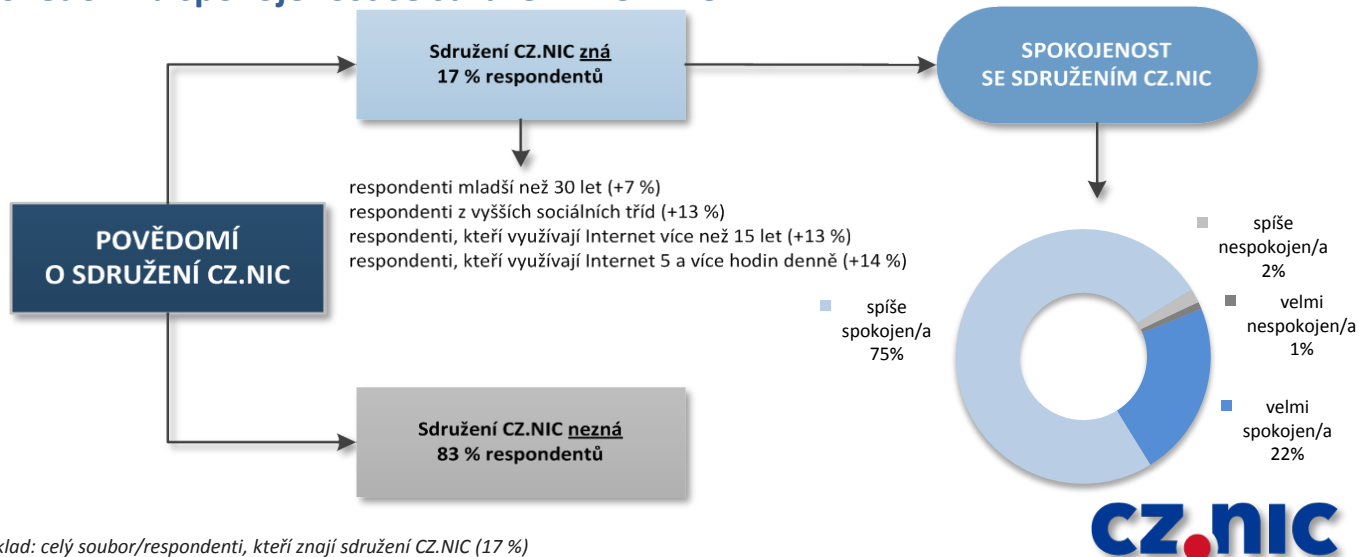
KONKRÉTNÍHO REGISTRÁTORA UVEDLO 32 % RESPONDENTŮ



Základ: celý soubor/respondenti, kteří uvedli konkrétního registrátora (32 %)

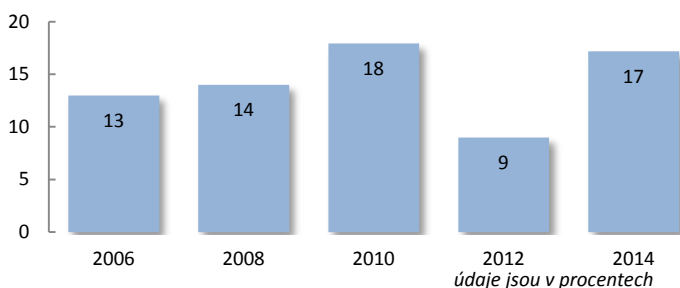
## 4.2 HODNOCENÍ SDRUŽENÍ CZ.NIC

### Povědomí a spokojenost se sdružením CZ.NIC



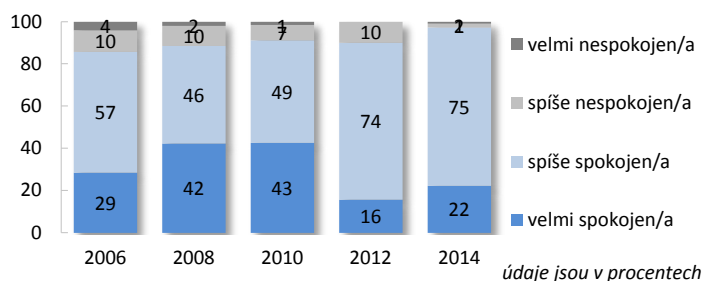
Základ: celý soubor/respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC (17 %)

### Povědomí o sdružení CZ.NIC



Základ: celý soubor

### Spokojenost se sdružením CZ.NIC



Základ: respondenti, kteří znají CZ.NIC

### Spontánně oceňované atributy sdružení CZ.NIC

SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI	
• stará se o pohodlí uživatelů Internetu	16 %
• stará se o bezpečnost	12 %
• sdružuje mnoho CZ domén	10 %
• poskytuje užitečné rady	8 %
• poskytuje informace na webu	8 %
• vede databáze domén	8 %
• umožňuje zapsání do registru domén	7 %
• poskytuje srozumitelné informace	5 %
• je to české sdružení	5 %
• poskytuje informace určené i pro laiky	5 %
• uvádí doporučený seznam domén	5 %
• výroba pořadu "Jak na Internet"	5 %
• poskytuje užitečné poradenství	4 %
• je spolehlivé	4 %
• má nízké ceny	4 %
• poskytuje přístup k Internetu všem	4 %
• nabízí široké portfolio služeb	3 %

Pozn.: minimální četnost = 3 %

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

### Spontánně kritizované atributy sdružení CZ.NIC

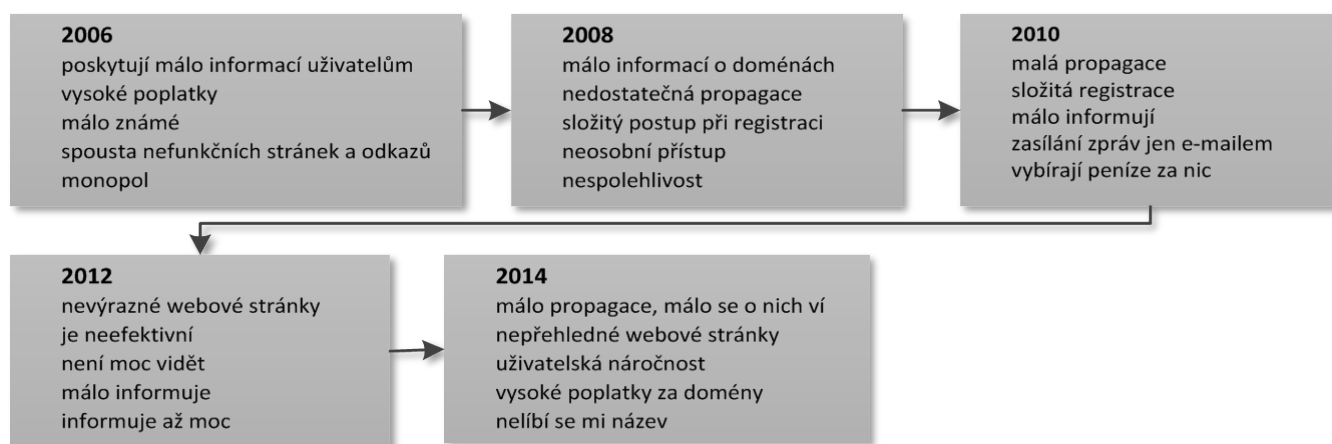
SPONTÁNNÍ ODPOVĚDI	
• málo propagace, málo se o nich ví	47%
• nepřehledné webové stránky	15%
• uživatelská náročnost	12%
• vysoké poplatky za domény	9%
• nelíbí se mi název	6%
• na sdružení CZ.NIC kritizuje vše	3%
• neprůhlednost některých aktivit	3%
• název neříká nic o nabízených službách	3%
• malý postih u sporů	3%
• špatná funkčnost služby mojeID	3%
• nabízí málo služeb	3%
• přináší málo novinek	3%

Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC a uvedli konkrétní kritizovaný atribut (3 %)

**CZ.NIC**

Spontánně oceňované atributy sdružení CZ.NIC (TOP 5)

Základ: respondenti, kteří znají CZ.NIC a uvedli konkrétní oceňovaný atribut

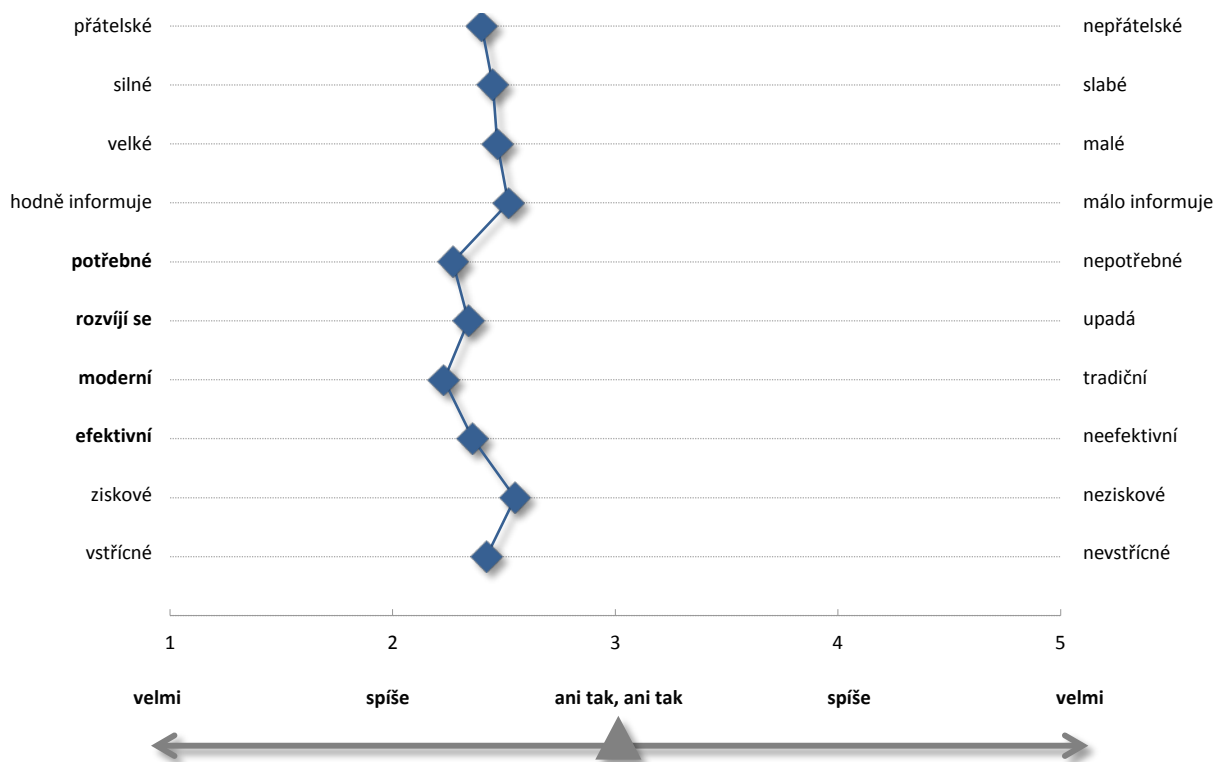
Spontánně kritizované atributy sdružení CZ.NIC (TOP 5)

Základ: respondenti, kteří znají CZ.NIC a uvedli konkrétní kritizovaný atribut



Sdružení CZ.NIC zná **17 %** z nás, přičemž naprostá většina je se sdružením spokojena. Na sdružení CZ.NIC oceňujeme především to, že **stará se o pohodlí uživatelů Internetu**. Na sdružení CZ.NIC nám na druhé straně vadí zejména to, že se o **nich málo ví**.

