

**A**  
**Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság**  
**2011. évi**  
**Munkaterve**

2011. február

---

## TARTALOMJEGYZÉK

<b>Bevezető</b> .....	<b>3</b>
<b>A 2010. év áttekintése</b> .....	<b>4</b>
<i>A média- és hírközlési piac helyzete</i> .....	5
<b>A munkatervi feladatok</b> .....	<b>17</b>
<b>A 2011. évi stratégiai feladatok áttekintése</b> .....	<b>19</b>
1. <i>Az új Médiatörvény előírásainak átültetése a hatósági gyakorlatba</i> .....	19
2. <i>Piacelemzési eljárások lefolytatása</i> .....	19
3. <i>Szabályozási eszközök felülvizsgálata, bővítése, fejlesztése</i> .....	20
4. <i>Kiemelt szakmai stratégiák megalkotása</i> .....	20
5. <i>Frekvenciagazdálkodás, frekvenciapályázatok lebonyolítása</i> .....	20
6. <i>Az analóg földfelszíni televíziós műsorszórás lekapcsolásának előkészítése</i> .....	21
7. <i>Az NMHH információs rendszereinek bővítése, megújítása</i> .....	21
8. <i>A média- és hírközlési szolgáltatásokhoz kapcsolódó felhasználói tudatosság növelése</i> .	22
9. <i>A Hatóság hazai és nemzetközi kapcsolatainak fejlesztése</i> .....	22

## Bevezető

A 2010. év meghatározó jelentőségű volt az Országos Rádió és Televízió Testület (ORTT) és a Nemzeti Hírközlési Hatóság (NHH) működésére vonatkozóan egyaránt.

Az elektronikus hírközlésről szóló 2003. évi C. törvény módosításával 2010. augusztus 11-ével megvalósult az eddig két, sokszor párhuzamos feladatokat ellátó hatóság egy szervezetrendszerbe való integrálása. Az így létrejött Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság (NMHH) autonóm államigazgatási szervként az Alkotmány és a vonatkozó hatályos törvények alapján látja el tevékenységét, amelyről évente beszámol az Országgyűlésnek.

Az államnak kiemelt feladata van e társadalmilag igen fontos folyamatok megfelelő keretek között tartásában. A média és a hírközlés korábban ugyan rokon, de mégis különálló „világai” oly mértékben és módon fonódtak össze, hogy ezt az immár egynek tekinthető területet csak egy hasonlóképpen összefonódott, „konvergens” szabályozó hatóság képes átlátni, felügyelni és szabályozni.

Az új Hatóság célja, hogy ezekre a kihívásokra korszerű, működőképes válaszokat adjon, továbbfejlessze hagyományos szabályozási eszköztárát és kiegészítse azt a felhasználói tudatosságot növelő eszközökkel, amelyek segítségével fel tudja készíteni a szolgáltatásokat igénybevevők egyre népesebb táborát a konvergencia kevésbé kívánatos hatásainak kivédésére. Hasonlóan fontos az is, hogy addig, amíg a felhasználók mindezt megtanulják, képesek legyünk a hirtelen felduzzadt tartalom-áradatot biztonságosan szabályozott, mégis tág és kellő szabadságot biztosító mederben tartani.

Az NMHH törvényben szabott küldetése, hogy biztosítsa a média, az elektronikus hírközlési, postai és informatikai szolgáltatások piacainak törvényes és zavartalan működését. E küldetés teljesítése során az érintettek széles körének irányában viselünk felelősséget. A legnagyobb hangsúlyt a szolgáltatásokat felhasználó polgárok jogainak és érdekeinek fokozott védelmére, illetve széles körű tájékoztatására helyezzük. Feladatunk továbbá a tisztességes, az ország és az állampolgárok érdekeit szolgáló verseny kialakítása és az infrastrukturális befektetések, valamint az innovatív szolgáltatások elterjedésének ösztönzése közötti kényes egyensúly megteremtése. Intézményünk a szolgáltatók jogkövető magatartásának biztosítására, valamint a tájékozott és aktív állampolgárok igényeinek növekedésére építve el szeretné érni, hogy a hírközlési és média iparág dinamikus fejlődéssel járuljon hozzá Magyarország gazdasági és társadalmi előrelépéséhez.

Küldetésünk teljesítése során szoros kapcsolatokat tartunk fenn a polgárok és az iparág érdekeit védő társhatóságokkal, szakmai civil szervezetekkel, illetve aktívan részt veszünk a területünkhöz kapcsolódó nemzetközi szervezetek munkájában. Arra törekszünk, hogy a Hatóság széleskörű és elismert tudással rendelkező kompetenciaközponttá váljon itthon és Európában egyaránt.



Szalai Annamária  
Az NMHH elnöke

## A 2010. év áttekintése

2010. augusztus 10-ig az ORTT és az NHH a korábbi törvényi szabályozásnak megfelelően egymástól függetlenül tevékenykedtek, a saját munkatervük végrehajtásán dolgoztak.

Az ORTT az 1996. évi I. törvény 40. §-ának (1) bekezdésében megfogalmazott felhatalmazás alapján a szólásszabadság, a műsorszolgáltatás piacra lépésének elősegítése, a tájékoztatási monopóliumok lebontása, a műsorszolgáltatók függetlensége és a sajtószabadság alkotmányos elveinek érvényesülése érdekében határozta meg ügyrendjét és alakította ki féléves munkatervét.

Az NHH 2010. évi munkatervében nyolc fő feladatot jelölt meg. A feladatok három célterületre: a szakmai feladatokra, a hazai és nemzetközi kapcsolatok fejlesztésére, illetve az intézményi működést támogató feladatokra összpontosítottak.

A munkaterv első pillére az NHH szakmai célkitűzéseinek fókuszterülete volt, amelynek részét képezte többek között az újgenerációs szélessávú piacok vizsgálata, a mobilvezeték konvergencia és a hálózatsemlegesség koncepcionális vizsgálata, a 2010-ig terjedő spektrumstratégia megvalósítása, valamint a digitális átállás előkészítése.

Az NHH küldetésének betöltése szempontjából alapvető fontosságú volt a kapcsolattartás a fogyasztókkal, illetve a nemzetközi szakmai szervezetekkel. Az ehhez kötődő kiemelt feladatokat tartalmazta a munkaterv második célterülete.

Az NHH működését támogató feladatok, vagyis a hatóság szabályozási stratégiájának felülvizsgálata, valamint bizonyos kiemelt belső folyamatok megújítása alkották a munkaterv harmadik pillérét.

2010. augusztus 11-től az egységes *Nemzeti Média- és Hírközlési Hatóság* – mint a korábbi médiahatóság (ORTT), a hírközlési szabályozó hatóság (NHH) és a Kormányzati Frekvenciagazdálkodási Hivatal (KFGH) közös jogutóda – folytatta a korábbi hatóságok napi feladatainak elvégzését, valamint emellett megkezdte a konvergens hatóság belső folyamatainak és szervezeteinek átalakítását.

Az év utolsó negyedében megalakult a Hatóság önálló hatáskörű, az Országgyűlés felügyelete alatt álló szerve, a Médiatanács, így az NMHH már egységesen tudja ellátni a jogelőd Nemzeti Hírközlési Hatóság továbbá a Médiatanács jogelődjének, az Országos Rádió és Televízió Testület feladat- és hatásköreit.

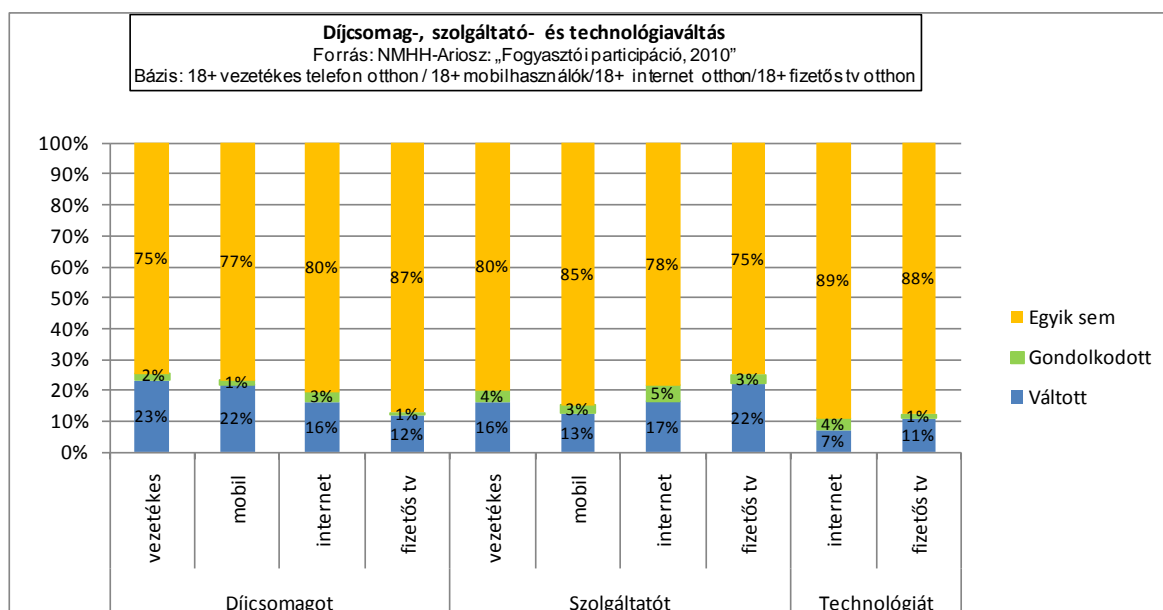
## A média- és hírközlési piac helyzete

A hazai média- és hírközlési piac fejlődése a 2010-es év során is fontos fejleményekkel szolgált a szabályozói munka számára. Az alábbiakban foglaljuk össze az elmúlt év eseményeit és kiemelt piaci statisztikáit, amelyek megalapozzák a fő cselekvési irányokat a 2011. évi munkaterv számára.

