



הכנסת

מרכז המחקר והמידע

מסמך רקע בנושא:
שירות מודיעין אחוד לבירור מספרי טלפון

מוגש לוועדת הכלכלה

הכנסת, מרכז המחקר והמידע

קריית בן-גוריון, ירושלים 91950

טל': 6016 649 - 02

פקס: 6103 649 - 02

www.knesset.gov.il/mmm

כתיבה: רון תקוה

ה' באדר תשס"ו

5 במרס 2006

אישור: שמוליק חזקיה, ראש צוות

עריכה לשונית: מערכת "דברי הכנסת"

מסמך זה הוכן לבקשת חה"כ אמנון כהן, יו"ר ועדת הכלכלה, לקראת ישיבת הוועדה ב-5 במרס 2006 בנושא הקמת שירות מודיעין אחוד לבירור מספרי טלפון מכל רשת טלפונית וסלולרית בישראל. המסמך מציג את תמונת המצב וכמה נתונים בנושא.

1. הצגת הסוגיה

1.1. מוקד המודיעין של "בזק" – 144

במודיעין 144 של "בזק" אפשר לברר את מספרי הטלפון של כל מנויי "בזק" וחברות הסלולר, חוץ מחברת "מירס". מאז 1 בפברואר 2006 עלות השיחה למודיעין 144 היא 1.57 ש"ח בתוספת מע"מ (סה"כ כ-1.83 ש"ח) למי שמבקש עד שלושה מספרים. אם הפונה לשירות מתקשר באמצעותו אל המספר המבוקש, תיתוסף לחיוב בגין השיחה עמלה בסך 53 אגורות בתוספת מע"מ, כלומר – כ-62 אגורות.¹

"בזק" מציגה את מאגר מספרי הטלפון שלה באינטרנט, בכתובת www.144.bezek.com. מזמן לזמן מתפרסמות בעיתונים כתבות שבהן נמתחת ביקורת חריפה על ההתנהלות של "בזק" בסוגיה זו. כך למשל, בכתבה שפורסמה ב-TheMarker² טען אורי שרף, מנכ"ל מרכז טיפוח יזמות (מט"י) בירושלים, כי חברת "בזק" מנהלת את אתר המודיעין שלה "ברמת עולם שלישי". הוא תולה את התנהגות "בזק" בהעדרה של תחרות אמיתית, וטוען כי "בזק" מזלזלת בלקוחותיה זלזול בוטה.

שרף טוען כי אתר המודיעין של "בזק" הוא בלתי ידידותי, פועל בטכנולוגיה מיושנת, בלתי אמין, ולעתים קרובות גם בלתי זמין. הוא מוסיף כי מספרי הטלפון שבו לא עודכנו כמה שנים, ואין כל אפשרות לחפש בו מספרים אלא בהגדרה מדויקת של השם המבוקש. בחיפוש אדם פרטי אפשר להגיע למספר – שכאמור לא תמיד מעודכן, כפי ש"בזק" מודה; לעומת זאת, בחיפוש שם עסק הסיכוי לקבל תוצאה נמוך מאוד.³ שרף מסביר כי במדינה מודרנית, האפשרות לברר באינטרנט מספר טלפון של אדם פרטי או של עסק היא דבר בסיסי, מובן מאליו ואף חיוני ביותר לחברות, לעסקים ולאנשים פרטיים.

לדברי שרף, הרושם שמתקבל הוא כי "בזק" כבר שדרגה את האתר שלה אך אינה מעמידה אותו לרשות הציבור לנוכח ההכנסות שהשירות הטלפוני 144 מניב לה.

שרף מזכיר בקצרה את אתרי ספר הטלפון ("הדפים הלבנים") של חברות הטלפון במדינות העולם המערבי. לדבריו, הם ידידותיים למשתמש ויש בהם חומר רב ומקיף (עד כדי כך שחלקם נסחפים למתן שירותי מידע ואף לחדירה לרשות הפרט).

¹ אתר האינטרנט של חברת "בזק", <http://www.bezeq.co.il>, תאריך כניסה: 27 בפברואר 2006.

² אורי שרף, "אתר האינטרנט 144 של בזק – ברמת עולם שלישי", **The Marker**, 24 בינואר 2006, עמ' 5.

³ שרף מצטט בהקשר זה את ההתנצלות המופיעה באתר האינטרנט ומקדמת את פני המשתמש: "הנתונים באתר זה אינם מתעדכנים. בזק פועלת על שדרוג האתר על מנת לשפר את השירות. בתום השדרוג יעמוד לרשותכם אתר משופר ומעודכן, לשירותכם תמיד".