## Charakteristika sdružení CZ.NIC



	prátelské x nepřátelské	silné x slabé	velké x malé	hodně informuje x málo informuje	potřebné x nepotřebné	rozvíjí se x upadá	moderní x tradiční	efektivní x neefektivní	ziskové x neziskové	vstřícné x nevstřícné
$\bar{\phi}$ průměr	2,40	2,45	2,47	2,52	2,27	2,34	2,23	2,36	2,55	2,42
$\sigma$ směrodatná odchylka	0,80	0,87	0,86	0,99	0,93	0,89	0,89	0,90	0,88	0,78

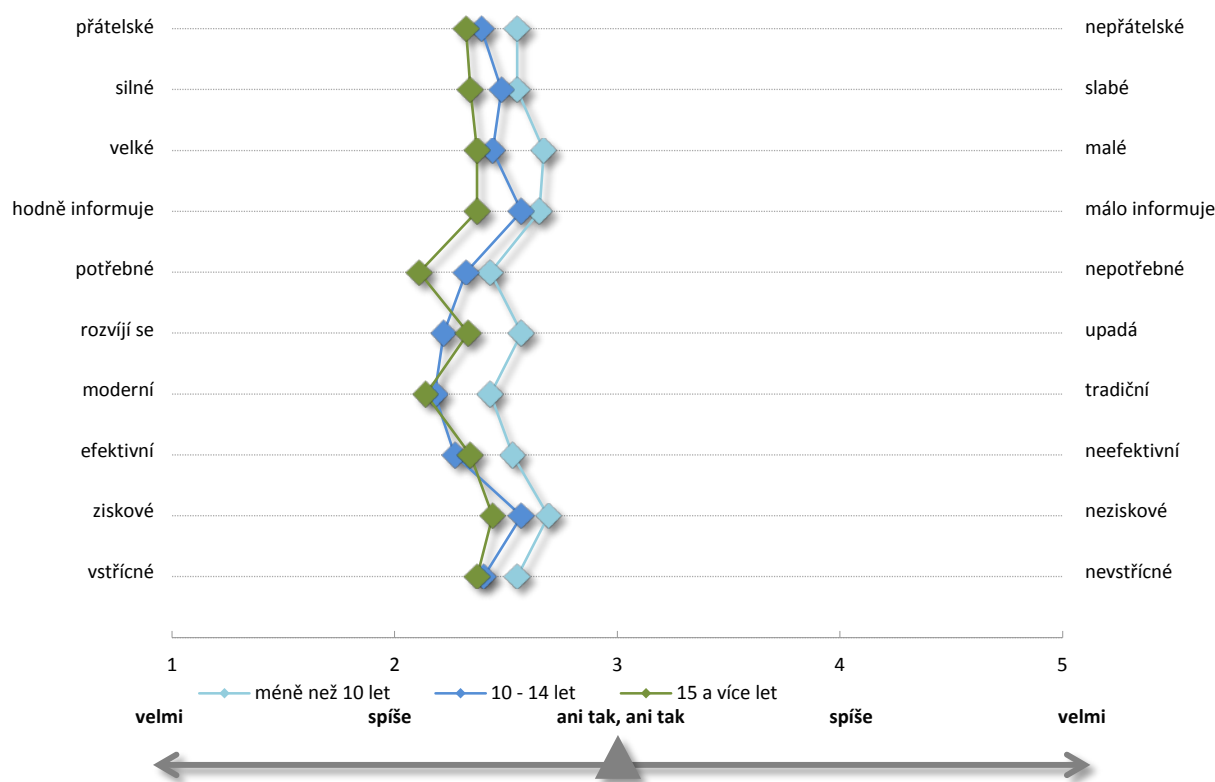
**Pozn.:**  $\bar{\phi}$  = průměr;  $\sigma$  = směrodatná odchylka; 1 = sdružení CZ.NIC je ve všech případech hodnoceno první vlastností (například přátelské); 3 = sdružení CZ.NIC není hodnoceno ani první, ani druhou vlastností; 5 = sdružení CZ.NIC je ve všech případech hodnoceno druhou vlastností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

Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC (17 %)



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

## Charakteristika sdružení CZ.NIC (podle doby využívání Internetu)



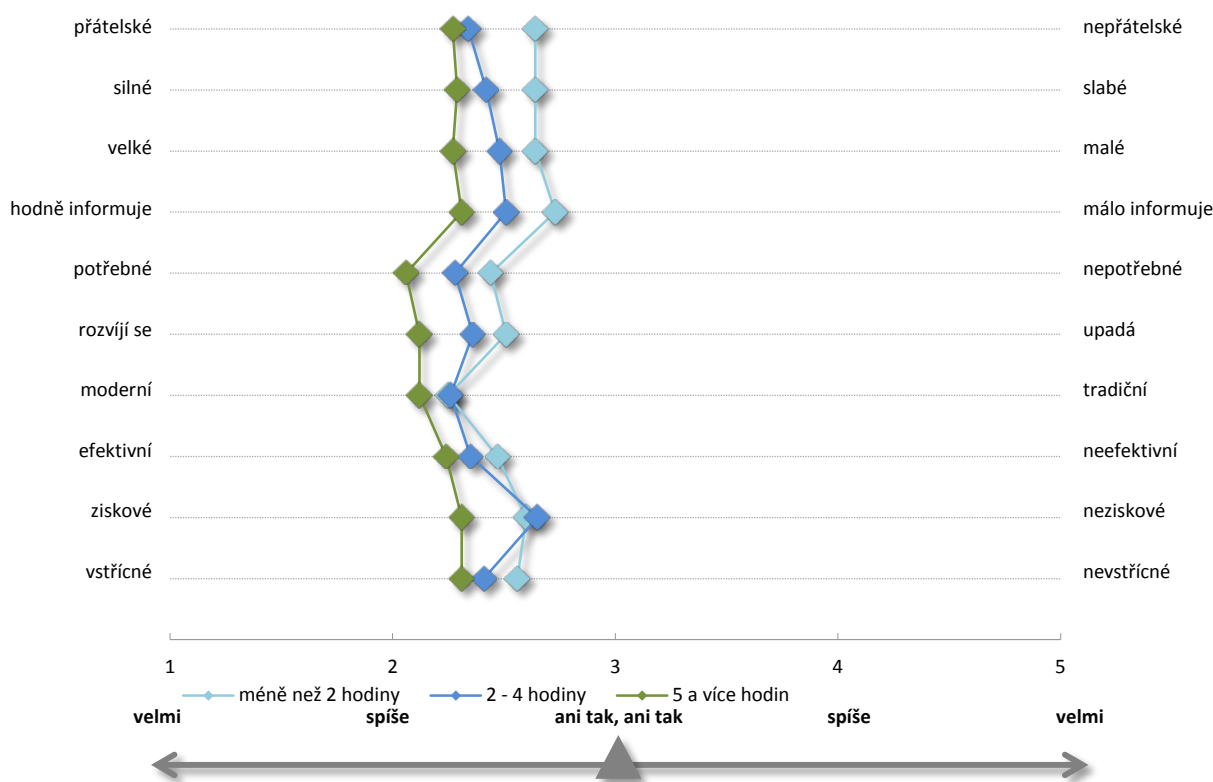
$\bar{x}$ horní údaj vyjadřuje průměr	přátelské x nepřátelské	silné x slabé	velké x malé	hodně informuje x málo informuje	potřebné x nepotřebné	rozvíjí se x upadá	moderní x tradiční	efektivní x neefektivní	ziskové x neziskové	vstřícné x nevstřícné
$\sigma$ spodní údaj vyjadřuje směrodatnou odchylku										
<b>méně než 10 let</b>	2,55	2,55	2,67	2,65	2,43	2,57	2,43	2,53	2,69	2,55
	0,87	1,00	0,85	1,01	1,02	1,02	1,02	1,00	0,96	0,82
<b>10 - 14 let</b>	2,39	2,48	2,44	2,57	2,32	2,22	2,18	2,27	2,57	2,40
	0,75	0,85	0,83	1,03	0,93	0,82	0,82	0,82	0,83	0,77
<b>15 a více let</b>	2,32	2,34	2,37	2,37	2,11	2,33	2,14	2,34	2,44	2,37
	0,80	0,80	0,89	0,92	0,84	0,85	0,86	0,90	0,87	0,76

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

Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC (17 %)



## Charakteristika sdružení CZ.NIC (podle délky práce s Internetem za den)

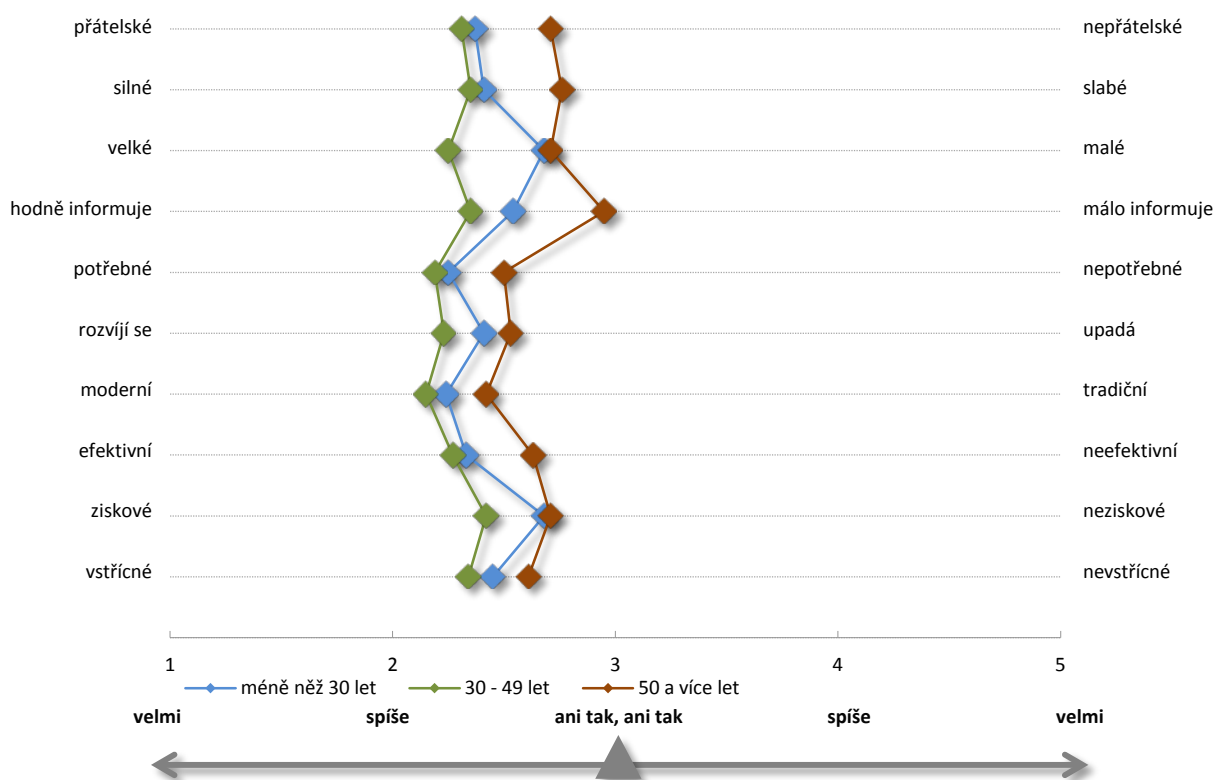


$\bar{x}$ horní údaj vyjadřuje průměr	přátelské x nepřátelské	silné x slabé	velké x malé	hodně informuje x málo informuje	potřebné x nepotřebné	rozzvíjí se x upadá	moderní x tradiční	efektivní x neefektivní	ziskové x neziskové	vstřícné x nevstřícné
$\sigma$ spodní údaj vyjadřuje směrodatnou odchylku	přátelské x nepřátelské	silné x slabé	velké x malé	hodně informuje x málo informuje	potřebné x nepotřebné	rozzvíjí se x upadá	moderní x tradiční	efektivní x neefektivní	ziskové x neziskové	vstřícné x nevstřícné
méně než 2 hodiny	2,64	2,64	2,64	2,73	2,44	2,51	2,25	2,47	2,60	2,56
	0,89	0,97	0,89	1,03	0,96	1,00	0,95	0,88	1,01	0,77
2 - 4 hodiny	2,34	2,42	2,48	2,51	2,28	2,36	2,26	2,35	2,65	2,41
	0,73	0,82	0,86	1,04	0,92	0,85	0,87	0,89	0,78	0,79
5 a více hodin	2,27	2,29	2,27	2,31	2,06	2,12	2,12	2,24	2,31	2,31
	0,79	0,84	0,81	0,80	0,88	0,81	0,86	0,93	0,87	0,74