### Vonalban a lakosság

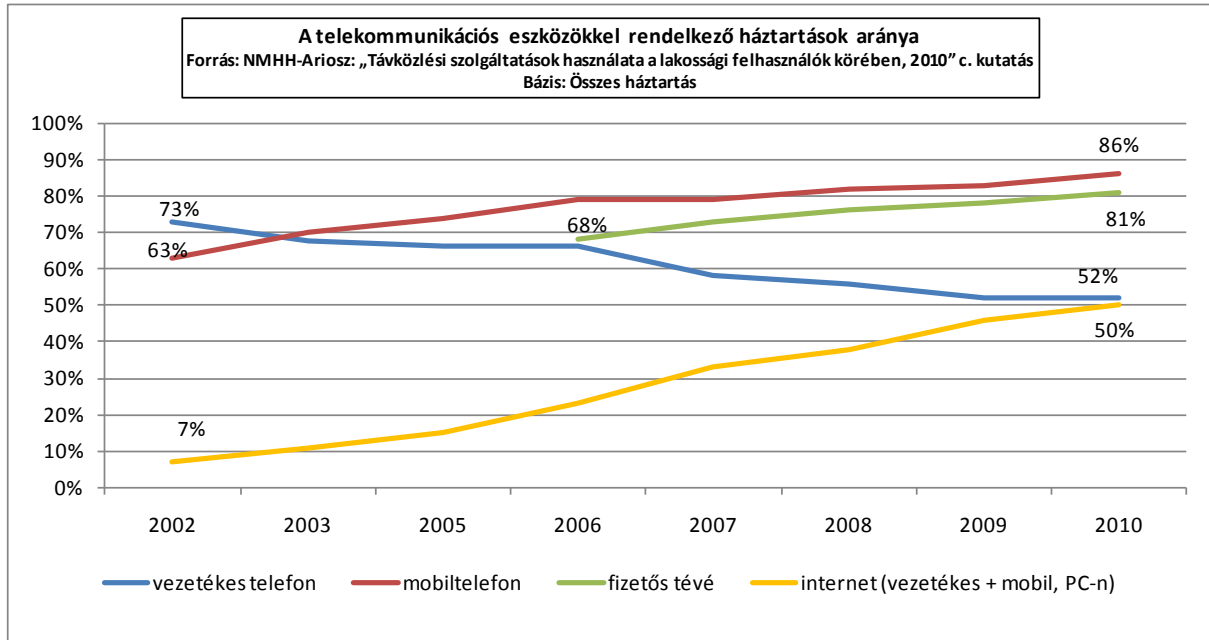
A magyar lakosság eszközellátottsága a legutóbbi rendelkezésre álló adatok alapján 2010-ben is csak lassan változott. A média- és hírközlési szolgáltatások igénybevételéhez szükséges eszközök nagy része nem teljesen korszerű: a Bell Research kutatása [3] által feltárt tipikus konfiguráció 2010-ben is legalább 2-3 éves asztali számítógép, jellemzően CRT monitorral és Windows XP operációs rendszerrel. A mobiltelefon-ellátottságot illetően azonban kedvező hír, hogy a magyar piacon is érzékelhetően érvényesült az okostelefonok világméretű térhódítása: a GKleNet adatai szerint [5] az év végére már a hazai mobiltelefonok 15%-a ebbe a kategóriába tartozik. Az audiovizuális média szempontjából azonban továbbra is a televízió számít a legfontosabb eszköznek: a Bell Research felmérése szerint [3] szinte minden háztartásban található televízió, de általában közepes vagy kis méretű CRT készülék. A korszerűbb, nagyobb képernyővel rendelkező és nagyobb felbontást kínáló tévék minden tizedik háztartásban vannak jelen.

A média- és hírközlési piaci dinamika, a felhasználói tudatosság és attitűdök tekintetében elmondható: európai összehasonlításban a magyarországi felhasználók csak kisebb részének van igénye, illetve vállalkozik valóban felelős, jól informált döntésre a szolgáltatások megvásárlásakor. A Bell Research ICT jelentésének [3] eredménye, hogy a háztartások 27%-a nem tudja pontosan megmondani, milyen sáv szélességű internet-szolgáltatásra fizet elő. Az Ipsos által az NMHH részére végzett participációs kutatások [7] eredményei szintén azt támasztják alá, hogy a felhasználók nem tudnak, vagy nem akarnak alaposan tájékozódni. A kutatások eredményei szerint a hírközlési szolgáltatásokat igénybevevők – bár egy részük kétségkívül eltökélt – túlnyomó többsége sosem váltott díjcsomagot, szolgáltatót vagy technológiát.



1. ábra

Ennek fényében kell értelmeznünk az NMHH-Ariosz kutatás [2] penetrációs adatait is. Megfigyelhető, hogy a vezetékes hangszolgáltatás visszaszorulása 2010-ben mérséklődött a magyarországi háztartások körében. A mobiltelefon-penetráció értéke a pénzügyi válság nyomán elszenvedett valós csökkenés, illetve az inaktív kártyák statisztikából való kivonása után 2010-ben újra növekedésnek indult, a változás azonban nem számottevő jelentőségű. A GfK kutatása szerint [4] a háztartások fizetős televízió és internet ellátottsága tovább emelkedett, méghozzá az utóbbi nagyobb ütemben.



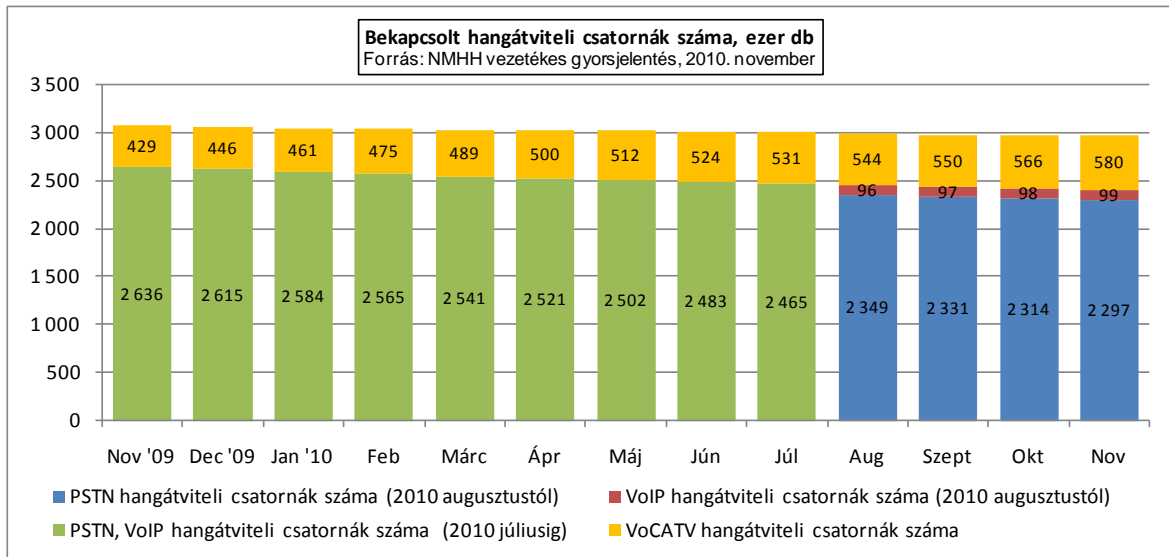
2. ábra

## Platformok mozgásban

A 2010-es évben további elmozdulás volt tapasztalható a média- és hírközlési platformokon belül, és egyre határozottabban tapasztalhatók a platformok közötti átjárhatóság fontos jelei is.