כתב ynet ערן טל עקב אחר ההתקדמות של חברת "בזק" בעדכון אתר האינטרנט ובשדרוגו.⁴ האתר לא עודכן מאז ינואר 2003. בתגובה לפניות ynet בעבר נמסר מ"בזק" כי הסיבה לכך היא "שדרוג האתר". השדרוג היה עתיד להסתיים בסוף הרבעון השני של 2005 – כלומר בחודש יוני. אחד הנימוקים שהועלו בעבר לאי-עדכון האתר היה חששה של "בזק" מפני העתקת מאגר הנתונים של הלקוחות. החשש לגיטימי, אך אפשר לנקוט אמצעים משפטיים נגד כל גורם שינצל את מסד הנתונים.⁵

טל מעלה השערה ש"בזק" מעוניינת "למשוך זמן" לנוכח התחרות המפציעה בשוק התקשורת הטלפונית בישראל. אחד הנכסים העיקריים של "בזק" בעידן של תחרות הוא קובץ הלקוחות המלא והעדכני, שבו מידע על המתקשרים נוסף על מספר הטלפון שלהם, כגון כתובות מגורים, שמות הלקוחות שביקשו חסימה לשיחות לחו"ל או לשירותים קוליים ארוטיים ועוד.

בסוף חודש יוני 2005 פנתה מערכת ynet אל "בזק" שוב. החברה מסרה כי אתר 144 החדש יושק בקרוב במתכונת חדשה ומשופרת, אך זה לא קרה. בדצמבר 2005 שבה ופנתה מערכת ynet לחברת "בזק". מהחברה נמסר כי "האתר יעלה לאוויר בעוד כמה שבועות ויהיה ידידותי למשתמש".

ערן טל משוכנע כי אילו היתה "בזק" להוטה לספק את השירות באינטרנט למען הצרכנים, היא היתה מפנה את המשאבים הדרושים להשקה מחודשת של האתר בתוך זמן קצר.

1.2. מוקדי המודיעין של חברות הסלולר

בהוראת משרד התקשורת ארבע חברות הסלולר מחויבות להפעיל שירות מודיעין **חינם** לבירור מספר הטלפון הנייד של מנוי שלא ביקש שמספרו יהיה חסוי. מאז 30 בנובמבר 2003 השירות מוצע לכל מתקשר, מכל רשת לכל רשת – ובכלל זה רשת "בזק" – באמצעות מספרי טלפון מקוצרים ובתבנית אחידה.⁶ יצוין כי מוקד המודיעין של כל חברה יכול למסור מספרי טלפונים ניידים של מנויי החברה בלבד, ולא של מנויי החברות האחרות.

לדברי רוני לינדר-גנץ מעיתון "הארץ", החברות בוחרות להצניע את דבר קיומם של המוקדים שהן מפעילות. נוסף על כך, צרכנים שמצליחים לאתר את מספרי המוקדים לא תמיד מצליחים למצוא בהם את המספר המבוקש. לינדר-גנץ מציינת כי מספרי הטלפון של המוקדים בלתי ניתנים לזכירה.⁷

⁴ ערן טל, "מה הסיבה האמיתית לאי עדכון אתר 144 של בזק?", 16 בדצמבר 2004; "שימוש הוגן: עקוב אחרי ל-144", 7 באפריל 2005; "שימוש הוגן: מה חדש בנוגע ל-144 ברשת?", 30 ביוני 2005; "הווירוסים מציפים וספקי האינטרנט עסוקים בשיווק", 15 בדצמבר 2005; ynet, <http://www.ynet.co.il>, תאריך כניסה: 27 בפברואר 2006.

⁵ לראיה – הלחץ שהפעילה "בזק" על אתר 441, שהפעיל שירות של בירור "הפוך" – ממספרי טלפון לכתובות מגורים; הלחץ של "בזק" הביא לסגירת האתר. יש גם אמצעי אבטחה מתקדמים למניעת העתקות, אשר לדברי ערן טל ניתנים ליישום בפרק זמן קצר הרבה יותר משנתיים; ערן טל, "מה הסיבה האמיתית לאי עדכון אתר 144 של בזק?", שם.

⁶ מספרי הטלפון של מוקדי המודיעין האלה: "פלאפון" – 1244-50; "סלקום" – 1244-52; "פרטנר" – 1244-54; "מירס" – 1244-57.

