

CHANGING LEGACY OF CABLE TV DISTRIBUTION

The changing legacy and landscape of Cable TV distribution over the past decade is articulated vividly in the feature giving a varied insight on the cable TV market.

Part - II

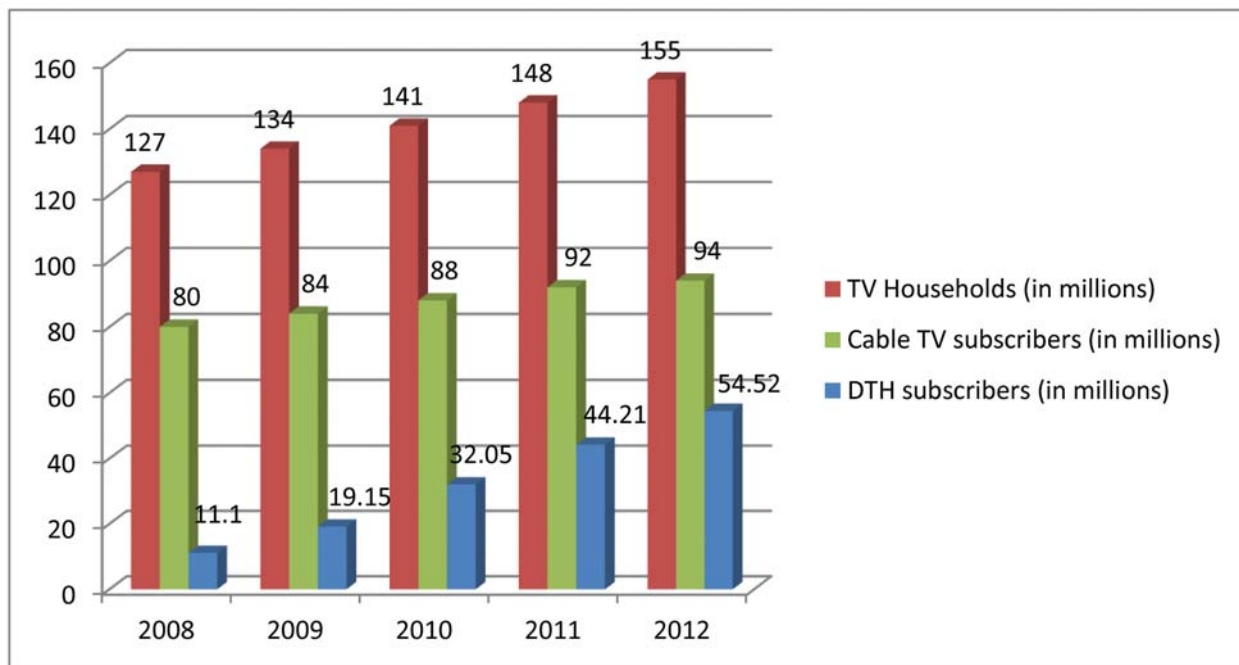
Monopoly/market dominance generally leads to deterioration in quality of service in the long run. Also, with monopoly/ market dominance, there would be a lack of incentive for making additional investments towards new technologies/innovations. As a part of regulatory framework for the DAS, TRAI has issued regulations on the Quality of Service and Consumer Complaint Redressal framework. These regulations cover provisions for connection, disconnection, transfer and shifting of cable TV services. It also prescribes the procedure for billing and handling of subscribers' complaints. A situation of fair competition would compel operators to offer better quality of service in order to differentiate themselves.

केबल टीवी वितरण की बदलती विरासत

पिछले एक दशक में केबल टीवी वितरण की बदलती विरासत और परिदृश्य को इस फीचर में स्पष्ट रूप से व्यक्त किया गया है, जो केबल टीवी बाजार पर विविध जानकारी देता है।

भाग - II

एकाधिकार/बाजार प्रभुत्व आम तौर पर लंबे समय में सेवा की गुणवत्ता में गिरावट का कारण बनता है। इसके अलावा एकाधिकार/बाजार प्रभुत्व के साथ, नयी तकनीकियों/नवाचारों की दिशा में अतिरिक्त निवेश करने के लिए प्रोत्साहन की कमी होगी। डीएस के लिए एक नियामक ढांचे के एक हिस्से के रूप में ट्राई ने सेवा की गुणवत्ता और उपभोक्ता निवारण ढांचे पर नियम जारी किये हैं। इन विनियमों में केबल टीवी सेवाओं के कनेक्शन, वियोग, स्थानांतरण और बदलाव के प्रावधान शामिल हैं। यह ग्राहकों की शिकायतों की विलिंग और निपटान की प्रक्रिया भी निर्धारित करता है। निष्पक्ष प्रतिस्पर्धा की स्थिति ऑपरेटरों को खुद को अलग दिखाने के लिए बेहतर गुणवत्ता वाली सेवा प्रदान करने के लिए मजबूर करेगी।



CABLE TV DISTRIBUTION

It may be argued that due to availability of multiple distribution platforms a monopoly of a single platform like cable TV cannot arise. Presently, the multiple TV channel distribution platforms in India are cable TV, DTH, IPTV and HITS. Penetration of IPTV is very low. HITS is just in the process of starting operations. Thus, there are primarily two distribution platforms viz. cable TV and DTH.