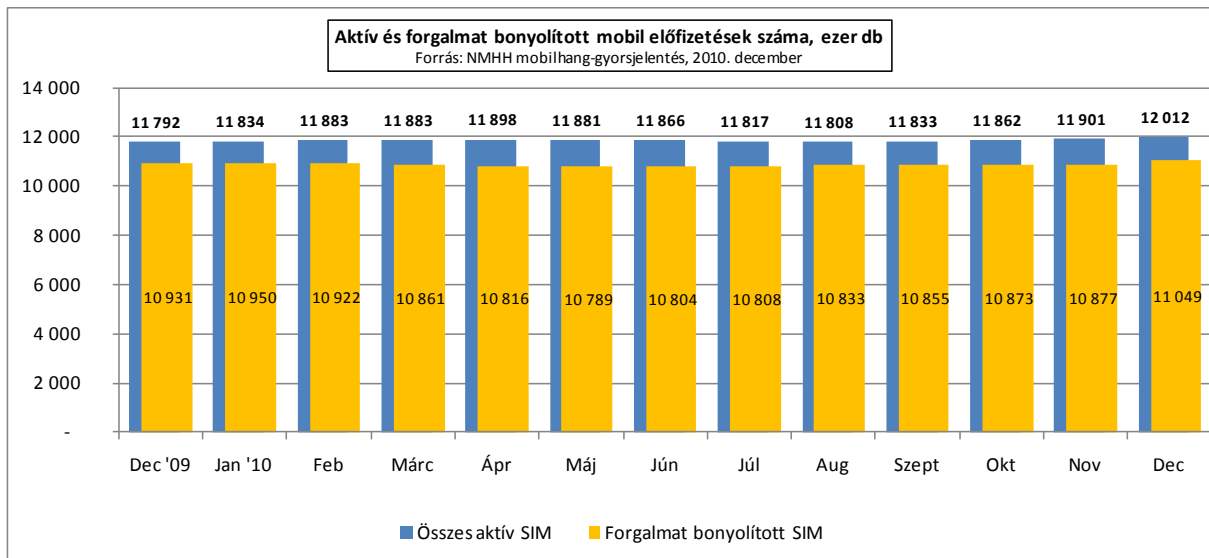
## Hangszolgáltatás

A hangszolgáltatás területén a vezetékes megoldások további fokozatos visszaszorulása figyelhető meg mind a csatornák fajlagos számát, mind pedig a kezdeményezett hívások időtartamát tekintve. A vezetékes hangpiacon a domináns technológia továbbra is a PSTN, amely mellett – a korábbi években tapasztaltaknak megfelelően – a kábeltelevíziós és az IP alapú hálózatokon megvalósított szolgáltatásnak is egyre komolyabb szerep jut.

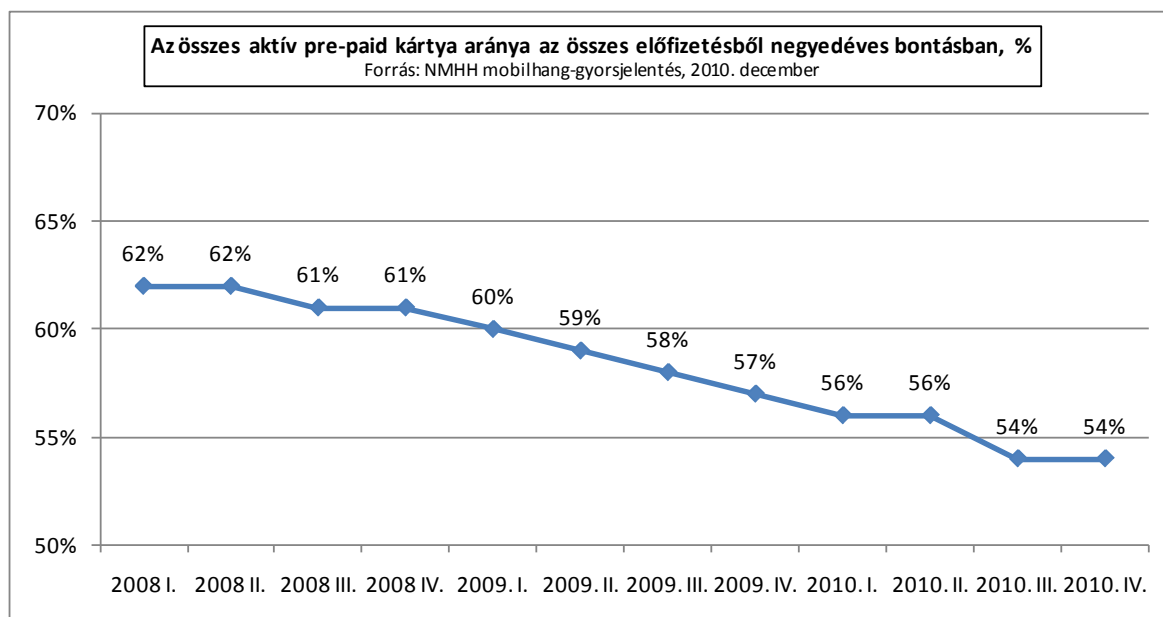


3. ábra

A mobil hangszolgáltatás piacán a 2010-es év növekedést mutatott (ld. 4. ábra). A három szolgáltató által lefedett piacon tovább folytatódott a havidíjas („post-paid”) előfizetések térnyerése a feltöltőkártyás („pre-paid”) megoldások rovására. Az előfizetések száma szolgáltatónkénti bontásban nem mutatott komoly változást a 2010-es év során sem, komoly piaci átrendeződésre nem került sor. A mobil hírközlési ágazat jelentős beruházási igénnyel szembesül, ami a technológia új generációjának bevezetéséhez, a nagyobb adatátviteli sebességet igénylő, a mobiltelefonokon megjelenő adatszolgáltatásokhoz kapcsolódik.



4. ábra



5. ábra

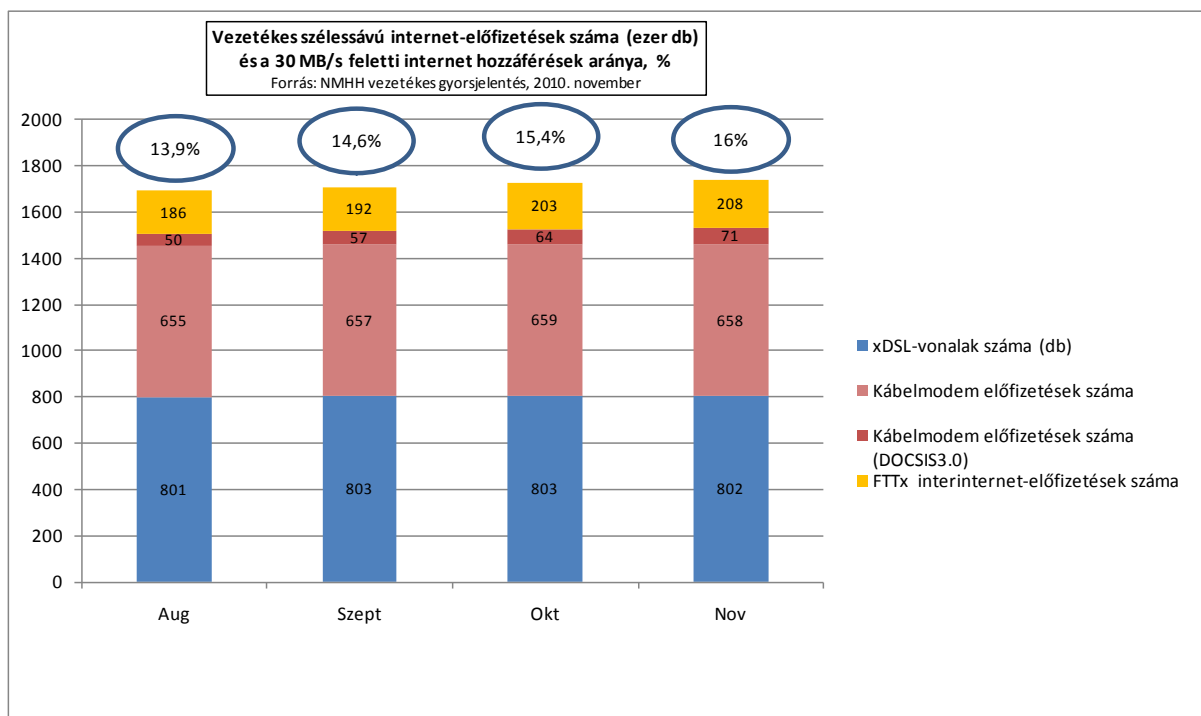
A mobil hangszolgáltatás piacán 2010 folyamán nem okozott jelentős változást az első hazai virtuális mobilszolgáltató (MVNO) megjelenése: a 2009 novemberében elindult Postafon (a Magyar Posta Zrt. által a Vodafone hálózatán nyújtott virtuális mobilszolgáltatás) piaca gyakorolt hatása nem volt kimutatható.