יצוין כי בתיקון לרשימות חברות הסלולר הציב משרד התקשורת לחברות שתי אפשרויות: מתן שירות מודיעין טלפוני סלולרי (כפי שנעשה היום) או פרסום מדריכים מודפסים של מספרי הטלפון הניידים, אשר יחולקו לציבור ללא תשלום ויעודכנו מדי לשנה.

⁷ רוני לינדר-גנץ, "דרוש: ספר טלפונים סלולרי", הארץ, 26 בספטמבר 2005, <http://www.haaretz.co.il>, תאריך כניסה: 26 בספטמבר 2005.

גורמים מחברות סלולר המצוטטים אצל לינדר-גנץ מצדדים באופן כללי במתן שירותי מודיעין ללא תשלום באמצעות האינטרנט. הם תומכים במתן שירות מאוחד לכל החברות, אך סבורים כי הדבר צריך להיעשות במסגרת מסחרית על-ידי גוף פרטי חיצוני, וללא התערבות רגולטורית.⁸

2. עיקרי הדברים מישיבות ועדת הכלכלה של הכנסת

2.1. ישיבת ועדת הכלכלה, 30 במאי 2005⁹

סוגיית ההפעלה של שירות מודיעין אחוד לכל הרשתות עלתה בעקיפין בישיבת ועדת הכלכלה. בישיבה הדגיש אבי בלשניקוב, מנכ"ל משרד התקשורת, כי שירות מודיעין הוא שירות צרכני ממדרגה ראשונה. הוא פנה לנציגי חברות הסלולר ודרש מהם ליטול יוזמה ולהציע מרצונם שירות כזה, שאם לא כן יתוקנו רשיונות החברות והן יחויבו להפעיל אותו. בלשניקוב התחייב לפני הוועדה להציג בתוך חודש ימים פתרון שיהיה מוסכם על משרד התקשורת ועל חברות הסלולר.

חה"כ דוד טל ציין כי חברות הסלולר אינן מיידעות את הציבור כראוי על מספרי מוקדי המודיעין שלהן, להבדיל משירותים אחרים שהחברות דואגות להביא לידיעת הציבור. הוא הוסיף כי בבדיקה שערכו עוזריו עלה שיש קשיים רבים באיתור מספרי טלפון של מנויים שמספרם אינו חסוי – הן באתרי האינטרנט הן במוקדים המאוישים של החברות. חה"כ טל הציע לחייב את חברות הסלולר לספק את מספרי הטלפון של מנויי כל החברות כדי למנוע מצבים שבהם אדם יאלץ לברר מספר במוקדי המודיעין של כמה חברות. נציגי חברות הסלולר מצדן הביעו התנגדות לרעיון זה.

2.2. ישיבת ועדת הכלכלה, 21 בספטמבר 2005¹⁰

יו"ר ועדת הכלכלה, חה"כ אמנון, הדגיש כי מודיעין הוא שירות בסיסי שצריך להיות נגיש חינם לכל לקוח. כמו כן, הוא ציין כי מנכ"ל משרד התקשורת, אבי בלשניקוב, לא עמד בהתחייבות שנתן לוועדה בישיבה הקודמת. חה"כ כהן פנה לחברת "בזק" ולחברות הסלולר וביקש מהן להפעיל שירות מודיעין אחוד מיוזמתן, ולא – הדבר ייעשה בחקיקה.

יו"ר תנועת ש"ס, חה"כ אלי ישי, אמר כי אף שהתחרות בענף התקשורת הועילה לציבור, שירות המודיעין נפל בין הכיסאות. לדבריו, הוא קיבל תלונות מהציבור על שבאתר האינטרנט של "בזק" לא עודכנו מספרי הטלפון כבר שלוש שנים, ובאתרי חברות הסלולר השירות אינו קיים כלל. חה"כ ישי הציע להעלות את כל מספרי הטלפון הנייחים והניידים בישראל על גבי דיסקט ולהעמידו לרשות כל אדם בישראל. ואולם, בישיבה צוין כי כרוכות בכך שאלות משפטיות הנוגעות לצנעת הפרט.

הוצגו כמה חלופות להקמת מוקד מודיעין טלפוני, ובין השאר:

1. הקמת מוקד אחוד לכל מספרי הטלפון הנייחים והניידים באמצעות איחוד של מוקדי חברות הסלולר עם מוקד המודיעין של "בזק" (144) או באמצעות הקמת חברה פרטית חיצונית;

⁸ ש.ם.

