

IN CONVERSATION WITH ASHOK MANSUKHANI, DISTINGUISHED TECHNOCRAT & MEDIA PERSONALITY

Ashok Mansukhani (AM), the name personifies an exemplary media personality with an impeccable track record and credentials across the media and entertainment space. His illustrious career saw him executing various roles in different capacities and rendering yeoman service to the media industry.

In an exclusive interview with Satellite & Cable TV Magazine, Ashok talks about his journey and his professional career.



Q.1: *You had a distinguished track record as an IRS officer in the Central Govt and later joined the Hinduja Group in 1996. Tell us about your journey in the media industry.*

AM: AIR/DOORDARSHAN

My media journey started very early. Neil Armstrong walked on the Moon in July 1969. In the same month, All India Radio set up a youth channel called Yuva Vani. It advertised for young reporters to join the Central Newsroom of All India Radio and file youth-oriented stories for the Yuva Vani News Channel and contribute to the general pool. In the same month, I was appointed as a part-time correspondent and worked there for two years. During that period, I also took part in many Yuva Vani radio programmes covering diverse topics.

प्रसिद्ध टेक्नोक्रेट व मीडिया व्यक्तित्व अशोक मनसुखानी के साथ बातचीत

श्री अशोक मनसुखानी, नाम एक अनुकरणीय मीडिया व्यक्तित्व का त्रुटिहीन ट्रैक रिकॉर्ड और मीडिया व मनोरंजन के क्षेत्र में साख का प्रतिनिधित्व करता है।

उनके शानदार करियर ने उन्हें विभिन्न क्षमताओं में विभिन्न भूमिकाओं को निभाते हुए और मीडिया उद्योग में तुर्क सेवा प्रदान करते हुए देखा।

सैटेलाइट और केवल टीवी पत्रिका के साथ एक विशेष साक्षात्कार में, अशोक अपनी यात्रा और पेशेवर कैरियर के बारे में बातचीत कर रहे हैं।

प्रश्न 1: आपके पास केंद्र सरकार में आईआरएस अधिकारी के रूप में एक विशिष्ट ट्रैक रिकॉर्ड था और बाद में 1996 में हिंदुजा समूह में शामिल हो गये। मीडिया उद्योग में अपनी यात्रा के बारे में हमें बतायें।

उत्तर: आकाशवाणी/दूरदर्शन

मेरी मीडिया यात्रा बहुत पहले शुरू हो गयी थी। नील आर्मस्ट्रॉंग जुलाई 1969 में चंद्रमा पर गये थे। उसी महीने ऑल इंडिया रेडियो ने युवा वाणी नामक एक युवा चैनल की स्थापना की। इसने युवा पत्रकारों के लिए ऑल इंडिया रेडियो के सेंट्रल न्यूज में शामिल होने और युवा वाणी समाचार चैनल के लिए युवा उन्मुख कहानियों को दर्ज करने और सामान्य पूल में योगदान के लिए विज्ञापन दिया। उसी महीने में, मुझे अंशकालिक संवाददाता के रूप में नियुक्त किया गया और दो साल तक मैंने काम किया। उस अवधि के दौरान, मैंने विभिन्न विषयों को कवर करने वाले कई युवा वाणी

INTERVIEW

This was the time that Television was becoming popular. I got a chance to be among India's first set of television anchors presenting black-and-white TV programs telecast on Delhi Doordarshan.

JUNIOR STATESMAN

This was also when the 'Statesman' Kolkata had launched a youth magazine that became iconic in the early 70s named 'Junior Statesman'. It was run by a largehearted editor named Desmond Doig who encouraged young writers to contribute articles and poems to the magazine. I joined the magazine as a fortnightly columnist contributing articles on life and time in Delhi from a youthful perspective. These are heady times indeed.

TIMES OF INDIA GROUP

In 1971, I joined the 'Times of India' Group as a journalist trainee in Mumbai and within three months found myself in Ahmedabad as a sub- night editor of the 'Times of India' newspaper. In February 1972 President Richard Nixon visited China, and I was entrusted with editing a two-page special supplement on his historic visit. This was a great learning experience for me. In the summer of 1972, I was transferred to Delhi as the 'Times of India' Group had also decided to launch its youth magazine- 'Youth Times'. For three years, I was to stay in this magazine my main task being to produce and publish the magazine every fortnight.