Though DTH has emerged as an alternate to Cable TV and its subscriber base is growing at a faster rate compared to cable TV, the percentage of cable TV homes is significantly larger vis-à-vis DTH subscribers. Cable TV subscribers constitute approximately 60% of the total TV homes in the country, whereas the share of DTH is about 35% (Figure 1.2). DTH operates on a national basis and transmits all channels throughout the country irrespective of variations in demand of channels in different markets. Cable TV networks on the other hand operate on a regional basis and can choose channels to be supplied according to the demand in the area served. In the pay DTH sector, there are six major players providing services on a national basis. In contrast, Cable TV operators are limited in a particular area and in most cases the customer is served by a single local cable operator. On the technical front also, there are differences between DTH and cable TV in terms of the number of channels the platform can support, acquisition cost for the consumer, type of services supported etc.

In sum, though DTH and cable TV are competing platforms, they are not perfect substitutes of each other and their operating circumstances and environment vary significantly. Hence, the monopoly/market dominance issue in cable TV continues to be of significance, if only because of the sheer size of the cable TV segment in the overall distribution market.

PRESENT STATUS OF THE INDIAN CABLE TV INDUSTRY

The cable TV operations are governed by the Cable Television Networks (Regulation) Act, 1995, (hereinafter referred to as the Cable TV Act) and the Cable Television Networks Rules, 1994 (hereinafter referred to as the Cable TV Rules).

The Cable Television business observed hyper-growth in 1990 with the demand for foreign channels during the Gulf war. The economic liberalization in 1991 that simplified the process to procure and install satellite antenna further fueled the growth. The launch of Star TV and Zee TV in 1992 further fueled the spread of cable TV. According to a study conducted by the market research firm, Frank

यह तर्क दिया जा सकता है कि एकाधिकार वितरण प्लेटफॉर्मों की उपलब्धता के कारण केवल टीवी जैसे एकल प्लेटफॉर्म का एकाधिकार उत्पन्न नहीं हो सकता है। वर्तमान में, भारत में कई टीवी चैनल वितरण प्लेटफॉर्म केवल टीवी, डीटीएच, आईपीटीवी व हिट्स हैं। आईपीटीवी की पहुंच बहुत कम है, हिट्स अभी परिचालन शुरू करने की प्रक्रिया में है। इस प्रकार मुख्य रूप से दो वितरण प्लेटफॉर्म हैं। केवल टीवी और डीटीएच।

हालांकि डीटीएच केवल टीवी के विकल्प के रूप में उभरा है और इसका ग्राहक आधार केवल टीवी की तुलना में तेजी से बढ़ रहा है, केवल टीवी घरों का प्रतिशत डीटीएच ग्राहकों की तुलना में काफी बड़ा है। देश में कुल टीवी घरों में केवल टीवी ग्राहकों की संख्या लगभग 60% है जबकि डीटीएच की हिस्सेदारी लगभग 35% है (चित्र 1.2)। डीटीएच राष्ट्रीय आधार पर संचालित होता है और विभिन्न बाजारों में चैनलों की मांग में भिन्नता के बावजूद पूरे देश में सभी चैनलों को प्रसारित करता है। दूसरी ओर केवल टीवी नेटवर्क क्षेत्रीय आधार पर काम करते हैं और आपूर्ति किये जाने वाले क्षेत्र में मांग के अनुसार आपूर्ति किये जाने वाले चैनलों का चयन कर सकते हैं। पे डीटीएच क्षेत्र में छह प्रमुख खिलाड़ी राष्ट्रीय आधार पर सेवाएं प्रदान कर रहे हैं। इसके विपरीत, केवल टीवी ऑपरेटर एक विशेष क्षेत्र तक सीमित हैं और ज्यादातर मामलों में ग्राहक को एक ही स्थानीय केवल ऑपरेटर द्वारा सेवा प्रदान की जाती है। तकनीकी मोर्चे पर भी, डीटीएच और केवल टीवी के बीच प्लेटफॉर्म द्वारा समर्थित चैनलों की संख्या, उपभेक्ता के लिए अधिग्रहण लागत, समर्थित सेवाओं के प्रकार आदि के संदर्भ में अंतर है।

संक्षेप में हालांकि डीटीएच ओर केवल टीवी प्रतिस्पर्धी प्लेटफॉर्म हैं, लेकिन वे एक दूसरे के सही विकल्प नहीं हैं और उनकी परिचालन परिस्थितियां और वातावरण काफी भिन्न है। इसलिए केवल टीवी में एकाधिकार/बाजार प्रभुत्व का मुद्दा अभी भी महत्वपूर्ण बना हुआ है, यह सिर्फ केवल समग्र वितरण बाजार में केवल टीवी खंड के विशाल आकार के कारण ही।

भारतीय केबल टीवी उद्योग की वर्तमान स्थिति

केबल टीवी परिचालन केवल टेलीविजन नेटवर्क (विनियम) अधिनियम 1995 (इसके बाद केबल टीवी अधिनियम के रूप में संदर्भित) और केबल टेलीविजन नेटवर्क नियम, 1994 (इसके बाद केबल टीवी नियम के रूप में संदर्भित) द्वारा शासित होते हैं।

खाड़ी युद्ध के दौरान विदेशी चैनलों की मांग के साथ 1990 में केबल टेलीविजन व्यवसाय में अत्यधिक वृद्धि देखी गयी। 1991 में आर्थिक उदारीकरण ने सैटेलाइट एंटीना की खरीद और स्थापना की प्रक्रिया को सरल बना दिया जिससे विकास को और बढ़ावा मिला। 1992 में स्टार टीवी और जी टीवी के लॉन्च ने केबल टीवी के प्रसार को और बढ़ावा दिया। बाजार शोध कंपनी फ्रैंक सॉल (स्टार टीवी के लिए किया गया अध्ययन) द्वारा किये गये एक अध्ययन के अनुसार जनवरी 1992 में

CABLE TV DISTRIBUTION

Small (study conducted for Star TV), from a mere 412,000 cable TV homes in January 1992, the number of cable homes went up to 1.2 million by November 1992. Subsequently, as the demand and supply for television channels increased significantly, many cable operators came together and joined hands to reap benefits from economies of scale and attain a better negotiating power.