⁹ פרוטוקול מס' 415 מישיבת ועדת הכלכלה, 30 במאי 2005.

¹⁰ פרוטוקול מס' 501 מישיבת ועדת הכלכלה, 21 בספטמבר 2005.

2. הקמת מוקדים נפרדים למספרי טלפונים נייחים ולמספרי טלפונים ניידים ;
3. הפעלת מוקד נפרד לכל חברת סלולר, וכל חברה תחויב לספק למנוייה באמצעותו מספרי טלפון של מנויים בכל החברות ;
4. הנהגת מודל תחרותי שלפיו חברות פרטיות יציעו שירותי מודיעין.

אשר לאמצעים למתן השירות, נדרשת הכרעה בין המודל הקיים של ספרי הטלפונים המודפסים, מוקד טלפוני, מוקד ברשת האינטרנט¹¹ ומשלוח הודעות sms.

מנכ"ל משרד התקשורת, אבי בלשניקוב, הודיע כי משרדו ערך שימוע לכל החברות בעניין. כמו כן, הוא ציין כי המשרד עורך סקר בציבור הצרכנים כדי לברר מהי החלופה המועדפת לשירות מודיעין מספרי טלפון. בלשניקוב נענה לדרישת יו"ר הוועדה להודיע בתוך חודשיים על פתרון של מוקד מודיעין אחד לכל מספרי הטלפון.¹²

נציג חברת "סלקום" אמר כי החברה תומכת בהקמת שירות מודיעין אחד לכל החברות, אך יש לאפשר לחברה פרטית להקימו, והיא תתחרה ב"בזק" במחיר ובשירות. הדבר אף עשוי להוביל לעדכון יומיומי של אתר האינטרנט של "בזק". לדבריו, חברת "סלקום" מעבירה את בסיס הנתונים שלה ל"בזק", והיא מוכנה להעבירו גם למפעיל מודיעין פרטי נטול פניות – אך לא לחברות המתחרות.

2.3. ישיבת ועדת הכלכלה, 22 בנובמבר 2005¹³

יו"ר הוועדה חה"כ אמנון כהן מתח ביקורת על התנהלות משרד התקשורת בכל הקשור לסוגיה. בפרט הביע יו"ר הוועדה את מורת רוחו מאי-עמידת מנכ"ל המשרד אבי בלשניקוב בהבטחותיו בישיבות הוועדה הקודמות ומהתנהלותו מול ועדת הכלכלה של הכנסת.

חה"כ כהן ציין בישיבה כי חקיקה המחייבת שירות מודיעין אחד לכל החברות כבר אושרה בוועדת שרים לענייני חקיקה, וכי הדבר ייקבע בסופו של דבר בחוק. הוא הוסיף כי ועדת הכלכלה נדרשת למלא את תפקידה בשמירה על זכויות הצרכנים לנוכח אוזלת היד של משרד התקשורת.

בישיבה המליץ הנציג של ארגון יועצי מערכות התקשורת (אימ"ת) להקים שירות מודיעין טלפוני אחד לכל החברות, אך בתשלום. הוא ציין כי שירות ללא תשלום עלול לגרום להצפת המוקד.

¹¹ בישיבה נאמר כי מודל זה בעייתי, שכן לא כל בתי האב בישראל מחוברים לאינטרנט.

¹² בישיבה נאמר כי כיום אפשר לקבל במודיעין "בזק" את מספרי הטלפון של לקוחות "פרטנר", "סלקום" ו"פלאפון", אך לא של "מירס", העובדת בעיקר עם לקוחות מסחריים.

¹³ פרוטוקול מס' 529 מישיבת ועדת הכלכלה, 22 בנובמבר 2005.

3. תגובת משרד התקשורת

ב-22 בנובמבר 2005, אחרי ישיבת הוועדה, שלח מנכ"ל משרד התקשורת מכתב אל יו"ר ועדה הכלכלה חה"כ אמנון כהן. במכתב הציג המנכ"ל את אשר נעשה במשרד התקשורת בכל הנוגע לשירות 144 של "בזק" ולשירות המודיעין לחברות הסלולריות. להלן עיקרי הדברים:¹⁴

- המשרד ערך שימוע בנושא ב-10 באוגוסט 2005 ושמע את עמדות החברות. המשרד בוחן את החלופות שהועלו ואת השלכותיהן. כמו כן המשרד בודק את הנוהג בבריטניה ובארה"ב.
- המשרד בוחן את הנתונים התפעוליים והפיננסיים הנוגעים לשירות 144 של "בזק". נתונים אלו התקבלו במשרד ב-6 בנובמבר 2005.
- המשרד החליט לערוך סקר לבדיקת הרגלי השימוש בשירותי מודיעין טלפוניים ובמדריכי טלפונים באוכלוסייה. המשרד יגבש את עמדתו בתוך חמישה שבועות ממועד קבלת תוצאות הסקר (לשכת הפרסום הממשלתית התחייבה להעבירם עד 1 בדצמבר 2005).