INDIAN REVENUE SERVICE

In 1974, I took the Indian Administrative Service and Allied Services entrance exam that I passed in 1975 and ended by first media foray.

I was allotted the Indian Revenue Service (Income Tax) and started my career as an Income Tax Officer.

DOORDARSHAN

Many years later, in 1992, I was stationed at Mumbai when out of the blue, I was given written directions to proceed to New Delhi as Deputy Director General (Administration and Vigilance).

This started my four-year span dealing with the human resource requirements and administration requirements of 20,000 employees belonging to various streams, including programming, engineering,

रेडियो कार्यक्रमों में भाग लिया। यह वह समय था जब टेलीविजन लोकप्रिय हो रहा था। मुझे दिल्ली दूरदर्शन पर टेलीविजन पर ब्लैक एंड व्हाइट टीवी कार्यक्रम प्रस्तुत करने वाले टेलीविजन एंकरों में पहले सेट में शामिल होने का मौका मिला।

जूनियर स्टेट्समैन

यह तब था जब कि 'स्टेट्समैन कोलकाता' ने एक युवा पत्रिका लॉन्च की थी जो कि 70 के दशक के शुरूआती दिनों में 'जूनियर स्टेट्समैन' के रूप में प्रतिष्ठित हो गयी थी। यह डेसमड डूग नाम के एक बड़े संपादक द्वारा चलाया गया था, जिन्होंने लेखकों को पत्रिका के लिए लेख और कविताओं में योगदान करने के लिए प्रोत्साहित किया था। मैं पत्रिका में एक पाक्षिक स्तंभकार के रूप में शामिल हुआ जो कि एक युवा दृष्टिकोण से दिल्ली में जीवन और समय पर लेख में योगदान कर रहा था। यह वास्तव में काफी सुखियों वाला दिन था।

टाइम्स ऑफ इंडिया ग्रुप

1971 में, मैं मुंबई में एक प्रशिक्षु पत्रकार के रूप में 'टाइम्स ऑफ इंडिया' समूह में शामिल हुआ और तीन महीने के भीतर अहमदाबाद में टाइम्स ऑफ इंडिया समाचार पत्र के उप-रात्रि संपादक के रूप में काम करने लगा। फरवरी 1972 में राष्ट्रपति रिचर्ड निक्सन ने चीन का दौरा किया और मुझे उनकी ऐतिहासिक यात्रा पर दो पेज के विशेष पूरक का संपादन का भार सौंपा गया। यह मेरे लिए सीखने का शानदार अनुभव था। 1972 की गर्मियों में मुझे दिल्ली स्थानांतरित कर दिया गया था क्योंकि टाइम्स ऑफ इंडिया समूह ने अपनी युवा पत्रिका 'यूथ टाइम्स' शुरू करने का फैसला किया था। तीन साल के लिए मुझे इस पत्रिका में बने रहना था जो मेरा मुख्य कार्य था और हर पखवाड़े पत्रिका प्रकाशित करे।

भारतीय राजस्व सेवा

1974 में मैंने भारतीय प्रशासनिक सेवा और संबद्ध सेवाओं की प्रवेश परीक्षा में भाग लिया, जिसे मैंने 1975 में पास किया और समाप्ति मीडिया व्यवसाय के साथ की। मुझे भारतीय राजस्व सेवा (आयकर) आवंटित किया गया और आयकर अधिकारी के रूप में कैरियर की शुरुआत की।

दूरदर्शन

कई साल के बाद 1992 में जब मैं मुंबई में तैनात था, जब अचानक मुझे नयी दिल्ली में उप-महानिदेशक (प्रशासन व सर्तकता) के रूप में आगे बढ़ने के लिए लिखित निर्देश दिये गये। इसने मुझे प्राग्रामिंग, इंजीनियरिंग, वित्त और प्रशासन सहित विभिन्न धाराओं से जुड़े

20000 कर्मचारियों की मानव संसाधन आवश्यकताओं और प्रशासन की



finance, and administration. This was an entirely new media experience for me.