### Internet-szolgáltatás

A média- és hírközlési piac átalakulásának motorja a szélessávú IP alapú hálózatok által kínált tartalomelérési és kapcsolatteremtési lehetőség. A **vezetékes** internetkapcsolatok száma 2010-ben is tovább bővült, ami mögött elsősorban a szélessávú kapcsolatok terjedése áll. A hazai piacon működő két domináns platform közül 2010-ben a kábeltelevíziós infrastruktúrán működő elérések tudták érdemben növelni előfizetőik taborát, a hagyományos telefonhálózaton működő xDSL platform pedig stagnált. A platformok közötti verseny a már megszerzett előfizetőket tekintve is kimutatható, az elmúlt évek felmérési adatai alapján nagyjából minden tizedik vezetékes internet-előfizetőről elmondható, hogy korábban már váltott technológiai platformot is.

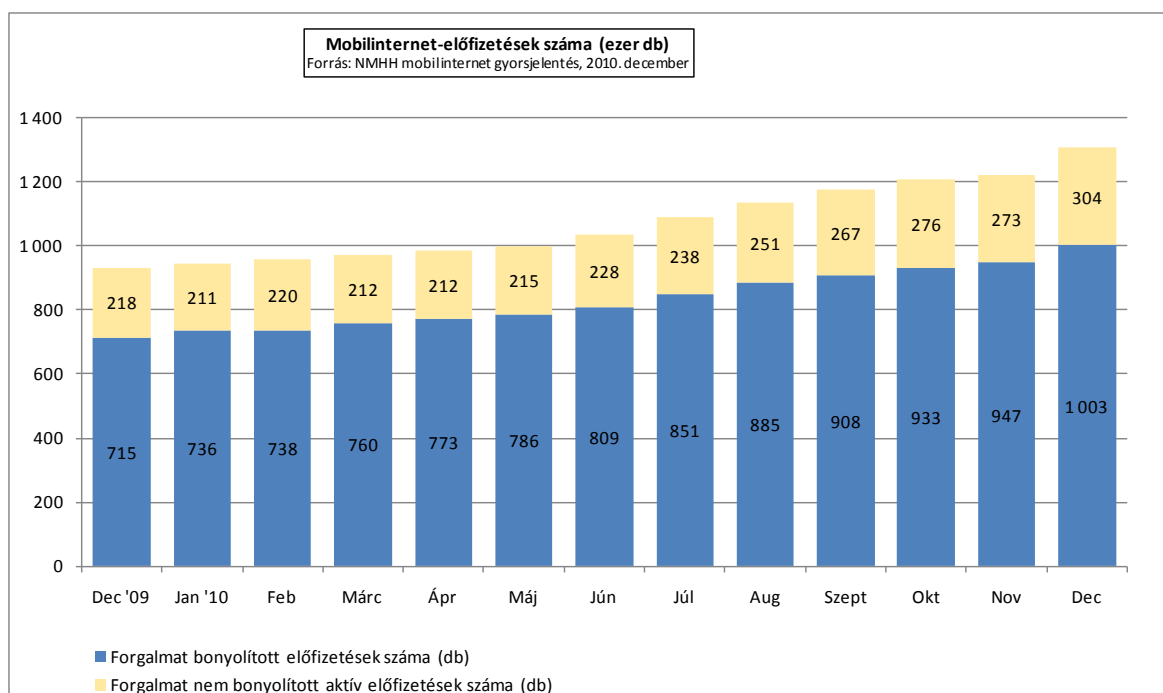
Az optikai hálózatok térnyerése a fejlesztések nyomán fokozatos, 2010 végére az FTTx elérések száma már meghaladta a 200 ezres számot. A vezetékes infrastruktúra folyamatos növekedése és az átlagos hozzáférési sebesség további emelése azonban további komoly beruházást igényel. 2010 folyamán a DOCSIS 3.0 szabvány mind elterjedtebb bevezetésével a kábelszolgáltatók is kivették a részüket a szélessávú előfizetések, és ezen belül a 30 Mbit/s-nál nagyobb sávszélességet lehetővé tévő elérések bővüléséből.



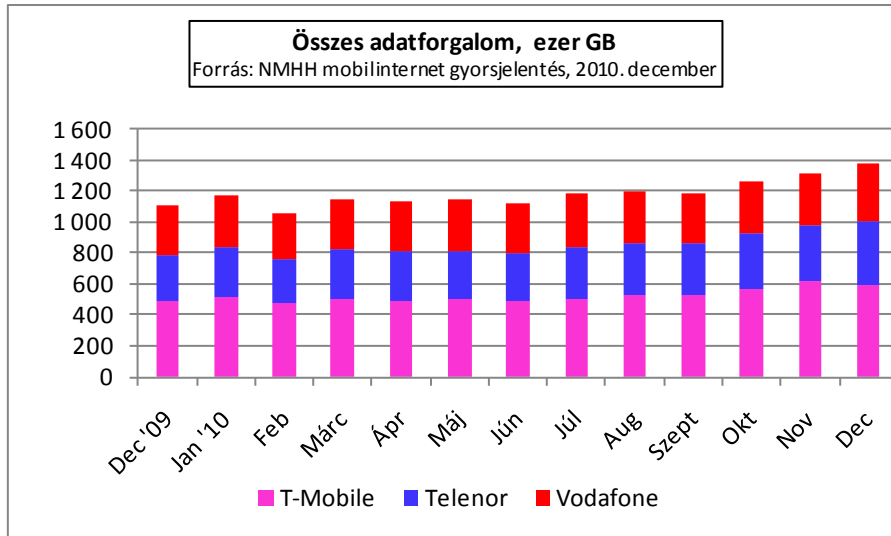


6. ábra

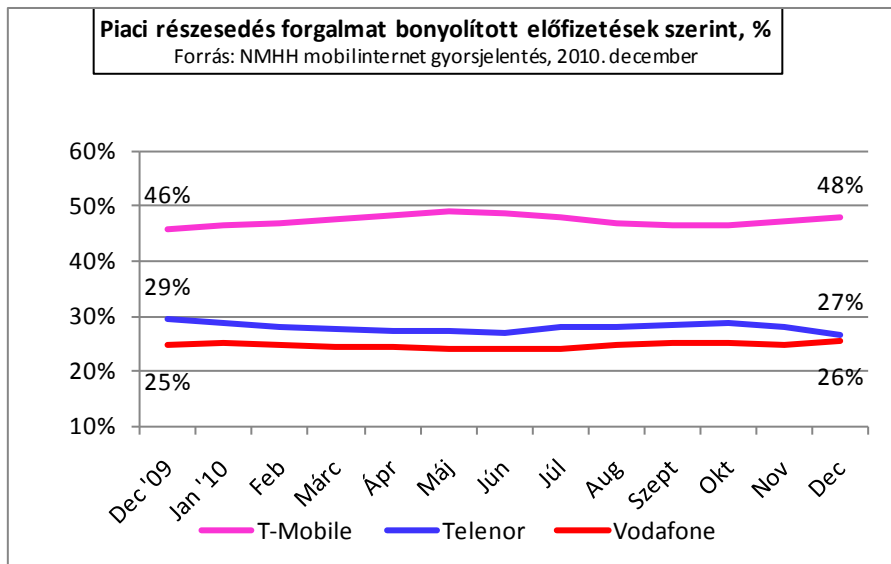
Az internet-szolgáltatás területén a legdinamikusabb növekedést azonban a **mobil** hálózatokon nyújtott kapcsolódási lehetőség eredményezte 2010-ben. Mind az internetkapcsolatot használó okostelefonok, mind a hordozható modemek és kártyák számos felhasználót vonzottak a vezeték nélküli internetelés platformjára. Folyamatos fejlesztések és beruházások irányulnak a hálózatok lefedettségének javítására és az átviteli sebesség növelésére is, aminek eredményeként sok helyen már elérhetőek a harmadik generációs hálózati kapcsolatok leggyorsabb képviselői, illetve megkezdődött a felkészülés az LTE technológia magyarországi bevezetésére is. A piaci szegmens gyors bővülésével egyidejűleg a három mobilszolgáltató piaci részesedései is változtak.