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

Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC (17 %)

## Charakteristika sdružení CZ.NIC (podle věku uživatele Internetu)

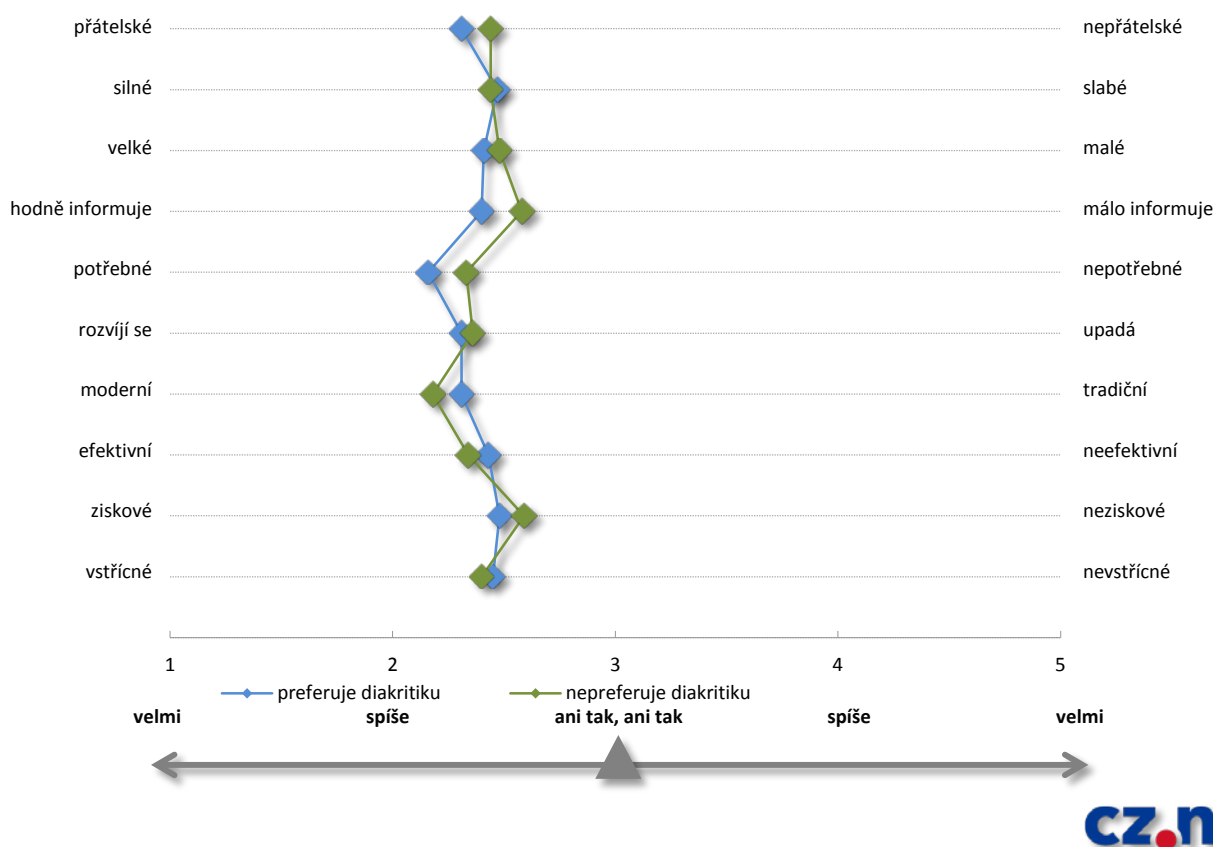


$\bar{x}$ horní údaj vyjadřuje průměr	přátelské x nepřátelské	silné x slabé	velké x malé	hodně informuje x málo informuje	potřebné x nepotřebné	rozvíjí se x upadá	moderní x tradiční	efektivní x neefektivní	ziskové x neziskové	vstřícné x nevstřícné
$\sigma$ spodní údaj vyjadřuje směrodatnou odchylku										
méně než 30 let	2,37	2,41	2,68	2,54	2,25	2,41	2,24	2,33	2,68	2,45
	0,70	0,82	0,78	0,90	0,93	0,85	0,89	0,92	0,82	0,69
30 - 49 let	2,31	2,35	2,25	2,35	2,19	2,23	2,15	2,27	2,42	2,34
	0,81	0,85	0,85	0,99	0,88	0,87	0,83	0,85	0,91	0,79
50 a více let	2,71	2,76	2,71	2,95	2,50	2,53	2,42	2,63	2,71	2,61
	0,87	0,97	0,90	1,04	1,03	0,98	1,00	0,94	0,84	0,86

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

Základ: respondenti, kteří znají CZ.NIC (17 %)

## Charakteristika sdružení CZ.NIC (podle preference české diakritiky)

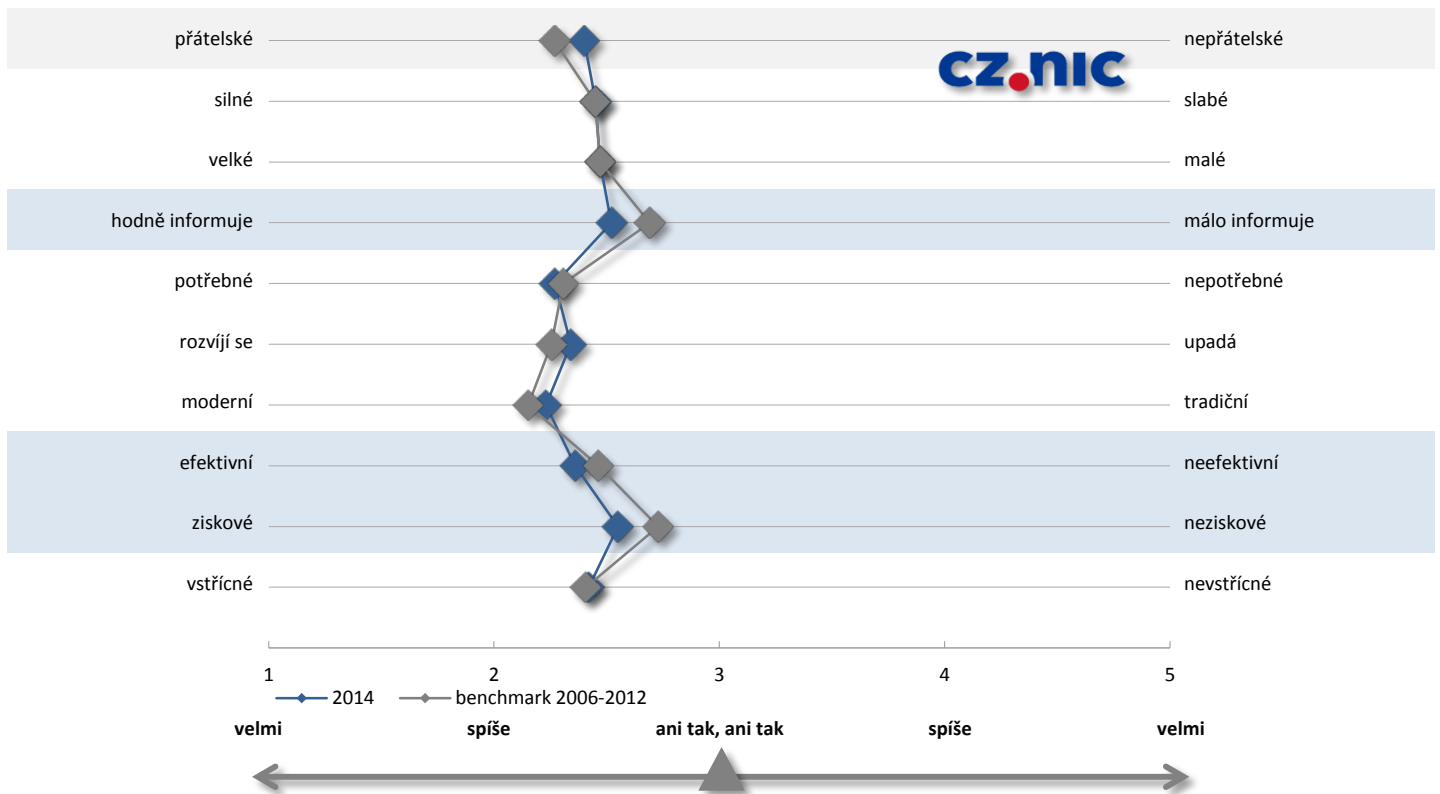


$\emptyset$ horní údaj vyjadřuje průměr  $\sigma$ spodní údaj vyjadřuje směrodatnou odchylku	přátelské x nepřátelské	silné x slabé	velké x malé	hodně informuje x málo informuje	potřebné x nepotřebné	rozvíjí se x upadá	moderní x tradiční	efektivní x neefektivní	ziskové x neziskové	vstřícné x nevstřícné
	<b>preferuje diakritiku</b>	2,31 0,75	2,47 0,90	2,41 0,90	2,40 0,94	2,16 0,91	2,31 0,82	2,31 0,86	2,43 0,88	2,48 1,00
<b>nepreferuje diakritiku</b>	2,44 0,78	2,44 0,85	2,48 0,85	2,58 1,01	2,33 0,91	2,36 0,89	2,18 0,88	2,34 0,88	2,59 0,81	2,40 0,77