It was also a time for a significant transformation of Doordarshan from a single channel network to gradually becoming Asia's largest regional broadcaster. Under the dynamic direction of Mr Bhaskar Ghosh, Secretary Ministry of Information and Broadcasting and Mr Rathikant Basu, Director General Doordarshan, in the period 1992 to 1995, more than 20 regional language satellite channels launched from the state capitals in diverse languages ranging from Malayalam to Bangla to Marathi and Kashmiri. These channels brought in a unique feature of being produced from the state capitals but being available nationally through satellite to all viewers wherever they lived. Twenty-five years later, these regional satellite channels continue to operate and have provided a good platform for regional advertising.

HINDUJA MEDIA GROUP

In 1996, I took voluntary retirement from the Indian Revenue Service and joined the Hinduja Media Group based in Mumbai as Chief Operating Officer IndusInd Media and Communications Limited (IMCL). In the past 24 years, I handled diverse operating and corporate and Board-level assignments and have recently retired as Managing Director of NXT DIGITAL Limited. This is the Hinduja Media Group's flagship providing digital cable services in major metros through the In Digital service. The company also operates India's only Headend-In-The Sky service NXT Digital which offers state of the art digital cable service in all 29 states in different and varied terrain from Kutch to Agartala and Kashmir to Kanyakumari.

Q.2: *Hinduja has been a pioneer in the cable, satellite, and broadband industry for over two decades. Tell us about the major initiatives by Hinduja when you were the MD of the Hinduja Media Group?*

AM: In the first 3-4 years starting in 1996, I helped IndusInd Media and Communications Limited (IMCL) consolidate its cable operations by launching significant metros operations, making it India's pioneer Multi-System Operator. This was done by setting up direct operations and creating a chain of hundreds of operators in seven

आवश्यकताओं से निपटने के लिए मेरा चार साल का कार्यकाल शुरू हुआ। यह मेरे लिए मीडिया के क्षेत्र में बिल्कुल नया अनुभव था।

यह एकल चैनल नेटवर्क से दूरदर्शन की एक महत्वपूर्ण सूचना के लिए धीरे-धीरे एशिया का सबसे बड़ा क्षेत्रीय प्रसारक बनने का भी समय था। श्री भास्कर घोष, सूचना व प्रसारण मंत्रालय में सचिव और श्री रतिकान्त बसु महानिदेशक दूरदर्शन के गतिशील निर्देशन में, 1992 से 1995 की अवधि में मलयालम से लेकर बंगला से लेकर मराठी व कश्मीरी सहित विविध भाषाओं में राज्य की राजधानियों से 20 अधिक क्षेत्रीय भाषाओं के सैटेलाइट लॉन्च किये गये। ये चैनल राज्य की राजधानियों से निर्मित होने वाले कार्यक्रमों की एक अनूठी विशेषता अपने साथ लाये, लेकिन यह सभी दर्शकों के लिए सैटेलाइट के माध्यम से राष्ट्रीय स्तर पर उपलब्ध था जहां कि उस भाषा के दर्शक रहते थे। पच्चीस साल के बाद इन क्षेत्रीय सैटेलाइट चैनलों का संचालन जारी है और क्षेत्रीय विज्ञापन के लिए एक अच्छा प्लेटफार्म प्रदान किया है।

हिंदुजा मीडिया गुप

1996 में मैंने भारतीय राजस्व सेवा से स्वेच्छिक सेवानिवृत्ति ले ली



और मुंबई स्थित हिंदुजा मीडिया समूह में मुख्य परिचालन अधिकारी के रूप में इंडसइंड मीडिया एंड कम्युनिकेशन्स लिमिटेड (आईएमसीएल) के साथ काम करने लगा। पिछले 24 वर्षों में मैंने विविध परिचालन व कॉर्पोरेट और बोर्ड स्तर के असाइनमेंट को संभाला और हाल ही में एनएक्सटी डिजिटल लिमिटेड के प्रबंध निदेशक के रूप में सेवानिवृत्त हुआ। यह हिंदुजा मीडिया समूह की प्रमुख डिजिटल सेवा कंपनी है जिसके माध्यम से प्रमुख