With the introduction of DAS, Government has amended the Cable Television Networks Rules by issuing the Cable Television Networks (Amendment) Rules, 2012 on 28th April 2012, according to which a MSO operating in DAS notified areas is required to obtain necessary permission from MIB in addition to registering as a cable operator. Under sub-section (1) of section 4 of the Cable TV Act, for operating a cable television network, a person is required to register as a cable operator with the registering authority. The Head Postmaster of the Head Post Office of the local area has been notified as the registering authority for local cable operators.

The Cable TV Act and the Cable TV Rules do not restrict the number of MSOs/LCOs operating in any specific area. There are a few large MSOs which operate in multiple states/Union territories, while other MSOs operate either on a regional level or in a smaller area. In the initial stages of digitization, MSO registrations were given for specific city, town, state, or PAN India, in DAS notified areas as mentioned by the applicant MSO. However, vide a circular dated 27th January 2017, MIB conveyed that all registered MSOs are free to operate in any part of the country.

With the implementation of DAS, the business model of MSOs has undergone a change. Earlier, Local Cable Operators could insert local television channels/ platform channels. However, pursuant to implementation of DAS, all the channels received from MIB Circular no 2/108/ 2015-DAS dated 27th January 2017 the broadcasters, or the platform channels are to be encrypted together by the MSO before transmission to the LCO of the consumers. The MSO maintains a Subscriber Management System (SMS) where details about each customer and his/her channel preferences are stored. All the channels are now decrypted at the customer end through a set top box (STB) configured by the MSO, as per the authorisation via CAS/SMS. Therefore, in the DAS environment, MSOs maintain the record of consumers and their preferences.



केवल 412,000 केवल टीवी घरों से नवंबर 1992 तक केवल टीवी घरों की संख्या 1.2 मिलियन हो गयी। टेलीविजन चैनलों की मांग और आपूर्ति में उल्लेखनीय वृद्धि हुई, कई केवल ऑपरेटर एकसाथ आये और पैमाने की अर्थव्यवस्थाओं से लाभ उठाने और बेहतर बातचीत शक्ति प्राप्त करने के लिए हाथ मिलाया।

डीएस के शुरुआत के साथ सरकार ने 28 अप्रैल 2012 को केवल टेलीविजन नेटवर्क (संशोधन) नियम, 2012 जारी करके केवल टेलीविजन नेटवर्क नियमों में संशोधन किया है जिसके अनुसार डीएस अधिसूचित क्षेत्रों में काम करने वाले एमएसओ को केवल ऑपरेटर के रूप में पंजीकरण करने के अलावा एमआईवी से आवश्यक अनुमति प्राप्त करनी आवश्यक थी। केवल टीवी अधिनियम की धारा 4 की उपधारा (1) के तहत केवल टेलीविजन नेटवर्क संचालित करने के लिए एक व्यक्ति को पंजीकरण प्राधिकारों के साथ केवल ऑपरेटर के रूप में पंजीकृत होना आवश्यक है। स्थानीय क्षेत्र में प्रधान डाकघर के प्रमुख डाकपाल को स्थानीय केवल ऑपरेटरों के लिए पंजीकरण प्राधिकारी के रूप में अधिसूचित किया गया है।

केवल टीवी अधिनियम और केवल टीवी नियम किसी विशिष्ट क्षेत्र में कार्यरत एमएसओ/एलसीओ की संख्या को प्रतिबंधित नहीं करते हैं। कुछ बड़े एमएसओ हैं जो कई राज्यों/केंद्र शासित प्रदेशों में काम करते हैं, जबकि अन्य एमएसओ या तो क्षेत्रीयस्तर पर या छोटे क्षेत्र पर काम करते हैं, जबकि अन्य एमएसओ या तो क्षेत्रीयस्तर पर या छोटे क्षेत्र में काम करते हैं। डिजिटलीकरण के शुरुआती चरणों में, आवेदक एमएसओ द्वारा उल्लिखित डीएस अधिसूचित क्षेत्रों में विशिष्ट शहर, कस्बे, राज्य या पैन इंडिया के लिए एमएसओ पंजीकरण दिये गये थे। हालांकि 27 जनवरी 2017 को एक परिपत्र के माध्यम से एमआईवी ने बताया कि सभी पंजीकृत एमएसओ देश के किसी भी हिस्से में काम करने के लिए स्वतंत्र हैं।

डीएस के कार्यान्वयन के साथ एमएसओ के व्यवसाय मॉडल में बदलाव आया है। इससे पहले, स्थानीय केवल ऑपरेटर स्थानीय टेलीविजन चैनल/प्लेटफॉर्म चैनल डाल सकते थे। हालांकि डीएस के कार्यान्वयन के अनुसार प्रसारकों से प्राप्त सभी चैनल या प्लेटफॉर्म चैनल को उपभोक्ताओं के एलसीओ तक ट्रांसमिशन से पहले एमएसओ द्वारा एन्क्रिप्ट किया जाना है। एमएसओ एक सक्सक्राइबर मैनेजमेंट सिस्टम (एसएमएस) रखता है जहां प्रत्येक ग्राहक और उसकी चैनल प्राथमिकताओं के बारे में विवरण संग्रहीत होते हैं। सीएस/एसएमएस के माध्यम से प्राधिकरण के अनुसार, सभी चैनल अब एमएसओ द्वारा कॉन्फिगर किये गये सेट टॉप बॉक्स (एसटीवी) के माध्यम से ग्राहक के घर में डिक्लिप्ट किये गये हैं। इसलिए डीएस परिवेश में एमएसओ उपभोक्ताओं और उनकी प्राथमिकताओं का रिकॉर्ड बनाये रखते हैं।