7. ábra



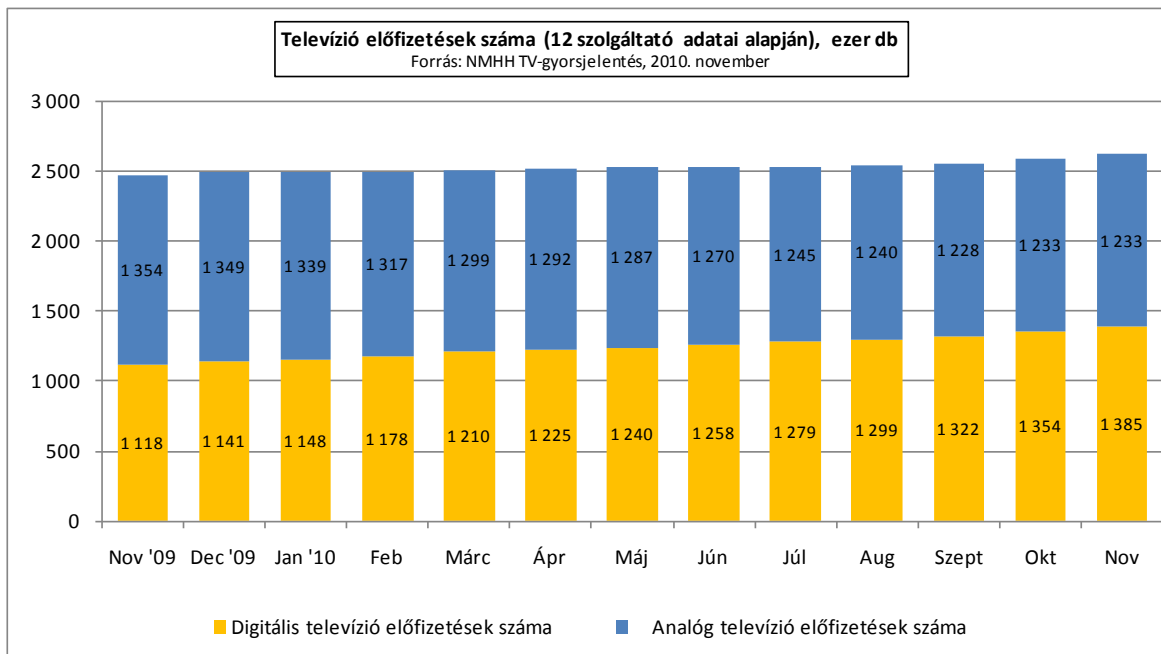
8. ábra



9. ábra

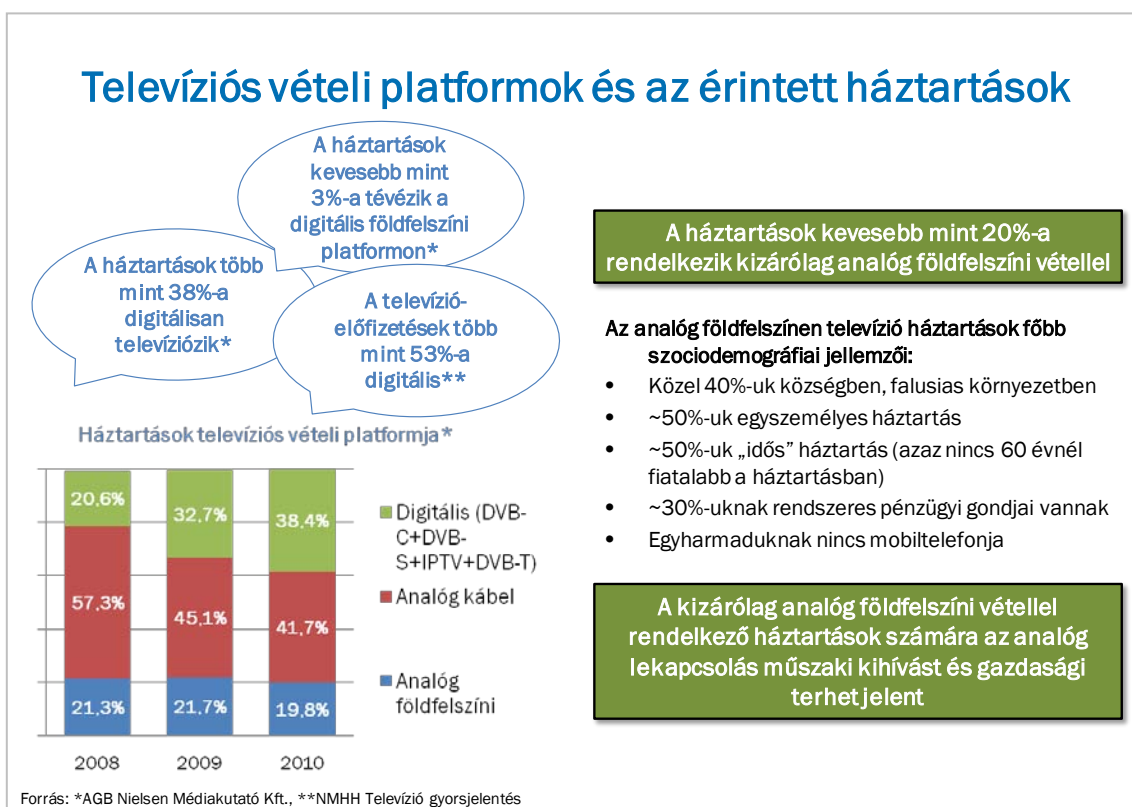
### Műsorterjesztés

A műsorterjesztés piaca 2010-ben fontos mérföldkőhöz érkezett: nemcsak a piac bővüléséről számolhatunk be, de arról is, hogy a lakosság nagyobb részét lefedő előfizetések körében a digitális televíziózást biztosító csatlakozások aránya 2010 nyarától már meghaladja az 50%-ot. A növekedés háttérében elsősorban a digitális kábeltévé és a dinamikusabban bővülő IPTV előfizetések állnak, de a műholdas digitális szolgáltatások is tudták növelni piaci részesedésüket a visszaszorulóban lévő analóg kábeltévé-szolgáltatás rovására.



10. ábra

A nem előfizetős struktúrában működő műsorterjesztés (analóg, illetve digitális földfelszíni sugárzás, műholdas, internetes vételi módok) a rendelkezésre álló felmérések szerint további 800 ezer háztartást látnak el. A digitális átállás keretében 2010 folyamán hazánk területének 95%-ára terjedt ki a digitális földfelszíni műsorszórás lefedettsége. Az analóg lekapcsolásra szabott törvényi határidő úgy módosult, hogy a lekapcsolást 2012. december 31-ig kell megvalósítani, azonban ha a lekapcsoláshoz szükséges feltételek nem teljesülnek, akkor a lekapcsolás legfeljebb 2014 végéig eltolódhat.



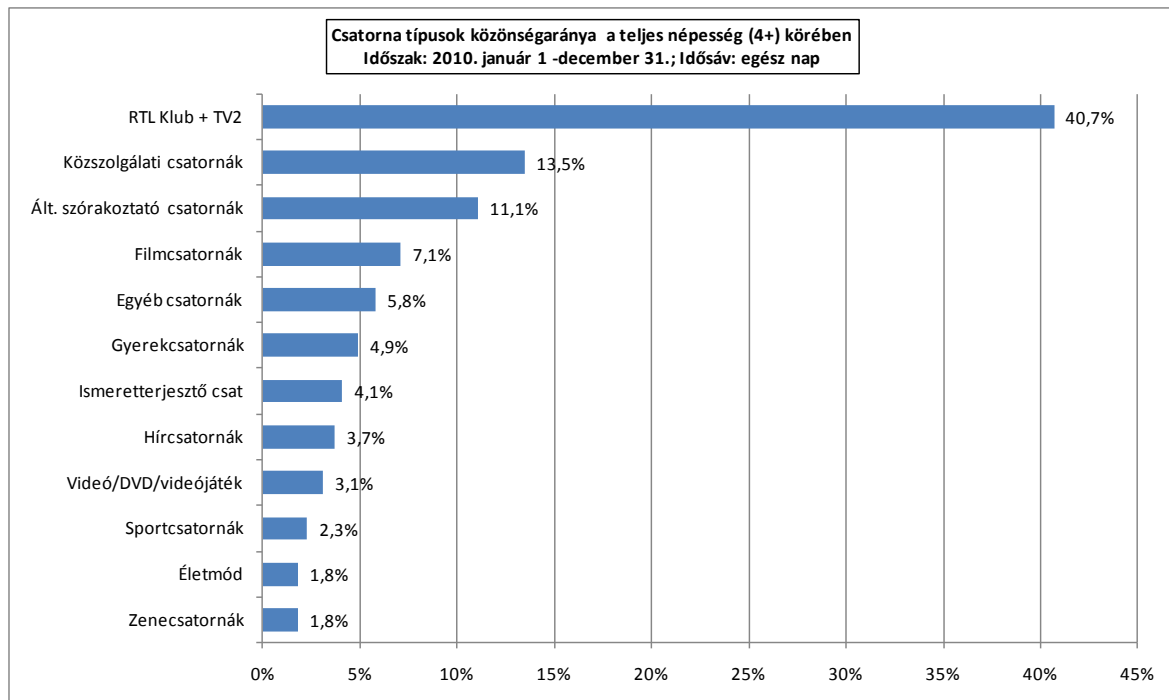
11. ábra

Megemlítendő, hogy a digitális műsorszórási technológiák terén a DVB-H technológia hazai bevezetése nem járt sikerrel, mert 2010 végéig sem indult el a kereskedelmi jellegű DVB-H szolgáltatás. (A három mobilszolgáltató saját infrastruktúráján nyújtott IP alapú mobil TV szolgáltatást, de közülük az egyik már megszüntette azt.) Jelenleg a mobilkészülékeken elérhető televíziós szolgáltatás a vezeték nélküli, IP alapú elérést használja, és a mobilszolgáltatók kínálatában található meg.