महानगरों में डिजिटल केवल सेवाएँ प्रदान की जा रही हैं। कंपनी भारत की एकमात्र हेडएंड इन द स्काई सेवा एनएक्सटी डिजिटल भी संचालित करती है जो कच्छ से अगरतल्ला तक और कश्मीर से कन्याकुमारी तक सभी 29 राज्यों में विभिन्न व अलग-अलग इलाकों में अत्याधुनिक डिजिटल केवल सेवा प्रदान करती है।

प्रश्न 2: *हिंदुजा, दो दशक से अधिक समय से केबल, सैटेलाइट व ब्रॉडबैंड उद्योग में अग्रणी है। हिंदुजा द्वारा प्रमुख पहलों के बारे में बतायें जबकि आप हिंदुजा मीडिया समूह के एमडी थे।*

उत्तर: 1996 में शुरू होने वाले पहले 3-4 वर्षों में मैंने इंडसइंड मीडिया एंड कम्युनिकेशन्स लिमिटेड (आईएमसीएल) के महत्वपूर्ण मेट्रो संचालन की शुरुआत करके कंपनी की केवल संचालन को मजबूत बनाने की कोशिश की जिससे कि यह भारत का अग्रणी मल्टी सिस्टम ऑपरेटर बन गया। यह प्रत्यक्ष संचालन स्थापित करने और सात शहरों

INTERVIEW

cities and over fifteen joint ventures in a unique partnership with the local cable operators in a corporatized set up. This model has been followed by other MSOs who came up later.

In 2000, I was made CEO of IndusInd Entertainment Limited a video content and TV network company of the Hinduja Group. I ran the very popular 'In Mumbai' cable channel and pioneered a new city news channel concept in five languages called 'In Time'.

In 2001, I was transferred to the Hinduja Group holding company-Hinduja TMT Limited (later renamed as Hinduja Ventures and now named NXT DIGITAL Limited) as Executive Vice President Corporate Services serving as Promoter representative on all the subsidiary company boards rendering corporate advice, devising business strategies for emerging business scenarios and legal/tax and litigation support.

In 2012, I was appointed to the Board of Hinduja Ventures Limited (now NXT DIGITAL Limited) and made the holding company's Whole Time Director.

I simultaneously became Managing Director in 2017 of IMCL and was promoted to Non- Executive Vice Chairman of the Company in 2018 and have recently completed my tenure in the IMCL Board in November 2020 after 21 years.

In 18 months as MD IMCL, I operationalized the Headend in the Sky (HITS) satellite cable platform creating a new team of young entrepreneurs who run their networks and take backend support from the company on a unique revenue-sharing model.

In 2018 I was elevated to Managing Director of Hinduja Ventures Limited (now NXT DIGITAL Limited) and completed my term in September 2020. A key achievement was to shepherd the transfer (by NCLT merger) of the Group's cable and HITS business from IMCL to NXT DIGITAL in August 2020 with all regulatory and corporate approvals in a record time of six months in the lockdown period.

During this period, I also served on all the Hinduja Media group boards and contributed both corporate and

में सैकड़ों ऑपरेटरों की एक श्रृंखला बनाने और एक कॉर्पोरेट साझेदारी में स्थानीय केबल ऑपरेटरों के एक साथ एक अद्वितीय साझेदारी में 15 से अधिक संयुक्त उपक्रम बनाने के द्वारा किया गया था। इस मॉडल का अनुसरण अन्य एमएसओ ने किया जो कि हमें बाद में देखने को मिला।

2000 में मुझे इंडसइंट एंटरटेनमेंट लिमिटेड का सीईओ बनाया गया जो हिंदूजा समूह की एक वीडियो सामग्री और टीवी नेटवर्क कंपनी है। मैंने वेहद लोकप्रिय 'इन मुंबई' केबल चलाया और 'इन टाइम' नामक पांच भाषाओं में एक नये शहर समाचार चैनल की अवधारणा का बीड़ा उठाया।