ד"ר אסף כהן מאגף הכלכלה במשרד התקשורת אמר כי משרד התקשורת נתון בשלבים סופיים של גיבוש ההחלטה בעניין.¹⁵ כמו כן הוא אמר כי בטרם יקבל המשרד החלטה סופית, כללי המינהל התקין מחייבים אותו לאפשר לחברות למסור את תגובותיהן. לשם כך הובהר כי משרד התקשורת יעביר עד 2 במרס 2006 את תוכן החלטתו לחברות, ויאפשר להן להגיב בתוך 10-14 ימים.

16 תוצאות הסקר

הסקר בחן את מודעות הציבור לשירותי איתור מספרי טלפון, את הרגלי השימוש שלו בהם ואת שביעות רצונו מהם. השירותים שנבדקו הם מדריך הטלפון, שירות 144 ושירותי המודיעין הסלולרי של חברות הסלולר. הנקודות החשובות שעלו בסקר:¹⁷

- ספר הטלפונים המסורתי עודנו כלי מרכזי לבירור מספרי טלפון: 30% מהאוכלוסייה היהודית ו-56% מהאוכלוסייה הערבית נעזרים בו. לפיכך סבורים במשרד התקשורת שאין מקום לוותר על כלי זה.
- 51% מהאוכלוסייה היהודית ו-34% מהאוכלוסייה הערבית מאתרים מספרי טלפון באמצעות שירות 144 בטלפון.
- 97% מהנשאלים במגזר הערבי ו-90% במגזר היהודי לא השתמשו מעולם במוקדי המודיעין הטלפוני של החברות הסלולריות. רק 5%-3% מהציבור מודעים לקיומם של מוקדים אלו. לפיכך סבורים במשרד התקשורת כי כלי זה אינו יעיל.

¹⁴ אבי בלשניקוב, מנכ"ל משרד התקשורת, מכתב ליו"ר ועדת הכלכלה, חה"כ אמנון כהן, 22 בנובמבר 2005.

¹⁵ ד"ר אסף כהן, סמנכ"ל בכיר באגף הכלכלה של משרד התקשורת, שיחת טלפון, 28 בפברואר 2006.

¹⁶ את הסקר ערך מכון המחקר "גיאוקרטוגרפיה" באמצעות לשכת הפרסום הממשלתית עבור משרד התקשורת. הוא נערך בקרב 802 נשאלים במגזר היהודי ובמגזר הערבי, המהווים מדגם מייצג של האוכלוסייה; משרד התקשורת, הודעת הדובר מ-15 בינואר 2006, <http://www.moc.gov.il>, תאריך כניסה: 26 בפברואר 2006. הממצאים העיקריים מובאים בנספח.

¹⁷ ד"ר אסף כהן, סמנכ"ל בכיר באגף הכלכלה של משרד התקשורת, שיחת טלפון, 28 בפברואר 2006.

- מוקד ברשת האינטרנט אינו יכול להיות הפתרון היחיד, שכן שיעור החשיפה לאינטרנט אינו מאפשר זאת. יתרה מזו, שיעור החשיפה אינו המדד היחיד, משום שגם שיעור חשיפה של 100% אינו מבטיח שהאינטרנט יהיה זמין בכל רגע נתון ובכל מקום שהוא.

אבי בלשניקוב ציין כי לנוכח תוצאות הסקר הוא רואה חשיבות רבה בהגברת מודעות הציבור לשירותים לאיתור מספרי טלפון, לאופיים ולמחירם.