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

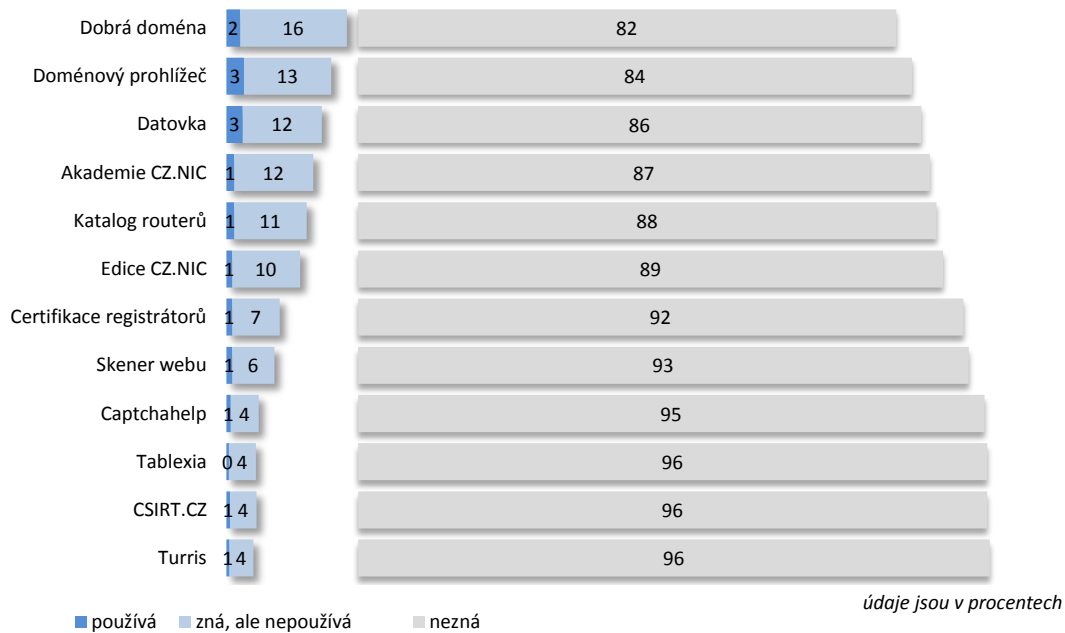
Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC (17 %)

## Charakteristika sdružení CZ.NIC



Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC

## Znalost a využívání vybraných služeb

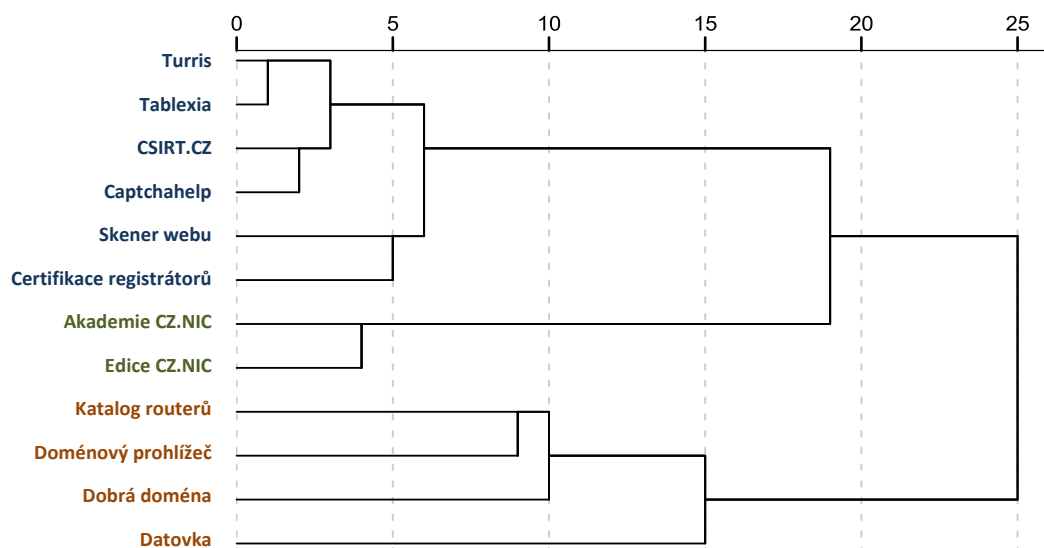


Základ: celý soubor



Alespoň jednu z výše uvedených služeb využívá **8 %** respondentů. Tito respondenti využívají v průměru **dvě služby**.

## Typické skupiny vybraných služeb z hlediska podobnosti jejich znalosti



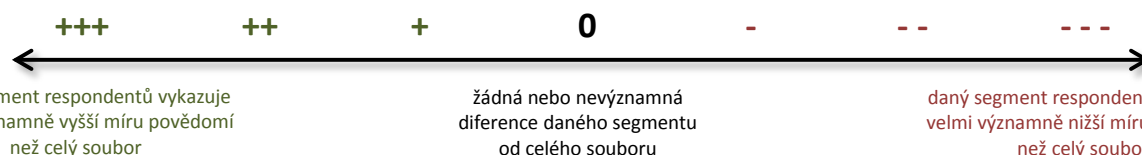
**Pozn.:** Barevně jsou odlišeny typické skupiny služeb. Tyto skupiny jsou vytvořeny na základě clusterové analýzy, která vychází z podobnosti znalosti jednotlivých služeb. Vodorovné vzdálenosti naznačují míru podobnosti ve vnímání konkrétních položek. Čím je tato vzdálenost kratší, tím je podobnost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

Základ: celý soubor

## Povědomí o vybraných službách (statisticky významné odchylky)

	Pohlaví	
	muži	ženy
Katalog routerů	+++	---
Dobrá doména	+++	---
Doménový prohlížeč	+++	---
Akademie CZ.NIC	+++	---
Edice CZ.NIC	+++	---
Datovka	+++	---
Certifikace registrátorů	+++	---

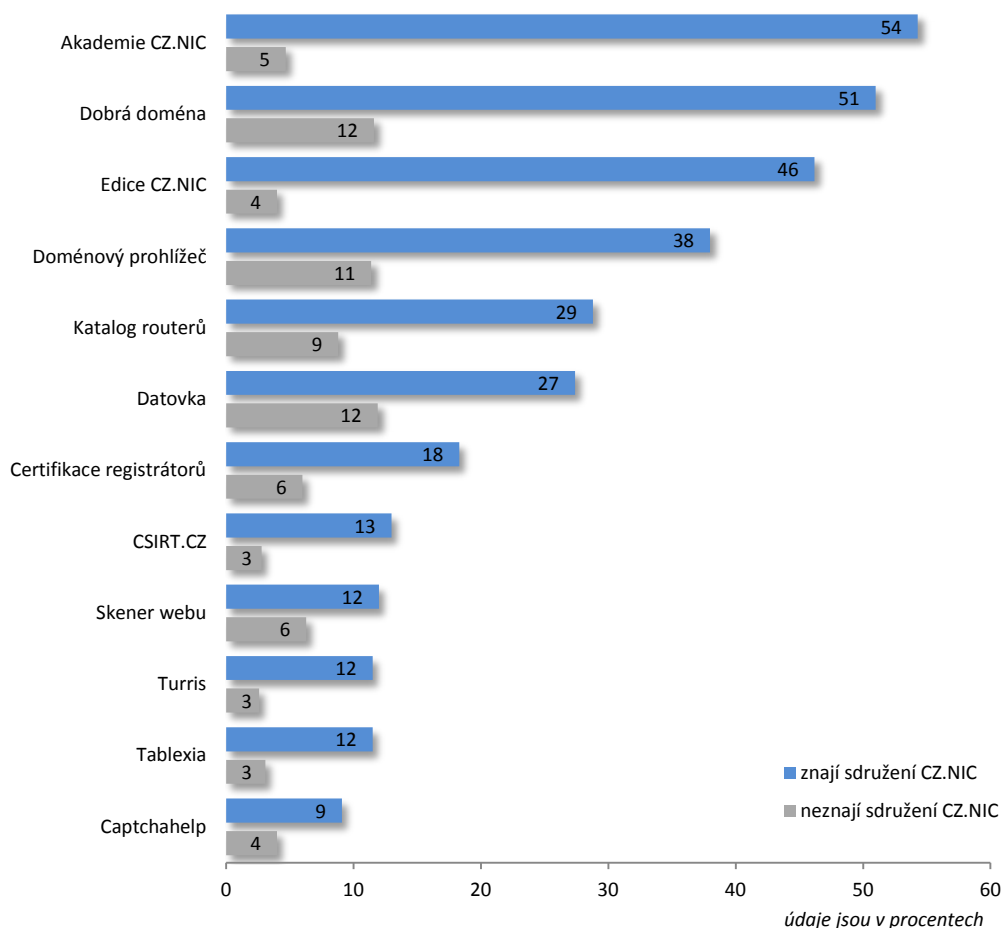
	Věk				
	18 - 29 let	30 - 39 let	40 - 49 let	50 - 59 let	60 - 64 let
Akademie CZ.NIC	++	+	0	0	---
Dobrá doména	++	0	0	0	---
Dobrá doména	+	+++	0	---	---
Skener webu	0	+++	0	-	--
Doménový prohlížeč	0	+++	0	--	---
Katalog routerů	0	+++	0	--	---