2001 में मुझे हिंदुजा वेंचर्स समूह की होल्डिंग कंपनी हिंदुजा टीएमटी लिमिटेड (जिसे बाद में हिंदूजा वेंचर्स का नाम दिया गया और अब इसका नाम एनएक्सटी डिजिटल लिमिटेड है) में कार्यकारी उपाध्यक्ष कॉर्पोरेट सेवाओं के रूप में सभी सहायक कंपनियों के बोर्ड पर प्रमोटर के रूप में शामिल किया गया जो कि कॉर्पोरेट सलाह प्रदान करते हैं, उभरते व्यापारिक परिदृश्यों और कानूनी/कर और मुकदमों की देखरेख के लिए व्यापारिक रणनीतियों को तैयार करता है।

2012 में मुझे हिंदुजा वेंचर्स लिमिटेड (अब एनएक्सटी डिजिटल लिमिटेड) के बोर्ड में नियुक्त किया गया था और होल्डिंग कंपनी के लिए व्हिप डायरेक्टर बनाया गया था।

साथ ही वे 2017 में आईएमसीएल के प्रबंध निदेशक बने और 2018 में के गैर कार्यकारी उपाध्यक्ष के रूप में पदोन्नत हुए और हाल में 21 वर्षों के बाद नवंबर 2020 में आईएमसीएल बोर्ड में मेरा कार्यकाल पूरा हुआ।

आईएमसीएल के एमडी के रूप में 18 महीने में मैंने हेडएंड इन द स्काई केबल प्लेटफॉर्म का संचालन किया, जिसके लिए मैंने युवा उद्यमियों की एक टीम बनायी जो अपने नेटवर्क को चलाते हैं और एक अद्वितीय राजस्व साझेदारी मॉडल पर कंपनी के बैकएंड का समर्थन लेते हैं।

2018 में मैं हिंदुजा वेंचर्स लिमिटेड (अब एनएक्सटी डिजिटल लिमिटेड) का प्रबंध निदेशक बना और सितंबर 2020 में मेरा कार्यकाल पूरा हो गया। अगस्त 2020 में समूह की केबल व हिट्स व्यवसाय आईएमसीएल से एनएक्सटी डिजिटल में हस्तांतरण और सभी नियामक व कॉर्पोरेट अनुमोदन के साथ लॉकडाउन अवधि में छह महीने की रिकॉर्ड समय में पूरा कर लिया गया।



strategic expertise to the content company In-Network Limited; the broadband company One OTT Limited and provided corporate advisory services, especially corporate governance, and taxation to the entire Hinduja Group.

I was President of the Multi-System Operator Alliance for a decade and worked actively with the Cable and Broadcast Regulator TRAI and the Ministry of Information and Broadcasting striving to create a level playing field to enable the linear distribution industry to survive.

I have been involved in all the significant litigation right from the time TRAI became the Regulator, and Broadcasters challenged its appointment in 2005 to the present day when the Broadcasters challenged the second of New Tariff Order.

I vividly remember two cases being the Delhi High Court judgement of 2007 upholding the appointment of Trai as the broadcast and cable regulator. The second that brought a significant change in the entire cable industry's fortunes was the New Tariff Order upheld by the Supreme Court in 2018. This corrected a substantial distortion in the business model of an industry that had suffered at the hands of Broadcasters who had always had the upper hand in forcible revenue collection with no fair revenue-sharing.

Q.3: *The Covid 19 lockdown has impacted the business worldwide. How do you see the impact of this on the business and how soon will the companies get over this and bounce back?*

AM: The Covid 19 lockdown left the cable industry as underprepared as most industries with one exception. As people were forcibly confined to homes for a couple of months, they turned to the Television for information, entertainment, and refuge. Broadcasters who are dependent on serials live sports. Reality shows suddenly had only repeats to show. News channels certainly gained in viewership but because of the current stage of polarisation based on ideological considerations news channels do not carry much credibility except for diehard viewers.