IMPACT OF NEW REGULATORY FRAMEWORK ON MARKET STRUCTURE

Previously (prior to 2017), many MSOs faced serious competitive pressure due to discriminatory pricing and discounting strategies adapted by the broadcasters. It was very hard for small- and medium-sized MSOs to negotiate competitive deals with broadcasters. Though the then extant regulations provided for Reference Interconnect Offer (RIO) based pricing mechanism, the same was made infructuous through negotiated fixed fee deals. Widespread discrimination prevailed in the market. Several other malpractices prevailed in the market like tax avoidance and poor tax compliance, non-provisioning of consumer choice, discriminatory demands for carriage fee, etc., in the old framework.

TRAI issued the new regulatory framework for the broadcasting sector on 3rd March 2017, which was implemented in December 2018. This new regulatory framework has been quite effective in maintaining level-playing-field, reducing litigations among stakeholders, and providing fair opportunities to smaller MSOs. As per the 2017 regulatory framework, broadcasters have been mandated to publish an RIO giving transparent and non-discriminatory terms, including discounts (if any) based on measurable parameters. This enables every distributor in getting non-discriminatory deals on a transparent basis. Broadcasters are mandated to enter into agreements with the distributors based on RIO.

Distributors are empowered as under the 'must provide' provision. They can now sign and send the RIO published by any broadcaster and it is treated as a binding agreement. The framework provides for Network Capacity fee (NCF) as the subscription revenue. Such revenue accrues to the MSO for its own efforts/service rendered.

The TV broadcasting sector encompasses 357 broadcasters⁵ as on 31st August 2021. Further, there are 1733 registered MSOs⁶ as on 1st September 2021, approximately 1,55,303 cable operators as on March 2021⁷, 1 HITS operator⁷, 4 pay DTH operators⁷ and few IPTV operators⁷, in addition to the public service broadcaster – Doordarshan—providing a free-to-air DTH service in India.

The Government has adopted a transparent licensing framework for private satellite channels. As a result, the number of satellite TV channels grew exponentially during the last two decades. There are 9125 private satellite TV channels as on 31st August 2021 permitted by the MIB. These channels comprise of Three hundred & Eighty-Eight⁵ (388) news and current affairs channels and Five Hundred

बाजार संरचना पर नये नियामक ढांचे का प्रभाव

पहले (2017 से पहले), कई एमएसओ को प्रसारकों द्वारा अपनायी गयी भेदभावपूर्ण मूल्य निर्धारण और छूट की रणनीतियों के कारण गंभीर प्रतिस्पर्धी दबाव का सामना करना पड़ रहा था। छोटे और मध्यम आकार के एमएसओ के लिए प्रसारकों के साथ प्रतिस्पर्धी सौदों पर बातचीत करना बहुत कठिन था। हालांकि तत्कालिन मौजूदा विनियम रेफरेंस इंटरकनेक्शन ऑफर (आरआईओ) आधारित मूल्य निर्धारण तंत्र के लिए प्रदान किये गये थे, लेकिन बातचीत के जरिए निश्चित शुल्क सौदों के माध्यम से इसे निष्फल बना दिया गया था। बाजार में व्यापक भेदभाव व्याप्त था। पुराने ढांचे में कर चोरी और खराब का अनुपालन, उपभोक्ताओं की पसंद का प्रावधान न करना, कैरिज शुल्क के लिए भेदभावपूर्ण मांग आदि जैसे कई कदाचार बाजार में व्याप्त थे।

ट्राई ने 3 मार्च 2017 को प्रसारण क्षेत्र के लिए नया नियामक ढांचा जारी किया जिसे दिसंबर 2018 में लागू किया गया था। यह नियामक ढांचा समानस्तर के खेल के मैदान को बनाये रखने, हितधारकों के बीच मुकदमेवाजी को कम करने और छोटे एमएसओ को उचित अवसर प्रदान करने में काफी प्रभावी रहा। 2017 के नियामक ढांचे के अनुसार प्रसारकों के मापने योग्य मापदंडों के आधार पर छूट (यदि कोई हो तो) सहित पारदर्शी और गैर-भेदभावपूर्ण शर्तें देते हुए एक आरआईओ प्रकाशित करना अनिवार्य है। यह प्रत्येक वितरक को पारदर्शी आधार पर गैर-भेदभावपूर्ण सौदे प्राप्त करने में सक्षम बनाता है। प्रसारकों को आरआईओ के आधार पर वितरकों के साथ समझौता करना अनिवार्य है।

वितरकों को 'अवश्य प्रदान करें' प्रावधान के तहत सशक्त बनाया गया है। अब वे किसी भी प्रसारक द्वारा प्रकाशित आरआईओ पर हस्ताक्षर कर सकते हैं और भेज सकते हैं और इसे एक वाध्यकारी समझौते के रूप में माना जाता है। यह ढांचा सदस्यता राजस्व के रूप में नेटवर्क क्षमता शुल्क (एनसीएफ) प्रदान करता है। ऐसा राजस्व एमएसओ को उसके स्वयं के प्रयासों/प्रदान की गयी सेवा के लिए अर्जित होता है।