### Audiovizuális média

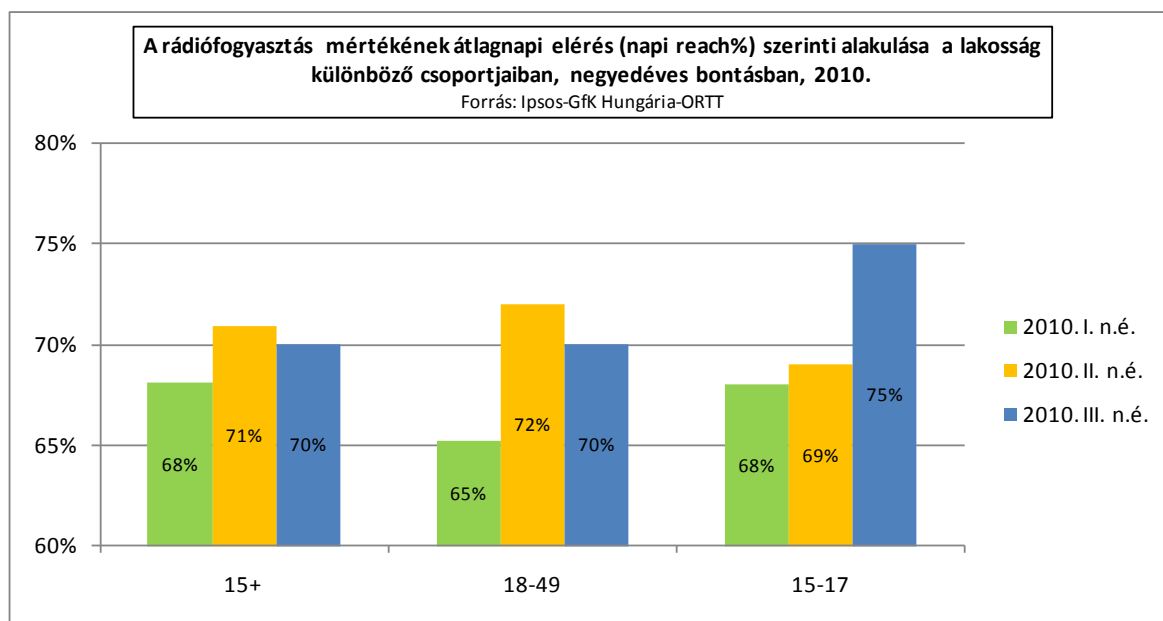
Az audiovizuális média univerzuma a fenti platformokon 2010-ben is jelentős érdeklődésre tartott számot a lakosság körében. Kiemelkedő jelentőséggel bír továbbra is a televíziózás: 2010-ben az AGB Nielsen TV piaci körképének [1] tanúsága szerint 284-re növekedett a napi átlagos tévénézéssel töltött idő percben kifejezve (ATV-mutató), és sok év óta újra öt órát meghaladó szintet értek el a mért adatok. 2010 folyamán öt magyar lakosból csaknem négy kapcsolta be napi rendszerességgel a televíziót. Jelenleg az életkorral párhuzamosan nő a tévénézésre fordított idő is, ám a fiatalok (13-17, ill. 15-24 éves korosztály) körében megfigyelhető relatíve kisebb mutató a lineáris médiafogyasztást érő kihívások nyomán elképzelhető, hogy idősebb korokban nem emelkedik már a mai mintának megfelelő ütemben.

A tévénézési szokások természetesen a csatornák között is mérhető különbséget tesznek: a Mrs. White által az ORTT számára készített médiapiaci gyorsjelentés [6] szerint 2010-ben is kimutatható, hogy a közszolgálati csatornákon átlagosan eltöltött idő alacsonyabb a kereskedelmi csatornákon eltöltötté; sőt, főleg a fiatal korosztályban néhány percre korlátozódik. Számottevő azonban a külföldön bejegyzett adók (ezek között tematikus magyar nyelvű és külföldi csatorna egyaránt megtalálható) térnyerése, épp a legfiatalabbak körében. Így az AGB Nielsen [1] által mért éves összesített közönségarányokban is változások tapasztalhatók 2009-hez képest: a közszolgálati csatornák viszonylag alacsony, 13,7%-os egész éves részesedése változatlan állapotot mutat, a kereskedelmi televíziók 40,7%-os eredménye azonban némi csökkenésről tanúskodik. Ennek megfelelően több mint 2 százalékponttal növekedett a tematikus csatornák által kiharított arány.



12. ábra

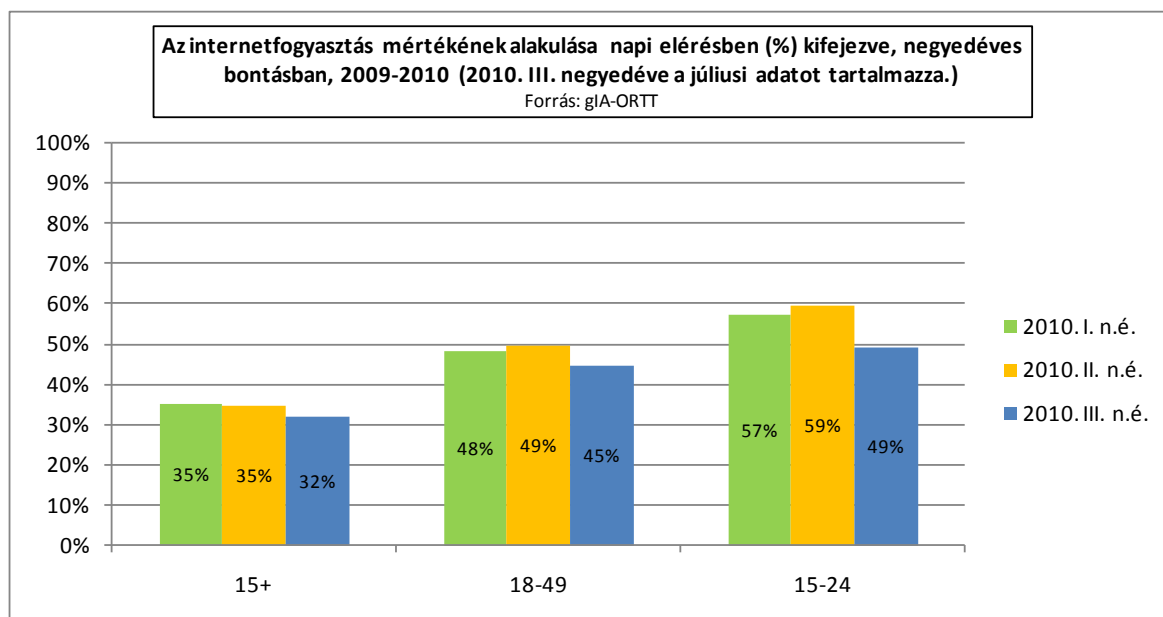
A rádióadókra nagy hatással volt a két kereskedelmi rádiós frekvencia 2009. novemberi kiosztása. Az új kereskedelmi adók indulása, a közönség fokozatos megnyerése a teljes rádiós elérés átmeneti csökkenésén is látszott az év első hónapjaiban. A rádiók napi elérése 2010-ben a korábbiaknál némileg alacsonyabb szinten, a lakosság 70%-a körül alakult, és továbbra is a napi nagyjából 4 óra rádiózás tűnik átlagosnak. Átlagon felüli napi átlagos időadatok jellemzik az idősebb, különösen az 50 év feletti lakosságot, a tizenéves korosztálynál pedig az elérés növekedése figyelhető meg. A legszélesebb elérést a kereskedelmi rádiók, illetve tartalmi bontást illetően a zenei rádiók tudták felmutatni. A közszolgálati csatornák a lakosság csaknem egynegyedét érték el, 2010 folyamán azonban – bár alacsony alapról, de mégis – növekedésnek indult népszerűségük a 15-17 évesek körében.



13. ábra

## Új média

Az internetes médiumok szerepe 2010-ben is növekedett, pozíciójuk egyre jelentősebb a média- és tartalomszolgáltatási palettán. Az elérési adatokban jelentkező szezonális dacára megállapítható, hogy a szolgáltatás penetrációjának nagyjából megfelelő, a rendszeres internethasználók arányát tükröző elérési adatokat mutat a tartalomra koncentráció megközelítés is. A Mrs. White Magyarországi médiapiaci gyorsjelentésének [6] adatai szerint a legszélesebb elérést a keresőoldalak után a közösségi portálok mutathatják fel, ezeket a fogyasztói szolgáltatások és a hírek követik. A fiatal, 15-24 éves korosztályban már folyamatosnak mondható az 50% körüli vagy afeletti rendszeres elérés – minden második személy rendszeres felhasználó –, és ebben a körben már a közösségi portálok számítanak az elsődleges célpontnak. Hírekről a lakosság 20-25%-a tájékozódik az internet segítségével. 2010-ben az interneten töltött idő közel napi 3,5 órát tett ki, ami már nagyságrendileg is megfelel az egyéb médiumokra fordított időnek.