इस अवधि के दौरान, मैंने सभी हिंदुजा मीडिया बोर्ड समूह में भी सेवा की और कंटेंट कंपनी इन नेटवर्क लिमिटेड, ब्रॉडबैंड कंपनी वन ओटीटी लिमिटेड और पूरे हिंदुजा समूह को कॉर्पोरेट सलाहकार सेवायें विशेष रूप से प्रशासन व कराधान के मामले में कॉर्पोरेट और रणनीतिक विशेषज्ञता दोनों का योगदान दिया। मैं एक दशक के लिए मल्टी सिस्टम ऑपरेटर एलायंस का अध्यक्ष था और केवल व ब्रॉडकास्ट रेगुलेटर ट्राई और सूचना व प्रसारण मंत्रालय के साथ सक्रिय रूप से काम किया और लिनियर वितरण उद्योग को जीवित रखने के लिए एकसमान अवसर बनाने का प्रयास किया।

मैं उस समय से सभी महत्वपूर्ण मुद्दों में शामिल रहा हूँ जब कि ट्राई नियामक बन गया और प्रसारकों ने 2005 में इसकी नियुक्ति को वर्तमान दिनों तक चुनौती दी जब प्रसारकों ने दूसरे नये टैरिफ आदेश को चुनौती दी।

मैं 2007 में दिल्ली उच्च न्यायालय के फैसले को दो मामलों में याद रखना चाहता हूँ जिसके तहत ट्राई की नियुक्ति को प्रसारण और केवल नियामक के रूप में बनाये रखा गया। दूसरा जो पूरे केवल उद्योग की किस्मत में एक महत्वपूर्ण बदलाव लाया, वह था 2018 में सर्वोच्च न्यायालय द्वारा दिया गया नया टैरिफ आदेश। इसने एक उद्योग के व्यापार मॉडल में पर्याप्त विकृति को सही किया जो प्रसारकों के हाथ में पड़ा था जो हमेशा निष्पक्ष राजस्व साझेदारी के साथ जबरन राजस्व संग्रह में ऊपरी हाथ रखते थे।

प्रश्न 3: *कोविड 19 लॉकडाउन ने दुनियाभर में कारोबार को प्रभावित किया है। आप व्यवसाय पर इसका क्या प्रभाव देखते हैं और कितनी जल्दी कंपनियां इससे उबरेंगी और इससे निकल पायेंगी?*

उत्तर: कोविड 19 लॉकडाउन ने एक अपवाद के साथ केवल उद्योग को अधिकांश उद्योग के मुकाबले उतना प्रभावित नहीं किया। चूंकि कुछ महीनों के लिए लोग जबरन घरों में कैद थे, इसलिए उन्होंने सूचना, मनोरंजन व पनाह के लिए टेलीविजन का रुख किया। प्रसारणकर्ता जो कि धारावाहिक, लाइव खेल व रियलिटी शो पर निर्भर थे, वे अचानक अपने पिछले एपिसोडों को दोहराने के लिए मजबूर थे। समाचार चैनलों की दर्शक संख्या में निश्चित रूप से बढ़ोतरी हुई, लेकिन वैचारिक विचारों पर आधारित धुवीकरण के वर्तमान चरण के कारण, समाचार चैनलों में दर्शकों की संख्या को छोड़कर ज्यादा विश्वनीयता नहीं है।

This led to viewers looking at other means of entertainment. Giant OTT Networks like Netflix and Amazon Prime seized the opportunity and utilized their vast library to provide a never-ending stream of fresh content. In the past year, Netflix has posted substantial growth of 26% just one year. It is a recent marketing move to offer free access over a weekend gained it lakhs of viewers. Another smart move was introducing in India pricing for their premium content, which helped it increase. A recent statement by Netflix stated



that India has the highest viewership of films globally on its platform, and consumption of content in genres like kids, non-fiction and Korean dramas have shown strong growth. Regional movies finding closure of cinema halls to continue decided to go in for direct OTT releases to recover the cost. Amazon Prime too has seen explosive growth in Indian viewership with about 25 million Indian viewers. Disney Hotstar is not too far behind with approximately about 10 million viewers. Zee 5 has combined with Alt Balaji to scale up rapidly. Hotstar like Sony Liv has live-action cricket, football, and other popular sports like tennis to give them the impetus to add more viewers. With over 50 OTT platforms, there is an urgent need for an OTT aggregator.