4. מקורות

- "בזק", אתר האינטרנט, <http://www.bezeq.co.il>, תאריך כניסה: 27 בפברואר 2006.
- בלשניקוב אבי, מנכ"ל משרד התקשורת, מכתב ליו"ר ועדת הכלכלה, חה"כ אמנון כהן, 22 בנובמבר 2005.
- טל ערן, "מה הסיבה האמיתית לאי עדכון אתר 144 של בזק?", 16 בדצמבר 2004; "שימוש הוגן: עקוב אחרי ל-144", 7 באפריל 2005; "שימוש הוגן: מה חדש בנוגע ל-144 ברשת?", 30 ביוני 2005; "הווירוסים מציפים וספקי האינטרנט עסוקים בשיווק", 15 בדצמבר 2005; [ynet](http://www.ynet.co.il); <http://www.ynet.co.il>, תאריך כניסה: 27 בפברואר 2006.
- כהן אסף, סמנכ"ל בכיר באגף הכלכלה של משרד התקשורת, שיחת טלפון, 28 בפברואר 2006.
- לינדר-גנץ רוני, "דרוש: ספר טלפונים סלולרי", **הארץ**, 26 בספטמבר 2005, <http://www.haaretz.co.il>, תאריך כניסה: 26 בספטמבר 2005.
- משרד התקשורת, הודעת הדובר מ-15 בינואר 2006, <http://www.moc.gov.il>, תאריך כניסה: 26 בפברואר 2006.
- פרוטוקול מס' 415 מישיבת ועדת הכלכלה, 30 במאי 2005.
- פרוטוקול מס' 501 מישיבת ועדת הכלכלה, 21 בספטמבר 2005.
- פרוטוקול מס' 529 מישיבת ועדת הכלכלה, 22 בנובמבר 2005.
- שרף אורי, "אתר האינטרנט 144 של בזק – ברמת עולם שלישי", **TheMarker**, 24 בינואר 2006, עמ' 5.

5. נספח

להלן מובאים הממצאים העיקריים של הסקר שערך מכון המחקר "גיאוקרטוגרפיה" באמצעות לשכת הפרסום הממשלתית עבור משרד התקשורת. הסקר בחן את מודעות הציבור לשירותים לאיתור מספרי טלפון, את הרגלי השימוש שלו בהם ואת שביעות רצונו מהם. השירותים שנבדקו: מדריך הטלפון, שירות 144 ושירותי המודיעין של חברות הסלולר. הסקר נערך בקרב 802 נשאלים במגזר היהודי ובמגזר הערבי, המהווים מדגם מייצג של האוכלוסייה.

ממצאי הסקר:

- יותר משליש הצרכנים במגזר היהודי ולמעלה ממחצית הצרכנים במגזר הערבי סבורים, בטעות, כי נגבה תשלום עבור השימוש בשירות 144 של "בזק" גם אם המספר המבוקש לא אותר.
- רק רבע מהצרכנים במגזר היהודי ו-14% במגזר הערבי יודעים שאפשר לבקש עד שלושה מספרי טלפון בשיחה אחת לשירות 144.
- רק 15% מהצרכנים במגזר היהודי ו-1% במגזר הערבי ערים לכך ששירות 144 כרוך בתשלום רק אם מספר הטלפון שנמסר מופיע בספר הטלפונים.
- הממצאים במגזר היהודי: 51% מהצרכנים מאתרים מספרי טלפון באמצעות שירות 144; 30% – באמצעות ספר טלפונים; 8% – באמצעות אתר האינטרנט של "בזק" 144; 5% – באמצעות ספר "דפי זהב"; 6% – באינטרנט; 3% – באמצעות אתר "דפי זהב" (שאף הוא מפנה למאגר הנתונים של "בזק").
- הממצאים במגזר הערבי: 56% מהצרכנים מאתרים מספרי טלפון באמצעות ספר טלפונים; 34% – באמצעות הטלפון; 7% – באמצעות "דפי זהב"; 2% – באמצעות אתר האינטרנט של "בזק"; 2% – באינטרנט.
- החיסרון העיקרי של שירות מודיעין 144 הוא עלותו הגבוהה. יתרונותיו הם מהירות, זמינות וקלות השימוש.
- מתברר כי יש מודעות נמוכה בקרב משתמשי שירות מודיעין 144 למחיר השירות. קרוב ל-80% מהצרכנים אינם יודעים ששיחה אל המספר המאוחר על-ידי מוקד 144 באמצעות הקשת כוכבית כרוכה בתשלום נוסף.
- 97% מהצרכנים במגזר הערבי ו-90% במגזר היהודי לא השתמשו מעולם במוקדי המודיעין של חברות הסלולר.
- רק כרבע מהצרכנים מודעים לאפשרות לקבל מידע על מספרי טלפון באמצעות sms ומעוניינים לקבלו.
- יותר ממחצית הצרכנים מעוניינים לקבל דיסק שבו כל מספרי הטלפון במקום ספר הטלפונים.