टीवी प्रसारण क्षेत्र में 31 अगस्त 2021 तक 357 प्रसारक शामिल हैं। इसके अलावा 1 अगस्त 2021 तक 1733 पंजीकृत एमएसओ, मार्च 2017 तक लगभग 1,55,303 केवल ऑपरेटर, 1 हिट्स ऑपरेटर, 4 पे डीटीएच ऑपरेटर और कुछ आईपीटीवी ऑपरेटर हैं। सार्वजनिक सेवा प्रसारक के अलावा दूरदर्शन-भारत में फ्री-टू-एयर डीटीएच सेवा प्रदान कर रहा है।

सरकार ने निजी सैटेलाइट चैनलों के लिए एक पारदर्शी लाइसेंसिंग ढांचा अपनाया है। परिणामस्वरूप पिछले दो दशकों के दौरान सैटेलाइट टीवी चैनलों की संख्या में तेजी से बढ़ोतरी हुई है। 31 अगस्त 2021 तक एमआईवी द्वारा 912 निजी सैटेलाइट टीवी चैनलों को अनुमति दी गयी। इन चैनलों में 388 समाचार और समसामयिक मामलों के चैनल और पांच सौ चौबीस (524) गैर समाचार व समसामयिक मामलों के चैनल शामिल हैं।

CABLE TV DISTRIBUTION

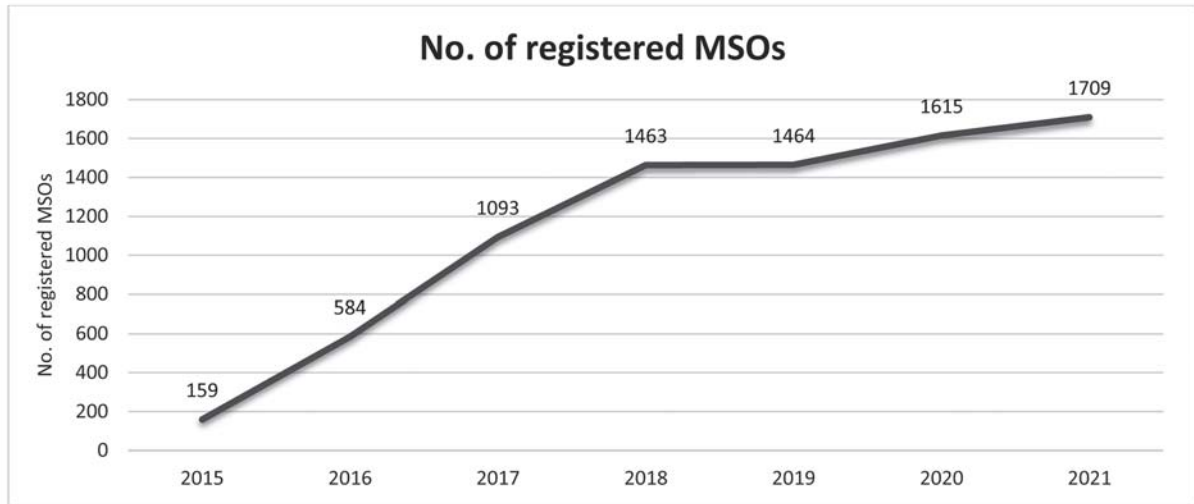


Figure 2.2: Rapidly increasing number of registered MSOs

and Twenty-Four (524) non-news and current affairs channels.

At the end of March 2021, there are estimated 184.14 million TV households which are being served by the cable TV services, DTH services, HITS services, IPTV services in addition to a terrestrial TV network of Doordarshan. The pay TV universe consists of around 73 million Cable TV subscribers 2,70.99 million total active DTH subscribers⁷ and 2.15 million HITS subscribers. In addition, there are 38 million subscribers² of Free-to-Air DTH Service and terrestrial TV services provided by Doordarshan. Further, as per the data shared by the service providers with TRAI in May 2021, top 14 MSOs of the sector serve approximately 45.7 million customers.

It is pertinent to note that the number of registered MSOs has increased significantly from around 160 at the beginning of 2015 to 1733 in September 2021. Figure 2.2 shows the pattern of increase in the number of registered MSOs:

Further, Table 2.1 below lists some of the major MSOs along with areas of their operation having a subscriber base of more than one million at the end of March 2021.

In addition, there are 4 pay DTH operators offering DTH service in India. Table 2.2 below lists out these DTH operators along with their total active subscriber base and the areas of their operation:

From Table 2.1 and Table 2.2, one may aver that as multiple distribution platforms are available, the potential monopoly of a single service provider like a MSO is unlikely.

मार्च 2021 के अंत में अनुमानित 184.14 मिलियन टीवी घर हैं जिन्हें दूरदर्शन के टेरस्ट्रियल टीवी नेटवर्क के अलावा केवल टीवी सेवाओं, डीटीएच सेवाओं, हिट्स सेवाओं, आईपीटीवी सेवाओं द्वारा सेवा प्रदान की जा रही है। पे टीवी जगत में 73 मिलियन केवल टीवी ग्राहक, 70.99 मिलियन कुल सक्रिय डीटीएच ग्राहक और 2.15 मिलियन हिट्स ग्राहक शामिल हैं। इसके अलावा दूरदर्शन द्वारा प्रदान की जाने वाली फ्री-टू-एयर डीटीएच सेवा और टेरस्ट्रियल टीवी सेवाओं के 38 मिलियन ग्राहक हैं। इसके अलावा मई 2021 में सेवा प्रदाताओं द्वारा ट्राई के साथ साझा किये गये आंकड़ों के अनुसार क्षेत्र के शीर्ष 14 एमएसओ लगभग 45.7 मिलियन ग्राहकों को सेवा प्रदान करते हैं।