Q.4: *How has the transition of the Indian cable and satellite industry been over the years? And how do you see the future of Indian cable and satellite in the next five years?*

AM: So where does that leave cable industry? Some doomsday pundits talk of cord cutting. My educated guess is that cable and OTT platforms will coexist shortly. The traditional single screen linear distribution model for the cable industry is dead. The cable must shake off its complacency and rapidly and aggressively install fibre-to-home if it were not to become redundant like the pager industry a decade ago. Those Multisystem Operators who operate broadband networks can scale up and retain their customer base by providing high-quality digital cable; a variety of OTT content and consistent broadband to create customer stickiness.

Another failure of the cable industry, which caused

इसके चलते दर्शकों ने मनोरंजन के अन्य साधनों को देखा। नेटफ्लिक्स व अमेजन प्राइम जैसे विशाल ओटीटी नेटवर्क ने इस अवसर का लाभ उठाया और अपने विशाल लाइब्रेरी का उपयोग करके ताजा कंटेंट की कभी खत्म न होने वाली धारा प्रदान की। पिछले एक साल में नेटफ्लिक्स ने सिर्फ एक साल में 26% की पर्याप्त वृद्धि दर्जे की। एक हालिया मार्केटिंग कदम के तहत कंपनी एक सप्ताहांत पर मुफ्त सेवा प्रदान करती है और इसका लाभ लाखों दर्शकों ने प्राप्त किया है। एक अन्य स्मार्ट कदम भारत में उनकी प्रीमियम सामग्री के लिए मूल्य निर्धारण को शुरू करना था जिससे इसको फिर से स्थापित करने में मदद मिली। नेटफ्लिक्स के

एक हालिया वयान में कहा गया है कि भारत में अपने प्लेटफॉर्म पर विश्वस्तार पर फिल्मों की सबसे अधिक दर्शकों की संख्या है और बच्चों, गैर-कल्पना और कोरियाई नाटकों जैसी शैलियों में सामग्री की खपत में मजबूत वृद्धि दिखाई देती है। सिनेमा हॉल के बंद होने को देखते हुए क्षेत्रीय फिल्म लगातार ओटीटी पर रिलीज करने का सहारा ले रहे हैं। अमेजन प्राइम ने भी लगभग 25 मिलियन भारतीय दर्शकों के साथ भारतीय दर्शकों की संख्या में विस्फोटक वृद्धि दर्ज की है। लगभग 10 मिलियन दर्शकों के साथ डिज्जी हॉटस्टार भी बहुत पीछे नहीं है। जी5 ने अल्ट बालाजी के साथ मिलकर बड़े पैमाने पर काम किया है। सोनी लिव की तरह हॉटस्टार ने लाइव एक्सन क्रिकेट, फुटबाल और टेनिस जैसे अन्य लोकप्रिय खेल हैं जो उन्हें अधिक दर्शकों से जोड़ने की प्रेरणा देते हैं। 50 से अधिक ओटीटी प्लेटफॉर्मों के साथ ओटीटी एग्रीगेटर की तत्काल आवश्यकता है।

प्रश्न 4: *भारतीय केबल और सैटेलाइट उद्योग का परिवर्तन वर्षों के दौरान कैसे हुआ है? और आप अगले पांच वर्षों में भारतीय केबल और सैटेलाइट उद्योग के भविष्य को कैसे देखते हैं?*