Základ: celý soubor

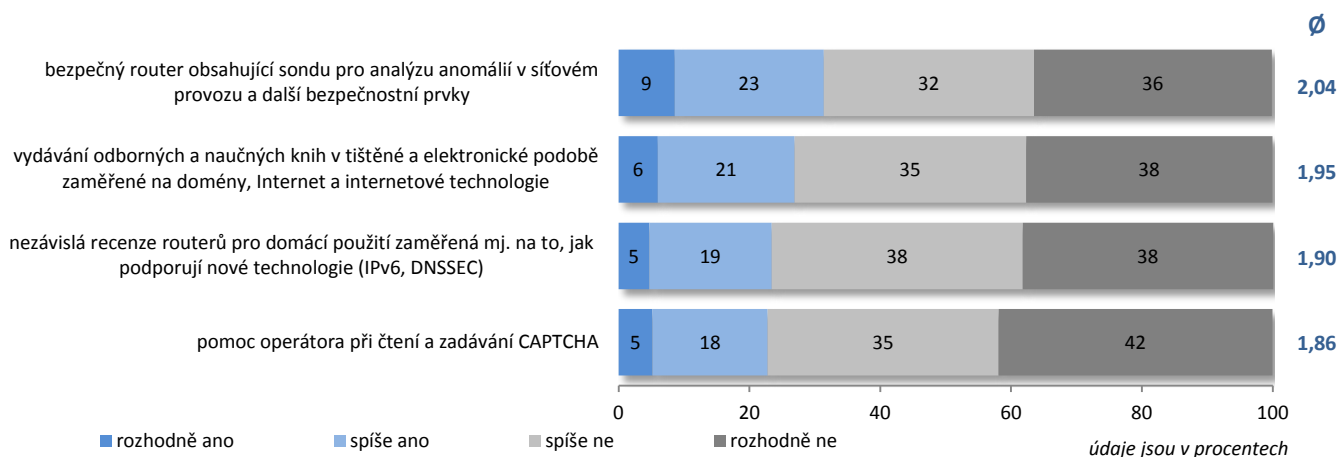


## Povědomí o vybraných službách (podle znalosti sdružení CZ.NIC)



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

## Preference vybraných služeb souvisejících s používáním počítače

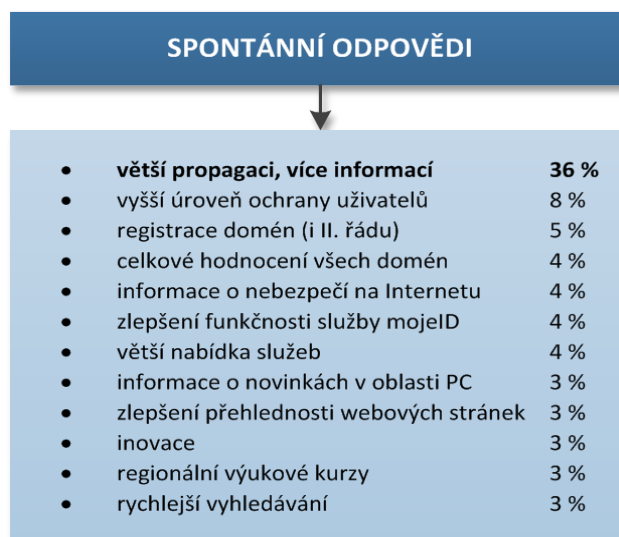


**Pozn.:** Průměrné hodnocení (Ø): 1 = rozhodně ne, 4 = rozhodně ano  
 Základ: celý soubor

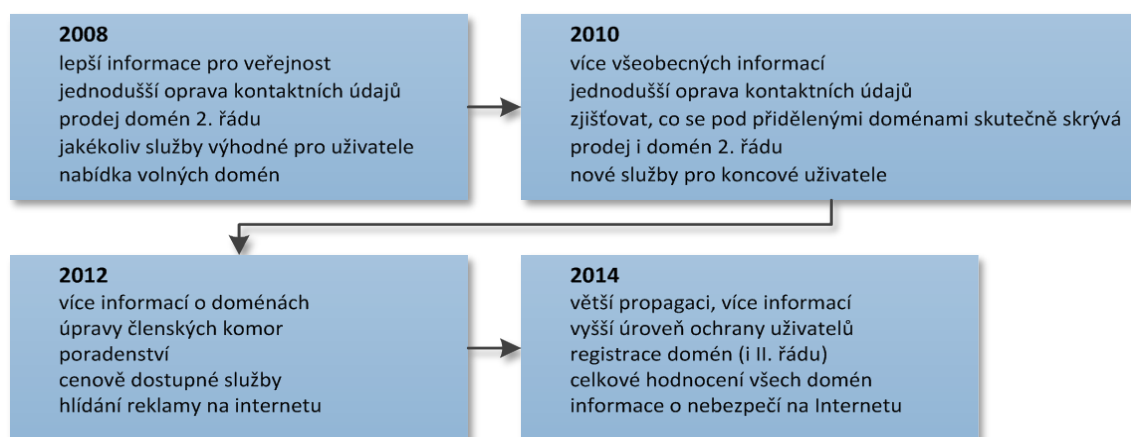




## Další služby požadované od sdružení CZ.NIC (spontánní odpovědi)



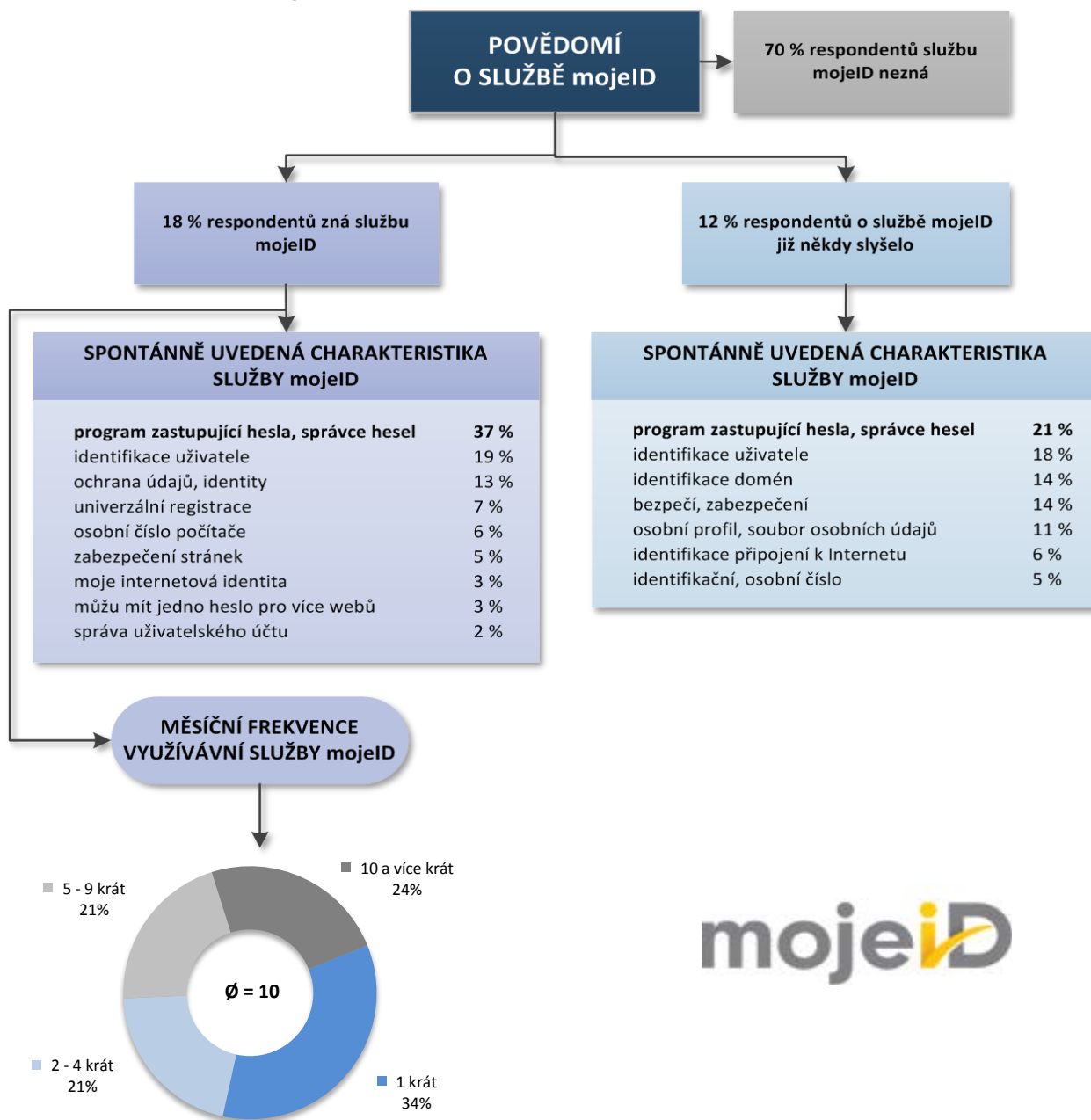
Pozn.: minimální četnost = 2



Základ: respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC a uvedli konkrétní požadovanou službu (6 %)

## 4.3 SLUŽBA "mojeID"

### Povědomí o službě mojeID



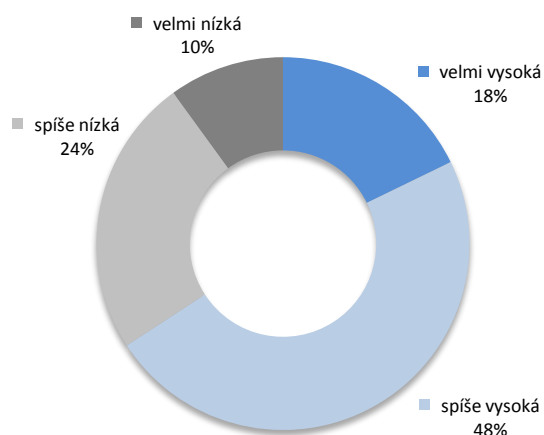
### Charakteristika respondentů, kteří ve větší míře než ostatní znají službu mojeID:

- respondenti mladší než 40 let (+6 %)
- respondenti z vyšší střední třídy (+10 %)
- respondenti, kteří využívají Internet 15 a více let (+7 %)
- respondenti, kteří využívají Internet 5 a více hodin denně (+11 %)
- respondenti, kteří znají seriál "Jak na Internet" (+14 %)
- respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC (+34 %)



Základ: celý soubor/respondenti, kteří znají službu mojeID (18 %)/respondenti, kteří už o službě mojeID alespoň slyšeli (12 %)

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



### Charakteristika respondentů, podle kterých služba mojeID souvisí s činností CZ.NIC:

- respondenti, kteří využívají Internet 15 a více let (+8 %)
- respondenti, kteří znají sdružení CZ.NIC (+11 %)

### Charakteristika respondentů, podle kterých služba mojeID nesouvisí s činností CZ.NIC:

- respondenti ve věku 50 - 59 let (+10 %)



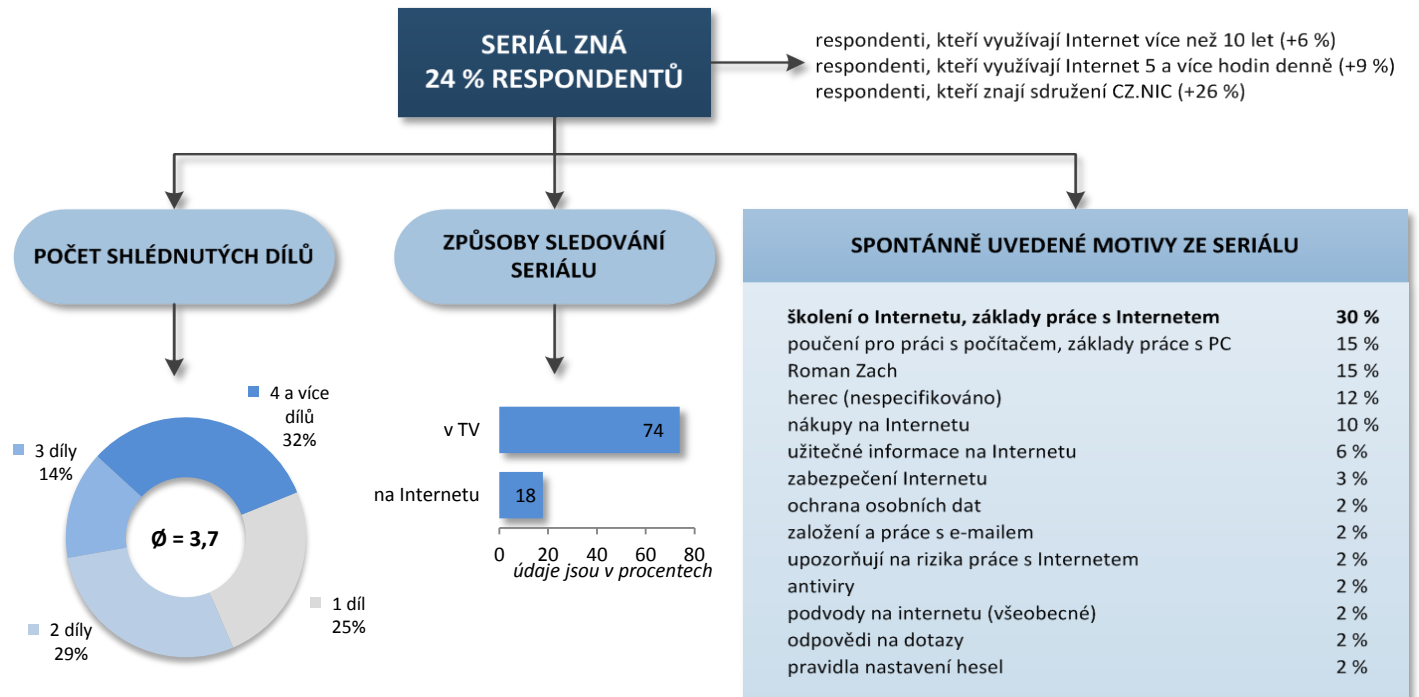
Základ: celý soubor



Službu mojeID zná **18 %** z nás, přičemž dalších **12 %** o této službě již někdy alespoň slyšelo. Obě skupiny popisujeme tuto službu nejčastěji shodně jako **správu hesel** a službu sloužící k **identifikaci uživatelů**. Ti z nás, kteří službu mojeID využíváme, tak činíme v průměru **10 krát za měsíc**. Celkem **dvě třetiny** z nás si myslí, že služba mojeID souvisí s činností CZ.NIC.