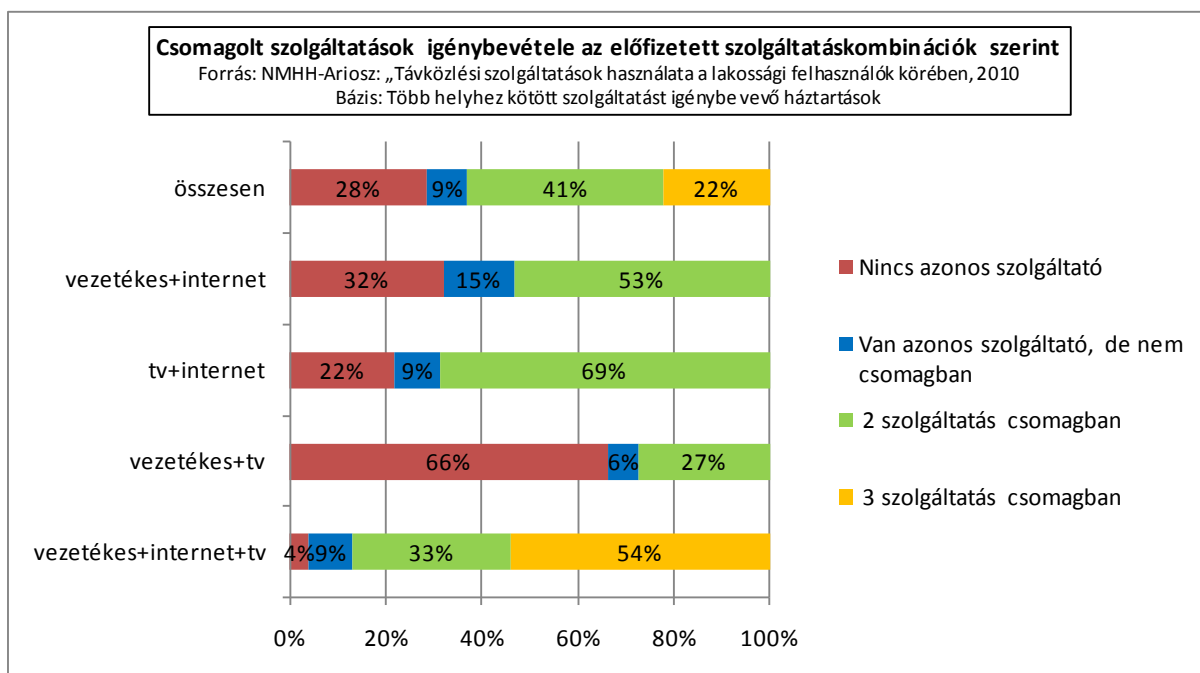


14. ábra

## Szolgáltatói innováció

A média- és hírközlési piac változatosságát és sokszínűségét az eltérő technológiai platformokon nyújtott versengő szolgáltatói ajánlatok adják. A hazai piacon is érezhető volt a világméretű trendek hatása, amire a szolgáltatók is válaszoltak.

A kiskereskedelmi piacokon a szolgáltatói ajánlatok **csomagokban való értékesítése** a 2010-es év folyamán is sikerrel zajlott, olyannyira, hogy az NMHH lakossági felmérési adatainak [2] tanúsága szerint már 1 600 000 háztartás vesz igénybe valamilyen csomagot. Ahol három vezeték nélküli szolgáltatás (telefon, fizetős tévé és internet) is megtalálható, már 54% azok aránya, akik ezt hármas, „triple-play” csomagban veszik igénybe, és az évi rendszeres lakossági felmérés adatai alapján a legnagyobb szolgáltatók mindegyikénél 80% felett van a kettő vagy több szolgáltatást igénybe vevők körében a csomagra előfizetők aránya. A 2010-es év fejleménye volt az első hazai „quadruple-play” (a mobiltelefonnal kiegészülő) csomag megjelenése a piacon, az ilyen szempontból egyedülként pozícionált Magyar Telekom kínálatában.



15. ábra

Folytatódott a **konzolidáció** az internet-szolgáltatásban: 2010 novemberében jelentették be a vezetékes internet üzletág legfontosabb eseményét az év során: az Invitel felvásárolta a Fibernetet, az eszköz- és ügyfélállomány egyharmada pedig a UPC tulajdonába kerül. Az ADSL üzletág korábbi, a Drávanet részére történt eladása után a TVNetwork kábeltelevíziós érdekeltségeit is értékesítette a résztulajdonos Digi részére.

A média- és a hírközlési piac közti konvergencia mutatkozik meg a **vertikális integráció** irányában tett lépésekben. A műsorterjesztésben érdekelt szolgáltatók nyitása a tartalom előállítására felé nem újkeletű: a magyar televíziós piacon már évek óta jelen van a kábeltelevízió-szolgáltatást is nyújtó UPC (Liberty Global) tematikus csatornakinálata. 2009 végén elindultak a Magyar Telekom vállalatcsoport OzoneNetwork és LifeNetwork című tematikus csatornái is. A tematikus csatornák sikeréhez hozzájárul, hogy kölcsönösen megjelennek a műsorterjesztési piac nagy szolgáltatók által üzemeltetett platformjain.

Nagyobb újdonságot jelent a hazai piacon a **horizontális integráció**. A hírközlési szolgáltatók közül a Magyar Telekom szélesítette legdinamikusabban a termékpalettáját egyéb iparágak szolgáltatásainak értékesítése terén, 2010 folyamán nyitott például egy hasonlóan hálózatos iparági szolgáltatás, az energiaellátás felé.

### Új hatóság, új szabályozás

A piaci áttekintésből látható, hogy a hazánkban 2010-ben létrejött új, konvergens hatóság által képviselt iparági megközelítésnek létjogosultsága egyre erősebb. Hazánk tudás alapú társadalomba való minél gyorsabb, és minél szélesebb rétegek helyzetét és lehetőségeit javító átmenete érdekében az NMHH különös gondot fordít a lakosság érdekeinek érvényesítésére egy egyre inkább konvergens média- és hírközlési piacon. Ezt szem előtt tartva igyekszik a rá bízott feladatokat a legmagasabb szakmai színvonalon, szabályozói eszközrendszere segítségével ellátni a piaci verseny jótékony hatásainak, a szűkösen rendelkezésre álló erőforrások hatékony kihasználásának és a fenntartható iparági fejlődés előmozdítása végett.

## Hivatkozott források

1. **AGB Nielsen:** *TV piaci körkép – 2010 vs. 2009.* [AGBNielsen.com](http://AGBNielsen.com), 2011. január 18.
2. **Ariosz:** *Távközlési szolgáltatások használata a lakossági felhasználók körében 2010.* Készült az NMHH megrendelésére.
3. **Bell Research:** *Magyar Infokommunikációs Jelentés (Hungarian ICT Report),* 2010.
4. **GfK Hungária:** „A digitális fogyasztó másképp dönt...” [GfK.hu](http://GfK.hu), 2011. február 11.
5. **GKleNET:** „E-kereskedelem mobilról – 2010-ben már okostelefonról is intenzíven vásároltunk” [GKleNET.hu](http://GKleNET.hu), 2011. január 13.
6. **Mrs. White:** *Magyarországi médiapiaci gyorsjelentés, 2010/II.* 2010. július. Készült az ORTT megrendelésére.
7. **Szonda-Ipsos:** *Felhasználók és szolgáltatók – Fogyasztói participáció a vezetékes, mobil távközlési, az Internet és a havidíjas televíziós műsorszórási piacokon.* 2010. július. Készült az NHH megrendelésére.



## A munkatervi feladatok

Az NMHH 2011. évi munkatervét a hazai jogszabályi változások, az EU-s irányelvek és a 2010. évben tapasztalt média- és hírközléspiari tendenciák figyelembe vételével alakította ki.

A munkaterv az egyes szakterületek napi feladatainak elvégzésén túlmutató olyan átfogó feladatokat tartalmaz, amelyek a 2011. évben kiemelkedő jelentőséggel bírnak a média- és hírközlési piacra vonatkozóan. A munkatervben egyaránt találunk eljárásrendi, stratégiai és háttértámogatással kapcsolatos feladatokat is.

Így a Hatóság működési kereteit adó törvények, a már publikált piacfelügyeleti terv és az éves munkaterv együttes ismerete alapján a Közvélemény pontos képet alkothat az NMHH 2011. évi tevékenységéről, melyet **a közösség szolgálata**, mint konkrét feladatokon átívelő intézményi cél fog meghatározni.