यह ध्यान रखना उचित है कि पंजीकृत एमएसओ की संख्या 2015 की शुरुआत में लगभग 160 से बढ़कर सितंबर 2021 में 1733 हो गयी। चित्र 2.2 पंजीकृत एमएसओ की संख्या में वृद्धि के पैटर्न दिखाता है।

इसके अलावा, नीचे दी गयी टेबल 2.1 में मार्च 2021 के अंत में दस लाख से अधिक ग्राहक आधार वाले कुछ प्रमुख एमएसओ को उनके संचालन के क्षेत्रों के साथ सूचीबद्ध किया गया है।

इसके अलावा, भारत में 4 पे डीटीएच ऑपरेटर डीटीएच सेवा प्रदान कर रहे हैं। नीचे दी गयी टेबल 2.2 में इन डीटीएच ऑपरेटरों को उनके कुल सक्रिय ग्राहक आधार और उनके संचालन के क्षेत्रों के साथ सूचीबद्ध किया गया है:

टेबल 2.1 और टेबल 2.2 से कोई यह अनुमान लगा सकता है कि चूंकि कई वितरण प्लेटफॉर्म उपलब्ध हैं इसलिए एमएसओ जैसे एकल सेवा प्रदाता का संभावित एकाधिकार असंभव है।

एमएसओ के रूप में पंजीकरण के लिए प्रवेशशरत की आवश्यकताओं

CABLE TV DISTRIBUTION

**Table 2.1: Subscriber base of major MSOs/HITS operators at the end of June 2021
(More than one million subscribers)**

Sl. No.	Name of the operator	Total Active Subscriber Base ⁹	Area of Operation
1.	Siti Networks	7861314	Andhra Pradesh, Assam, BH, Chhattisgarh, GUJ, HAR, Jharkhand, KTK, KER, MP, MH, Manipur, Meghalaya, Delhi, Orissa, RAJ, Telangana, UP, Uttaranchal, WB
2.	GTPL Hathway	7833694	Andhra Pradesh, Assam, BH, Goa, GUJ, Jharkhand, MH, Manipur, Meghalaya, Pondicherry, Orissa, RAJ, TN, Telangana, Tripura, WB
3.	Hathway Digital	5603942	Andhra Pradesh, Assam, Chhattisgarh, Delhi, HAR, KTK, MP, MH, Orissa, RAJ, SIKKIM, Telangana, UP, WB
4.	DEN Networks	4862741	BH, Delhi, GUJ, HAR, Jharkhand, KTK, KER, MP, MH, RAJ, UP, Uttaranchal, WB
5.	Thamizhaga Cable TV Communication Pvt Ltd	3693943	Andhra Pradesh, KTK, Pondicherry, TN
6.	Kerala Communicators Cable Ltd	2889439	Kerala
7.	Tamil Nadu Arasu Cable TV	2885583	TN
8.	Fastway Transmissions Pvt Ltd	2195619	Chandigarh, Delhi, HP, Har, Punjab, Rajasthan, UP, Uttaranchal
9.	NXTDIGITAL Ltd (HITS)	2025202	All States except Daman & DIU
10.	KAL Cables	2081801	Andhra Pradesh, KTK, TN
11.	VK Digital	1845823	KTK, Puducherry, TN
12.	Asianet Digital Network	1208681	Andhra Pradesh, KTK, KER, Orissa, Telangana
13.	NXT DIGITAL Ltd (Cable TV)	1105650	Delhi, GUJ, HAR, KTK, MH, UP

Table 2.2: Subscriber base of DTH operators at the end of June 2021

Sl. No.	Name of the DTH operators	Total Subscriber Base	Active	Area of Operation
1.	Dish TV India Ltd	16,386,112		PAN India
2.	Tata Sky Ltd	23,313,414		PAN India
3.	Sun Direct TV Pvt Ltd.	12,164,149		PAN India
4.	Bharti Telemedia Ltd	17,998,950		PAN India

One may also refer to the entry level requirements for registration as MSO. MIB vide its letter no. 2/31/2016-DAS dated 16th May 2018 had requested TRAI to give its recommendations on the appropriate entry level net worth for the MSOs. In response, the Authority in its Recommendations on Entry Level Net worth requirement of Multi-system Operators in Cable TV services dated 22nd July 2019 had recommended that there is no necessity for fixation of a minimum entry level net worth for MSO registration. As prevalent, any individual, company, corporate firm, or LLP that fulfils provisions of the Cable TV Rules, may be granted MSO registration. The recommendation has been duly accepted by the government. Therefore, there is hardly any entry barrier in permission/ registration of a new business entity to become a service provider.

Moreover, the regulatory framework provides for time-bound provisioning of signals by the broadcasters to new MSOs. Furthermore, the new regulatory regime enables even the smallest of the MSOs to get non-discriminatory interconnection terms based on reference interconnect offer.

Further, as per the MIB guidelines even an individual can get itself registered as a MSO by submitting a processing fee of mere INR One lakh (Rs. 1,00,000/-). Also, the estimated cost of setting up a 250-channel headend is approximately INR 2.75 million¹⁰. The application procedure has been simplified to a great extent. One can now apply online on the Broadcast Seva portal of MIB. There are quite a few instances where LCOs have come together and started operating as MSOs. Such LCO groupings have a definite business advantage as they understand the business from the grassroot levels.