## 4.4 SERIÁL "JAK NA INTERNET"

### Povědomí o seriálu "Jak na Internet"

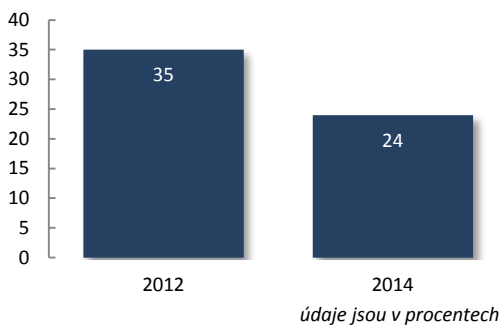


Základ: celý soubor/respondenti, kteří znají seriál (24 %)

Pozn.: minimální četnost = 2 %

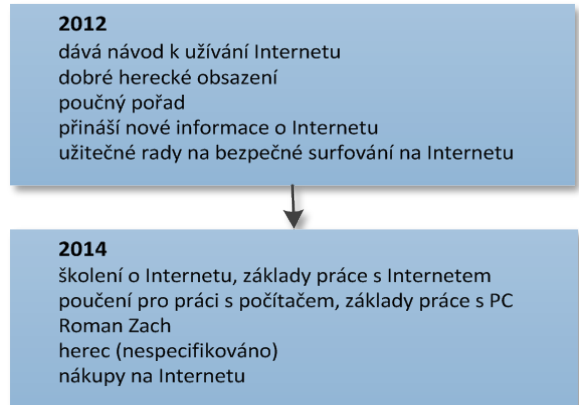
Základ: respondenti, kteří znají seriál a uvedli konkrétní motiv (19 %)

### Povědomí o seriálu "Jak na Internet"



Základ: celý soubor

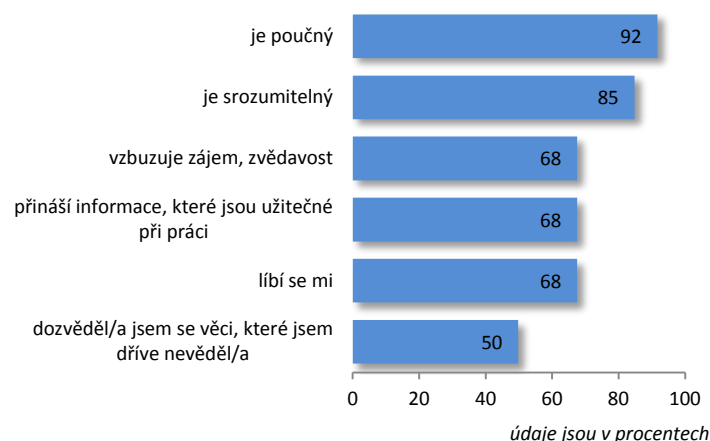
### Spontánně uvedené motivy ze seriálu



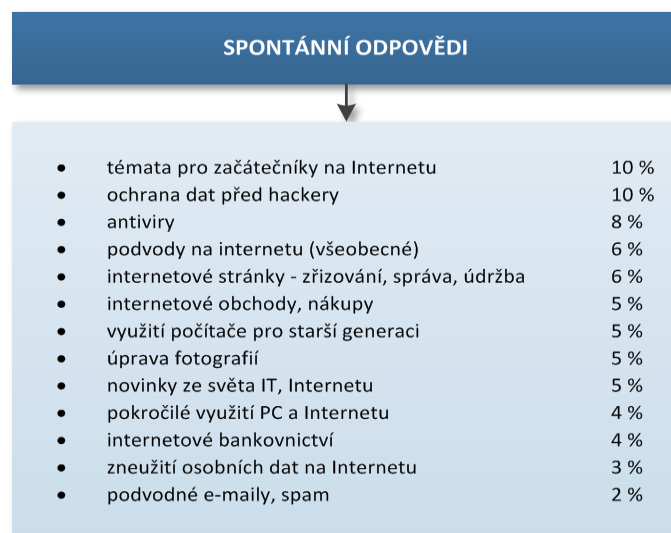
Základ: respondenti, kteří znají seriál



## Charakteristiky seriálu "Jak na Internet"

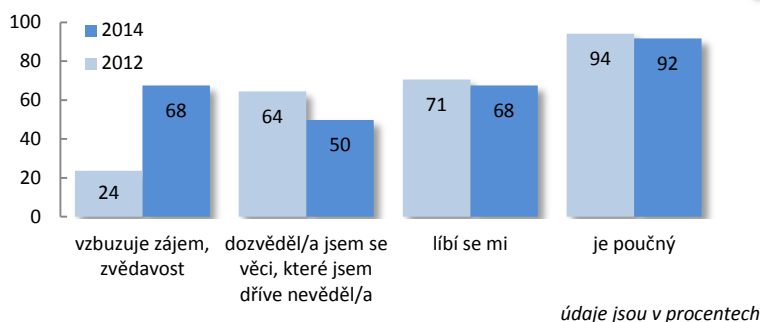


## Spontánně preferovaná témata v seriálu



Pozn.: minimální četnost = 2 %

Základ: respondenti, kteří znají seriál a uvedli konkrétní téma (14 %)



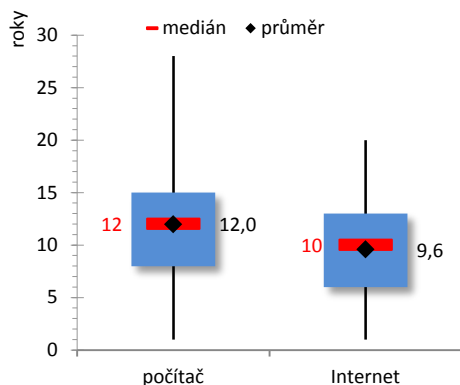
Základ: respondenti, kteří znají seriál (24 %)



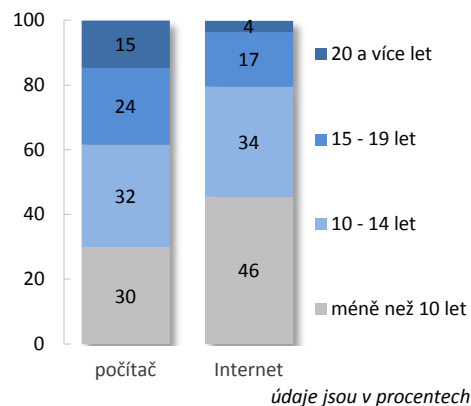
Seriál "Jak na Internet" zná **přibližně čtvrtina** z nás. Nejčastěji ho sledujeme v **televizi**, přičemž v průměru viděl každý z nás přibližně 4 díly. Podle většiny z nás je seriál **poučný** a **srozumitelný**. Nejčastěji si z něho pamatujeme obecně **návod a rady na používání Internetu** a **herce účinkujícího v seriálu**.

## 4.5 VYUŽÍVÁNÍ POČÍTAČE A INTERNETU

### Doba používání počítače a Internetu



	počítač	Internet
Maximum	28	20
Horní kvartil	15	13
Průměr	12,0	9,6
Medián	12	10
Dolní kvartil	8	6
Minimum	1	1



#### Charakteristika respondentů, kteří využívají počítač nadprůměrně dlouho:

- respondenti z vyšších sociálních tříd (15,2 let)
- respondenti, kteří využívají Internet 5 a více hodin denně (14,7 let)

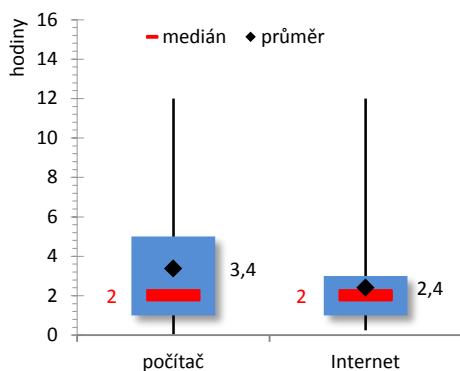
#### Charakteristika respondentů, kteří využívají Internet nadprůměrně dlouho:

- respondenti z vyšší střední (12,0 let) a vyšší třídy (12,3 let)
- respondenti, kteří využívají Internet 5 a více hodin denně (12,0 let)

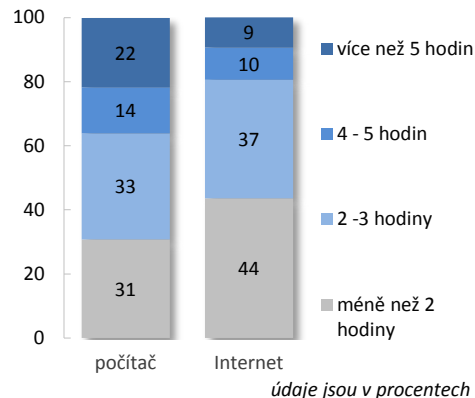
Základ: celý soubor



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



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

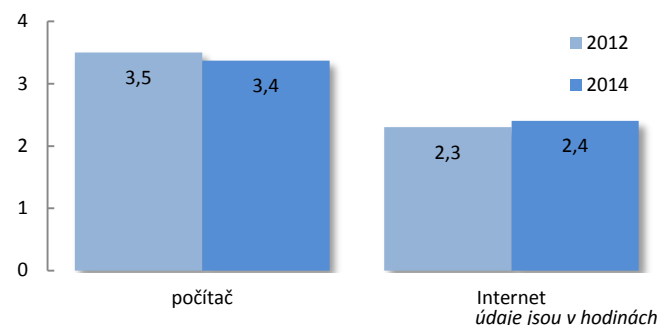


#### Charakteristika respondentů, kteří tráví na počítači nadprůměrně dlouhou dobu:

- respondenti mladší než 30 let (4,1 hodin)
- respondenti z vyšší střední (4,6 hodin) a vyšší třídy (5,6 hodin)
- respondenti z Prahy (4,1 hodin)

#### Charakteristika respondentů, kteří tráví na Internetu nadprůměrně dlouhou dobu:

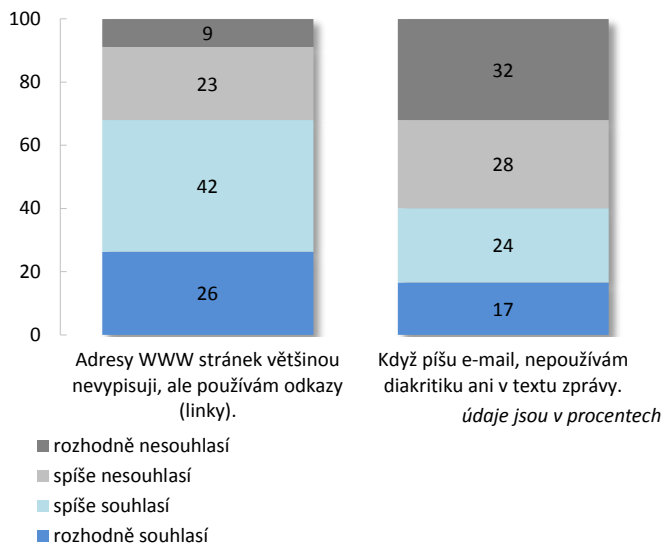
- respondenti mladší než 30 let (3,2 hodiny)
- respondenti z vyšší třídy (3,9 hodiny)



Internet využíváme v průměru **9,6 let** a trávíme na něm v průměru **2,4 hodiny denně**. **Více než dvě pětiny z nás (44%)** začala využívat Internet ve stejné době, kdy začala využívat počítač. **Více než polovina z nás (56%)** tráví veškerý čas s počítačem na Internetu (využívá Internet vždy, když pracuje s počítačem).