A felső szintű célkitűzéseket mintegy 40 konkrét, személyi felelőshöz köthető részfeladatra bontjuk, majd a Hatóság minden szervezeti egysége megtervezi, hogy milyen „akciókkal” járul hozzá ezek teljesüléséhez. Végül a főosztályi szintű feladatok a munkatársak egyéni teljesítményértékelési célkitűzéseiben is megjelennek, ezáltal biztosítva a Hatóság egységes és célirányos működését.



A fentieknek megfelelően az NMHH az alábbi kiemelten fontos, stratégiai feladatokat határozta meg:

- 1 Az új Médiatörvény előírásainak átültetése a hatósági gyakorlatba
- 2 Piacelemzési eljárások lefolytatása
- 3 Szabályozási eszközök felülvizsgálata, bővítése, fejlesztése
- 4 Kiemelt szakmai stratégiák megalkotása
- 5 Frekvenciagazdálkodás, frekvenciapályázatok lebonyolítása
- 6 Az analóg földfelszíni televíziós műsorszórás lekapcsolásának előkészítése
- 7 Az NMHH információs rendszereinek bővítése, megújítása
- 8 A média- és hírközlési szolgáltatásokhoz kapcsolódó felhasználói tudatosság növelése
- 9 A Hatóság hazai és nemzetközi kapcsolatainak fejlesztése

## A 2011. évi stratégiai feladatok áttekintése

### 1. Az új Médiatörvény előírásainak átültetése a hatósági gyakorlatba

Az új Médiatörvény hatályba lépését követően az ennek megfelelő belső és külső eljárási- és munkarend kialakítása.

Részfeladatok
1.1 A médiatörvénynek megfelelő egységes belső hivatali eljárási rend kialakítása
1.2 A médiatörvénynek megfelelő nyilvántartási és eljárási munkarend kialakítása
1.3 A médiatörvény által bevont új médiaplatformok integrálása a monitoring tevékenységbe
1.4 A médiapiaccal összefüggő alapvető információk publikálásának megújítása
1.5 A médiatörvény által az érintett szolgáltatók részére biztosított konzultációk rendjének kialakítása
1.6 A Nemzeti Audiovizuális Archívum kezelésének átvétele és integrálása



### 2. Piacellenzési eljárások lefolytatása

A hírközlési piacok szükség szerinti szabályozása piacelemzési határozatokkal, figyelembe véve az Európai Bizottság releváns szabályozói ajánlásait, valamint a piacelemzés keretében készült megalapozó elemzéseket.

Részfeladatok
2.1 Helyhez kötött hang piacokkal kapcsolatos 3 határozat kiadása
2.2 Szélessávú piacokkal kapcsolatos 2 határozat kiadása
2.3 Mobil piaci határozat kiadása
2.4 Bérelt vonali piacokkal kapcsolatos 2 határozat kiadása
2.5 Műsorterjesztési piaci határozat kiadása

### 3. Szabályozási eszközök felülvizsgálata, bővítése, fejlesztése

A hírközlési piacok szabályozásához szükséges a megfelelő eszközök aktualizálása, amelyek a változó piaci folyamatokhoz a legjobban illeszkednek.

#### Részfeladatok

- 3.1 Új hírközlési technológiák szabályozási vonzatainak vizsgálata
- 3.2 Közgazdasági szabályozási rendszer korszerűsítése a konvergencia elveinek beépítésével
- 3.3 A liberalizált piaci feltételeknek megfelelő postai árszabályozási modell kidolgozása
- 3.4 BU LRIC modell építése a vezetékes hívásvégződtetés nagykereskedelmi árának kialakítására
- 3.5 A médiapiacokra vonatkozó piacelemzési módszertan kidolgozása (kiemelten a JBE azonosítás és a közönségarány mérés)
- 3.6 Új médiákkal kapcsolatos szabályozási alapelvek kialakítása

### 4. Kiemelt szakmai stratégiák megalkotása

Az egyes szakpolitikákhoz illeszkedő, az elkövetkezendő évekre vonatkozó középtávú stratégiák megalkotása.

#### Részfeladatok

- 4.1 Piacszabályozási stratégia kidolgozása a 2011-2015 közötti időszakra
- 4.2 Rádióspektrum stratégia kidolgozása a 2011-2015 közötti időszakra
- 4.3 A Kormányzati Postastratégia kidolgozásában való szakmai szakértői közreműködés
- 4.4 Az Egységes Belföldi Számozási rendszer (EBSZ) bevezetési stratégiájának felülvizsgálata
- 4.5 Közreműködés az új európai szabályozási keretrendszer implementálásában
- 4.6 Médiatanácsai ajánlások kidolgozása

### 5. Frekvenciagazdálkodás, frekvenciapályázatok lebonyolítása

A sávértékesítési, valamint az analóg műsorszórási pályázatok előkészítéséhez szükséges műszaki, jogi és adminisztratív feladatok elvégzése

#### Részfeladatok

- 5.1 Frekvenciadíj rendelet kiadása az üzleti célú mobil szolgáltatásokra
- 5.2 A sávértékesítések (450 MHz, 900 MHz, 1800 MHz, 2,3 és a s 2,6 GHz, 3,7 GHz, 26 GHz) műszaki előkészítő feladatainak elvégzése, pályáztatása
- 5.3 Analóg rádiós műsorszórási frekvenciapályázatok előkészítése, lebonyolítása
- 5.4 A digitális hozadék hasznosítási koncepciójának kidolgozása

## 6. Az analóg földfelszíni televíziós műsorszórás lekapcsolásának előkészítése

A földfelszíni műsorszórás digitalizálása során a lakossági migráció feltételeinek, valamint a hazai és nemzetközi szabályozási elvárásoknak való megfelelés biztosítása.

Az országos analóg lekapcsolás előkészítésének és koordinálásának célja, hogy az analóg földfelszíni televíziós műsorszórás digitális migrációja szakmai szempontból eredményesen és sikeresen záruljon, valamint lehetőséget biztosítson a „digitális hozadék” hatékony hasznosításához.

Fontos, hogy az országos lekapcsolással összhangban megtörténhessen a digitális átállás a helyi és körzeti vételkörzetű földfelszíni televíziós műsorszórók esetében is.

### Részfeladatok

- 6.1 A digitális átállással kapcsolatos frekvenciatervezési és koordinációs feladatok elvégzése
- 6.2 A helyi-körzeti földfelszíni televíziós szolgáltatások digitális átállásának előkészítése
- 6.3 A digitális átállással összefüggő hatósági ellenőrzések lefolytatása
- 6.4 Az országos analóg lekapcsolás előkészítése és koordinálása
- 6.5 Az audiovizuális médiaszolgáltatók szerződéseinek átalakítása hatósági szerződéseké

## 7. Az NMHH információs rendszereinek bővítése, megújítása

Informatikai rendszerek, adatbázisok létrehozása és használatba vétele

### Részfeladatok

- 7.1 A hírközlő hálózatok térinformatikai alapú nyilvántartásának előkészítése
- 7.2 Az EMIR rendszer használatbavétele és működtetése
- 7.3 Piacelemzési és kutatási integrált adatbázis létrehozása
- 7.4 Frekvenciagazdálkodást támogató informatikai rendszer fejlesztése
- 7.5 Elektronikus közszolgáltatások nyilvántartásának létrehozása
- 7.6 Médiaszabályozási ügyek beépítése a Hatósági Információs Rendszerbe
- 7.7 A Médiatudományi Intézettel integráltan együttműködő tudásmenedzsment rendszer kialakítása

## **8. A média- és hírközlési szolgáltatásokhoz kapcsolódó felhasználói tudatosság növelése**

### **Részfeladatok**

- 8.1 A Média- és Hírközlési Biztos hivatalának kialakítása és ügyrendjének meghatározása
- 8.2 A felhasználói tájékoztatás hatékonyságának növelése
- 8.3 A szélessávú szolgáltatások elvárt minőségi paramétereinek felülvizsgálata
- 8.4 Mérési módszerek kifejlesztése szélessávú szolgáltatások minőségi paramétereinek vizsgálatához
- 8.5 Médiafogyasztással kapcsolatos tudatossági programok indítása

## **9. A Hatóság hazai és nemzetközi kapcsolatainak fejlesztése**

### **Részfeladatok**

- 9.1 A hazai társhatóságokkal való együttműködés kereteinek meghatározása
- 9.2 Az európai hírközlési (BEREC), illetve postai szabályozó szervezet (ERGP) tevékenységében való aktív részvétel feltételrendszerének kialakítása
- 9.3 Konvergens szabályozó hatóságokkal való szakmai együttműködés létrehozása
- 9.4 Magyar álláspont előkészítés a Rádiótávközlési Világértekezlet (WRC) és az európai rádióspektrum munkacsoport (RSPG) számára
- 9.5 Információ-átadási rendszer kialakítása a nemzetközi szakértői tevékenység során szerzett tudás integrálására