As per the data of subscriber base of top 15 DPOs (MSOs and HITS) (as reported to TRAI), a large percentage

का भी उल्लेख किया जा सकता है। एमआईवी ने अपनी पत्र संख्या 2/31/2016-डीएस दिनांक 16 मई 2018 के माध्यम से ट्राई से एमएसओ के लिए उचित प्रवेश स्तर के निवल मूल्य पर अपनी सिफारिशें देने का अनुरोध किया था। जवाब में प्राधिकरण ने 22 जुलाई 2019 को केवल टीवी सेवाओं में मल्टी सिस्टम ऑपरेटरों की एंट्री लेवल नेटवर्थ आवश्यकता पर अपनी सिफारिशों में सिफारिश की थी कि एमएसओ पंजीकरण के लिए न्यूनतम एंट्री लेवल के निर्धारण की कोई आवश्यकता नहीं है। जैसाकि कि प्रचलित है कोई भी व्यक्ति, कंपनी, कॉर्पोरेट फर्म या एलएलपी जो केवल टीवी नियमों के प्रावधानों को पूरा करता है उसे एमएसओ पंजीकरण दिया जा सकता है। सरकार ने इस सिफारिश को विधिवत स्वीकार कर लिया है। इसलिए सेवा प्रदाता बनने के लिए किसी नयी व्यवसायिक इकाई की अनुमति/पंजीकरण में शायद ही कोई प्रवेश बाधा है। इसके अलावा नियामक ढांचा प्रसारकों द्वारा नये एमएसओ को सिगनल की समयबद्ध व्यवस्था प्रदान करता है। इसके अलावा, नयी नियामक व्यवस्था सबसे छोटे एमएसओ को भी रेफ्रेंस इंटरकनेक्ट ऑफर के आधार पर गैर-भेदभावपूर्ण इंटरकनेक्शन शर्तें प्राप्त करने में सक्षम बनाती है।

इसके अलावा एमआईवी दिशानिर्देशों के अनुसार एक व्यक्ति भी मात्र एक लाख रुपये (1,00,000/-रुपये) का प्रोसेसिंग शुल्क जमा करके गबुद को एमएसओ के रूप में पंजीकृत करवा सकता है। साथ ही 250 चैनल हेडएंड स्थापित करने की अनुमति लागत लगभग 2.75 मिलियन रुपये है। आवेदन प्रक्रिया को काफी हद तक सरल बनाया गया है। अब कोई भी एमआईवी के ब्रॉडकास्टर सेवा पोर्टल पर ऑनलाइन आवेदन कर सकता है। ऐसे कई उदाहरण हैं जहां एलसीओ एक साथ आये हैं और एमएसओ के रूप में काम करना शुरू कर दिया है। ऐसे एलसीओ समूह को एक निश्चित व्यवसायिक लाभ होता है क्योंकि वे व्यवसाय को जमीनी स्तर से समझते हैं।

शीर्ष 15 डीपीओ (एमएसओ और एचआईटीएस) के ग्राहक आधार के आंकड़ों के अनुसार (जैसाकि ट्राई को बताया गया है),

CABLE TV DISTRIBUTION

Table 2.3: Primary and Secondary Number of Subscriber base of major MSOs (as reported to TRAI for the month of May 2021)

Sl. No.	Name of the DPO	Total number of subscribers ¹¹			
		Primary Subscriber	Secondary Subscriber	Percentage share of subscribers that comes through LCOs	Total No. of Subscribers
1	Siti Networks	34353	8085838	99.58	8120191
2	Den Networks	19215	4898281	99.61	4917496
3	Tamil Nadu Arasu Cable TV	0	2892121	100.00	2892121
4	VK Digital	0	1825044	100.00	1825044
5	KAL Cables	0	2058797	100.00	2058797
6	GTPL Hathway	150689	7667851	98.07	7818540
7	Hathway Transmissions Pvt Ltd	0	2207377	100.00	2207377
8	Asianet Digital Network	550397	658067	54.45	1208464
9	UCN Cable Network	0	642268	100.00	642268
10	Hathway Digital	262104	5395621	95.37	5657725
11	Kerala Communicators Cable Ltd (KCCL)	289	2927331	99.99	2927620
12	TCCL	0	3671748	100.00	3671748
13	Act Digital Home Entertainment Pvt Ltd	45564	568227	92.58	613791
14	Indusind Media And Communication Ltd (HITS)	15302	2005686	99.24	2020988
15	Indusind Media And Communication Ltd (CATV)	49832	1074298	95.57	1124130
	Total	1127745	46578555	97.64	47706300

CABLE TV DISTRIBUTION

of a MSOs subscriber base comes through LCOs. The following data (Table 2.3) reveals that out of the total number of subscribers of a MSO, approximately 97.5% of the subscribers are secondary subscribers (through LCOs):

One important parameter in the above table is percentage of consumers being served through LCOs. Furthermore, LCOs are not dependent on any single MSO. LCOs have the flexibility to shift to another MSO seeking additional profit or in case of any unfavourable circumstances. In addition, LCOs can also reach remote far-flung areas through HITS operators as telecom bandwidth has become far more economical in the recent few years.

One may therefore consider that through the timely policy and regulatory intervention by TRAI and the Government, the broadcasting sector of the economy have engendered all round growth. The sector presents a vibrant scenario with the presence of varied distribution platform operators such as MSO, DTH, HITS, and IPTV. Furthermore, the new regulatory framework has enabled more growth as it restricts distortionary and discriminatory practices. It is due to the new framework, the total number of MSOs in the country have been consistently growing in recent years. Such developments augur well for the competition. One may opine that there is already enough competition in the market and there is no need to regulate the issue of monopoly/market dominance in the cable services at present.