Základ: celý soubor

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



**Charakteristika respondentů, kteří ve větší míře než ostatní adresy WWW stránek většinou nevypisují, ale používají odkazy (linky):**

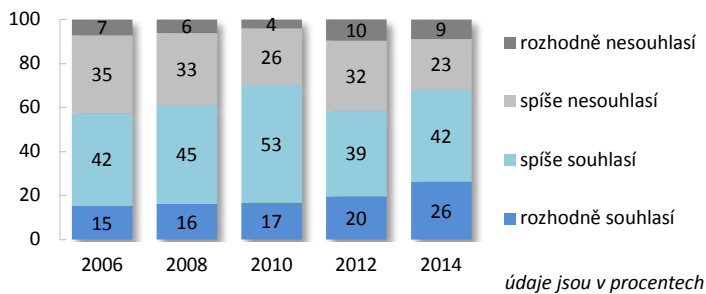
- respondenti žijící v obcích s více než 100 000 obyvateli (+5 %)
- respondenti, kteří využívají Internet 15 a více let (+8 %)
- respondenti, kteří pracují s Internetem 5 a více hodin denně (+5 %)

**Charakteristika respondentů, kteří ve větší míře než ostatní při psaní e-mailu, nepoužívají diakritiku ani v textu zprávy:**

- respondenti, kteří pracují s Internetem 5 a více hodin denně (+12 %)

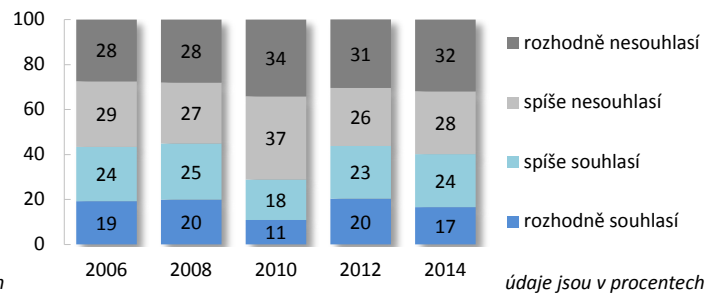


## Adresy WWW stránek většinou nevypisují, ale používám odkazy (linky).

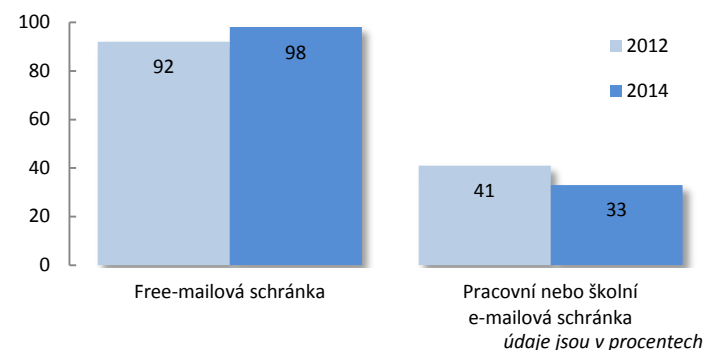
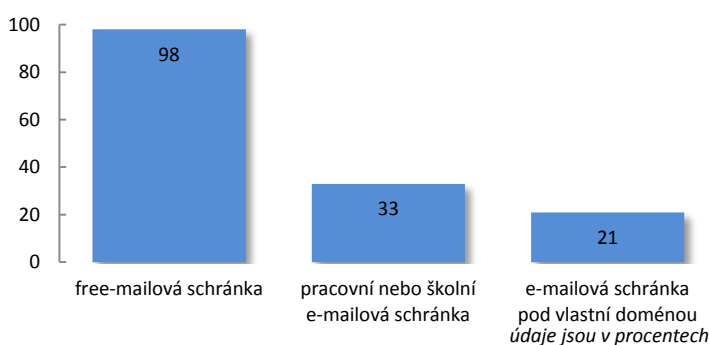


Základ: celý soubor

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



## Vlastní e-mailová schránka



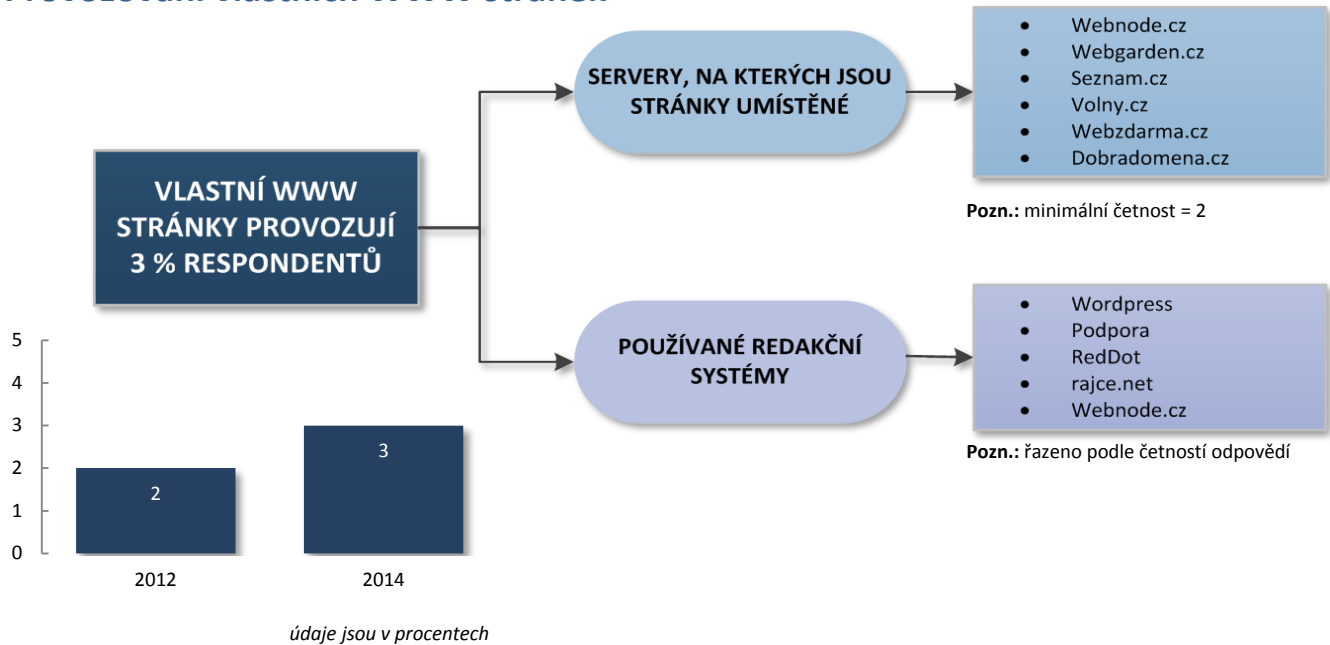
Free-mailová schránka	E-mailová schránka pod vlastní doménou	Pracovní nebo školní e-mailová schránka	Podíl (%)
•			66%
•		•	18%
•	•	•	5%
•	•		5%
	•	•	<1%
	•		<1%
		•	<1%
žádná e-mailová schránka			5%

Pozn.:  $\Sigma = 100\%$

Základ: celý soubor

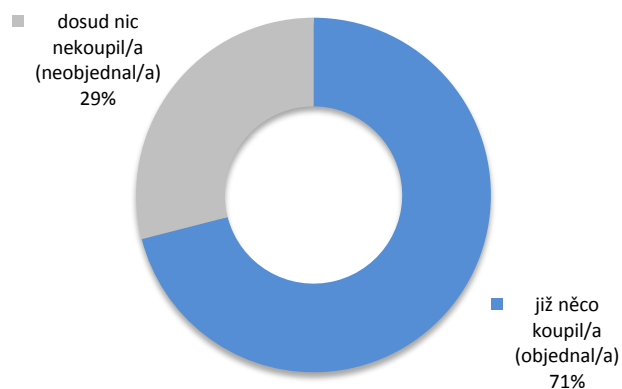


## Provozování vlastních WWW stránek



Základ: celý soubor

## Nákupy na Internetu

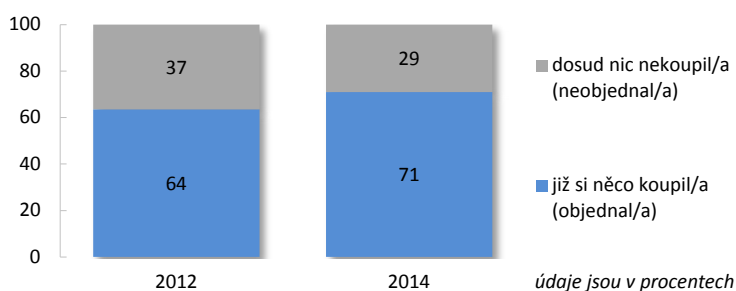


### Charakteristika respondentů, kteří ve větší míře než ostatní na Internetu již něco koupili/objednali:

- respondenti mladší než 40 let (+12 %)
- respondenti z vyšší třídy (+22 %)
- respondenti, kteří využívají Internet 15 a více let (+15 %)

### Charakteristika respondentů, kteří ve větší míře než ostatní na Internetu dosud nic nekoupili/neobjednali:

- respondenti starší než 60 let (+34 %)
- respondenti z třídy sociálně slabých (+19 %)
- respondenti, kteří využívají Internet méně než 10 let (+14 %)

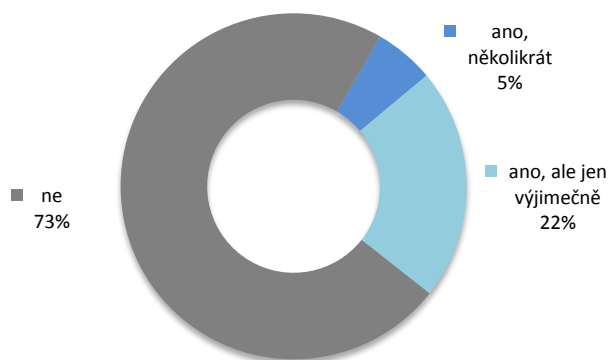


Základ: celý soubor



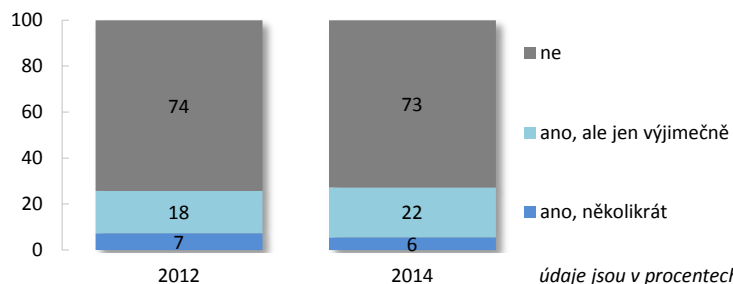


## Osobní zkušenost s podvodem ze strany e-shopu při nákupu přes Internet



## Charakteristika respondentů, kteří byli ve větší míře než ostatní opakovaně podvedeni:

- jednotlivé segmenty se statisticky významně nediferencují



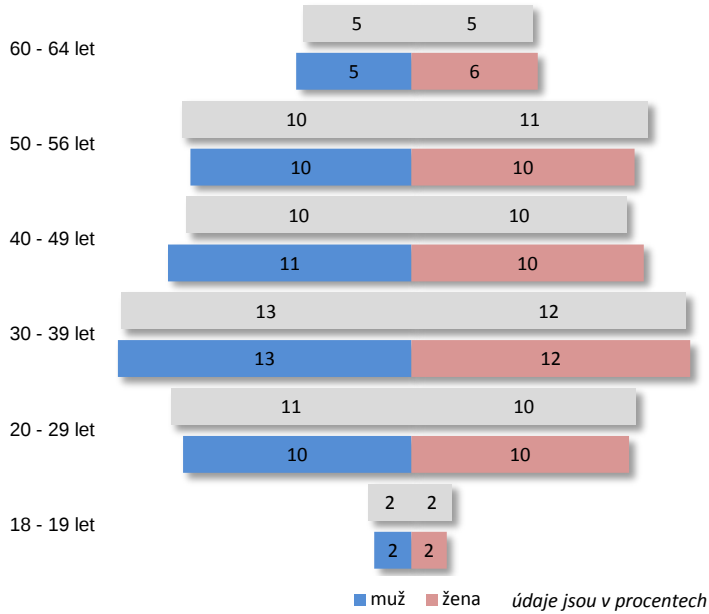
Základ: respondenti, kteří na Internetu nakupovali (71 %)