A counterpoint can be that the level of competition in the MSOs' business is not uniform across the country (looking at Table 2.1). Certain States (e.g., Delhi, Karnataka, Rajasthan, West Bengal, and Maharashtra) have many MSOs providing their services. Whereas in certain other states like Tamil Nadu, Punjab, Orissa, Kerala, Uttar Pradesh, and Andhra Pradesh the cable television market is dominated by one or two MSOs. DTH service providers do offer an alternate option for consumers. However, one may opine that DTH services are not perfectly substitutable, as certain factors are unique to cable industry. Cable TV operators can provide broadband and voice services in addition to the distribution of TV channels, which DTH operators cannot. Furthermore, even for the distribution of TV channels, competition within the cable TV sector is essential as cable TV networks operate on a State/regional basis and can choose specific channels to be supplied according to the demand in a particular area whereas DTH services operate on a national basis and transmit the same channels throughout the country irrespective of variations in demand of channels in different markets. ■

एमएसओ ग्राहक आधार का एक बड़ा प्रतिशत एलसीओ के माध्यम से आता है। निम्नलिखित डेटा (टेबल 2.3) से पता चलता है कि एमएसओ के ग्राहकों की कुल संख्या में से, लगभग 97.5% ग्राहक द्वितीय ग्राहक हैं (एलसीओ के माध्यम से):

उपरोक्त टेबल में एक महत्वपूर्ण पैरामीटर एलसीओ के माध्यम से सेवा प्राप्त उपभोक्ताओं का प्रतिशत है। इसके अलावा एलसीओ किसी एक एमएसओ पर निर्भर नहीं है। एलसीओ के पास अतिरिक्त लाभ की तलाश में या किसी प्रतिकूल परिस्थिति में दूसरे एमएसओ में स्थानांतरित होने की सुविधा है। इसके अलावा एलसीओ हिट्स ऑपरेटर के माध्यम से दूरदराज के पिछड़े इलाकों तक भी पहुंच सकते हैं क्योंकि हाल के कुछ वर्षों में टेलीकॉम बैंडविड्थ कहीं अधिक किफायती हो गयी है।

इसलिए कोई यह मान सकता है कि ट्राई और सरकार द्वारा समय पर नीति और नियामक हस्तक्षेप के माध्यम से, अर्थव्यवस्था के प्रसारण क्षेत्र ने सर्वांगीण विकास को जन्म दिया है। एमएसओ, डीटीएच, हिट्स और आईपीटीवी जैसे विभिन्न वितरण प्लेटफॉर्म ऑपरेटरों की उपस्थिति के साथ यह क्षेत्र एक जीवंत परिदृश प्रस्तुत करता है। इसके अलावा, नये नियामक ढांचे ने अधिक विकास को सक्षम किया है क्योंकि यह विकृत और भेदभावपूर्ण प्रथाओं को प्रतिबंधित करता है। नये ढांचे के कारण ही देश में एमएसओ की कुल संख्या हाल के वर्षों में लगातार बढ़ रही है। इस तरह के घटनाक्रम प्रतिस्पर्धा के लिए अच्छे संकेत हैं। कोई यह मान सकता है कि बाजार में पहले से ही पर्याप्त प्रतिस्पर्धा है और वर्तमान में केवल सेवाओं में एकाधिकार/बाजार प्रभुत्व के मुद्दे को विनियमित करने की कोई आवश्यकता नहीं है।

इसका विपरीत बिंदु यह हो सकता है कि एमएसओ के व्यवसाय में प्रतिस्पर्धा का स्तर पूरे देश में एक समान नहीं है (टेबल 2.1 को देखें)। कुछ राज्यों (जैसे दिल्ली, कर्नाटक, राजस्थान, पश्चिम बंगाल और महाराष्ट्र) में कई एमएसओ अपनी सेवाएँ प्रदान करते हैं। जबकि तमिलनाडु, पंजाब, उड़ीसा, केरल, उत्तर प्रदेश और आंध्र प्रदेश जैसे कुछ अन्य राज्यों में केवल टेलीविजन बाजार पर एक या दो एमएसओ का वर्चस्व है। डीटीएच सेवा प्रदाता उपभोक्ताओं के लिए एक वैकल्पिक विकल्प प्रदान करते हैं। हालांकि कोई यह मान सकता है कि डीटीएच सेवा पूरी तरह से प्रतिस्थापना योग्य नहीं हैं, क्योंकि कुछ कारक केवल उद्योग के लिए अद्वितीय हैं। केवल टीवी ऑपरेटर टीवी चैनलों के वितरण के अलावा ब्रॉडबैंड और वॉयस सेवाएँ भी प्रदान कर सकते हैं, जो डीटीएच ऑपरेटर नहीं कर सकते हैं। इसके अलावा टीवी चैनलों के वितरण के लिए भी, केवल टीवी क्षेत्र के भीतर प्रतिस्पर्धा आवश्यक है क्योंकि केवल टीवी नेटवर्क राज्य/क्षेत्रीय आधार पर काम करते हैं और किसी विशेष क्षेत्र में मांग के अनुसार आपूर्ति के लिए विशिष्ट चैनल चुन सकते हैं जबकि डीटीएच सेवाएँ राष्ट्रीय आधार पर काम संचालित होती हैं और विभिन्न बाजारों में चैनलों की मांग में भिन्नता के बावजूद पूरे देश में एक ही चैनल प्रसारित करती है। ■