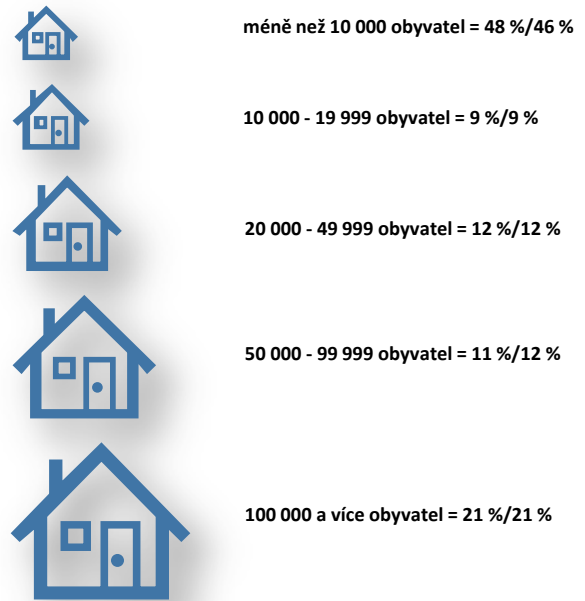
**Více než 7 z 10** z nás provedlo nákup na Internetu, přičemž **více než čtvrtina** z nás, kteří máme s tímto nákupem zkušenost, byla jednou nebo opakovaně podvedena.

## 4.6 POPISNÉ CHARAKTERISTIKY

### Struktura respondentů z hlediska jejich pohlaví a věku



### Velikost místa bydliště

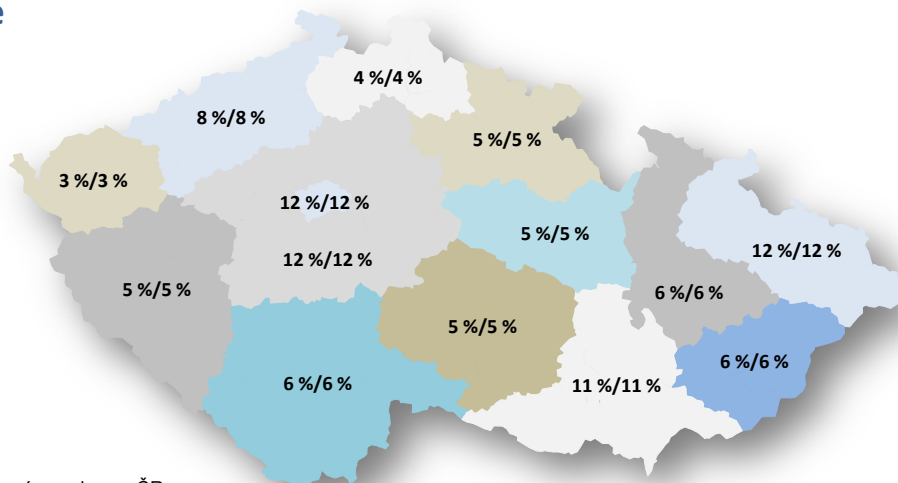


**Pozn.:** muži/ženy (výběrový soubor (obecná populace v ČR)) = 51 % (51 %)/49 % (49 %)

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

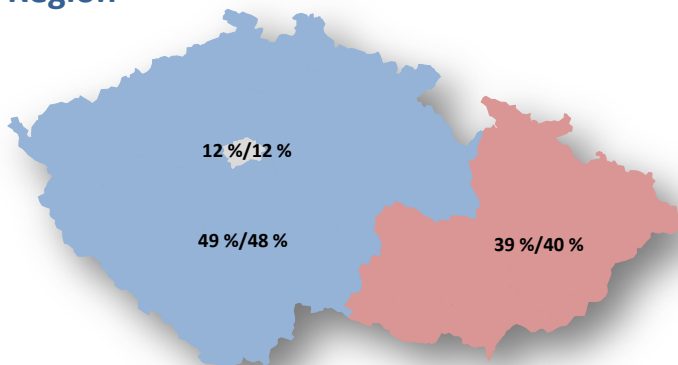
**Pozn.:** výběrový soubor/obecná populace v ČR

### Oblast bydliště



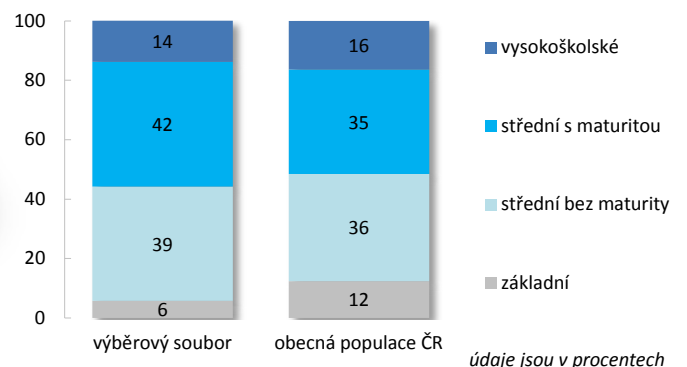
**Pozn.:** výběrový soubor/obecná populace v ČR

### Region

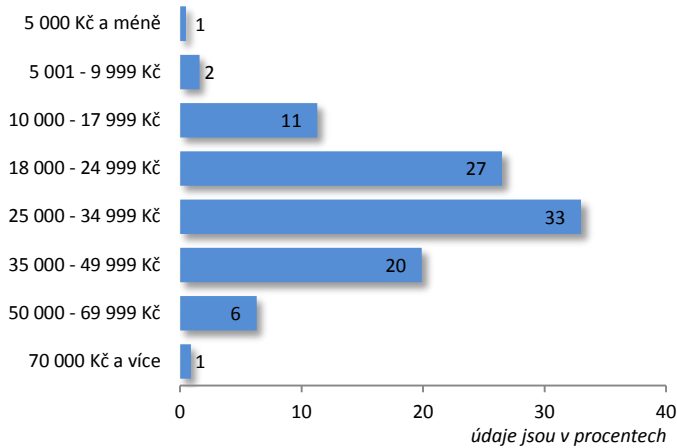


**Pozn.:** výběrový soubor/obecná populace v ČR

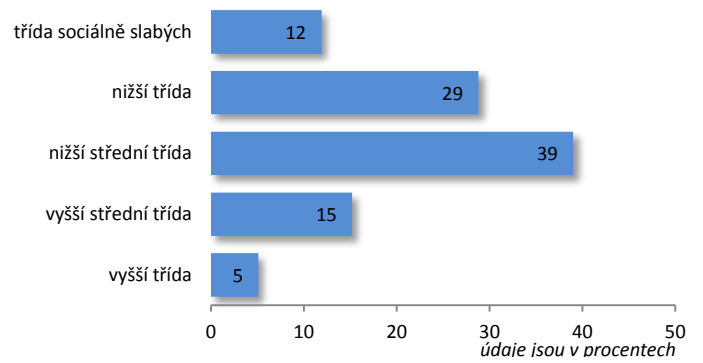
### Nejvyšší dosažené vzdělání



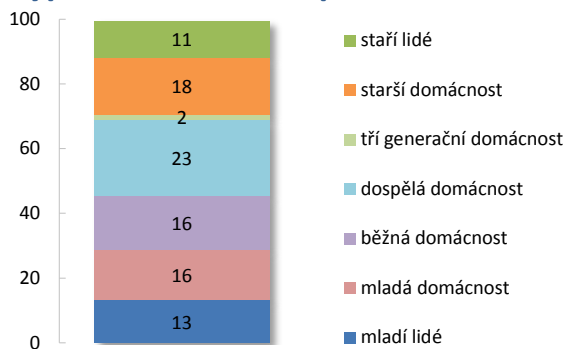
## Čistý měsíční příjem domácnosti



## Socioekonomický status



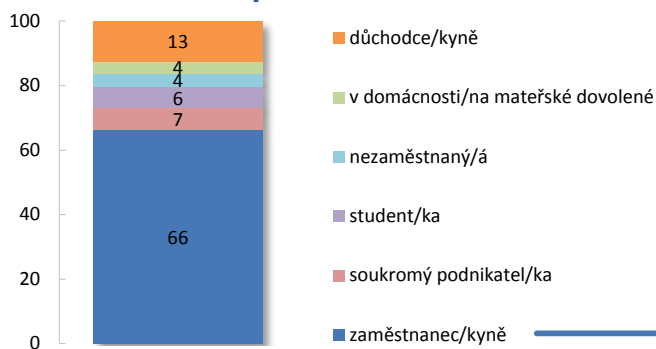
## Typ domácnosti respondenta



údaje jsou v procentech

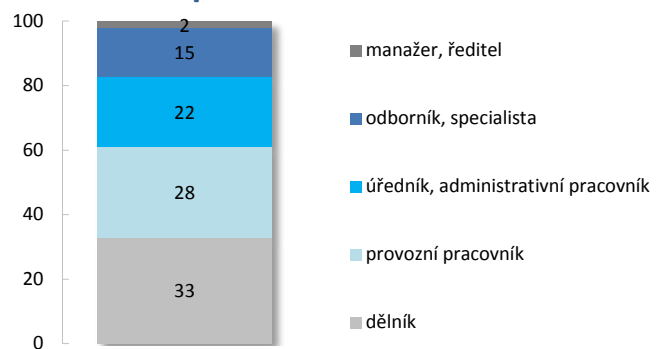
- staří lidé = 1-2 dospělí nad 60 let, bez dětí v domácnosti  
 starší domácnost = 1-2 dospělí 35-60 let, bez dětí v domácnosti  
 tři generační domácnost = 1-2 rodiče a 1-2 prarodiče, děti do 18 let  
 dospělá domácnost = 1-2 rodiče s dospělými dětmi  
 běžná domácnost = 1-2 dospělí, děti převážně 10 až 18 let  
 mladá domácnost = 1-2 dospělí, děti převážně do 9 let  
 mladí lidé = 1-2 dospělí do 35 let, bezdětní

## Zaměstnání respondenta



údaje jsou v procentech

## Profese respondenta



Základ: pouze zaměstnanci

údaje jsou v procentech



# INTERNATIONALIZED DOMAIN NAMES (INDIVIDUÁLNÍ UŽIVATELÉ INTERNETU)

ŘÍJEN 2014