उत्तर: तो आज केवल उद्योग कहाँ खड़ा है? कुछ बुरे पंडित कॉर्ड कटिंग की बात करते हैं। मेरा शिक्षित अनुमान यह है कि शीघ्र ही केबल और ओटीटी प्लेटफॉर्म एकसाथ मिलेंगे। केबल उद्योग के लिए पारंपरिक सिंगल स्क्रीन लीनियर वितरण मॉडल मृत है। यदि यह एक दशक पहले पेजर उद्योग की तरह निरर्थक न बन जाए तो इसके लिए केबल को अपनी शालीनता और तेजी से और आक्रामक रूप से फाइबर टू होम को लगाना चाहिए। वे मल्टीसिस्टम ऑपरेटर जो कि ब्रॉडबैंड नेटवर्क का संचालन करते हैं वे उच्च गुणवत्ता वाली डिजिटल केबल प्रदान करके अपने ग्राहक आधार को बनाये और बढ़ा सकते हैं, विभिन्न प्रकार की ओटीटी सामग्री और ग्राहकों को अपने साथ बनाये रखने के लिए ब्रॉडबैंड का सहारा लेगा।

केबल उद्योग की एक और विफलता जिसके कारण लॉकडाउन में

its economic distress in the lockdown was the resort to outmoded cash collection methods without providing customer satisfaction of proper billing and receipts. The hard lockdown led to reduced monthly collections, thereby upsetting the entire financial model of cash being collected by the local operator, being passed on to the MSO after being passed on to the broadcaster. My company NXT DIGITAL has been operating in a prepaid model for over five years now and had no difficulty collecting subscription deals due to the availability of many digital payment types. The rest of the industry must follow suit to help them survive the future.

India has reached a saturation point for deployment of traditional cable in the metros and the urban areas. I estimate that through the census figures are a decade old India has approximately 25-30 million homes yet to receive digital cable or broadband benefits. These exist in semiurban areas, rural areas, and deep rural areas which we can describe as dark cable areas.

I am intrigued that there are approximately 1500 multisystem operator as per July 2019 latest figures. Another interesting statistic is

that 15 of India's top MSOs have 78% of India's cable TV market. Of these 1500 MSO, at least 500 are not operating at full capacity.

There could be many reasons for this, of the but indeed 30 million homes should be sufficient incentive for the cable industry to penetrate the rural areas low-cost but high-quality digital cable combined with reasonable bandwidth speed speeds to entice the rural customer to subscribe to the regional MSOs.

Government's recent approval of infrastructure sharing should be highly publicized to regional MSOs to set up cable cooperatives to operate from a single digital mega headend in a district town from which smaller MSOs can share the infrastructure to supply cable broadband to their rural base. Of course, there is a more straightforward solution for these operators to link up with the NXT DIGITAL HITS platform and take state of the art digital

इसका आर्थिक संकट ग्राहकों की संतुष्टि को उचित बिलिंग और रिसिप्ट प्रदान किये बिना नकद संग्रह के तरीकों को आगे बढ़ने का सहारा था। कठिन लॉकडाउन ने मासिक संग्रह को कम कर दिया जिससे स्थानीय ऑपरेटरों द्वारा एकत्रित किये जा रहे नकदी के पूरे वित्तीय मॉडल को परेशान किया गया, एमएसओ को पास करने के बाद इसे प्रसारकों को पास किया गया। मेरी कंपनी एनएक्सटी डिजिटल पांच साल से अधिक समय से प्रीपेड मॉडल पर काम कर रही है और विभिन्न प्रकारों के डिजिटल भुगतान की उपलब्धता के कारण सब्सक्रिप्शन सौदों को एकत्रित करने में कोई कठिनाई नहीं हुई। उद्योग को बाकी लोगों को भविष्य में जीवित रहने में मदद करने के लिए इसी तरह के उपाय का पालन करना होगा।

भारत महानगरों व शहरी क्षेत्रों में पारंपरिक केबल की तैनाती के लिए एक संतृप्त बिंदु पर पहुंच गया है। मेरा अनुमान है कि जनगणना के आंकड़े एक दशक पुराने हैं और डिजिटल केबल व ब्रॉडबैंड लाभ प्राप्त

करने के लिए भारत में अभी भी लगभग 25 से 30 मिलियन घर हैं। ये उपनगरीय क्षेत्रों, ग्रामीण क्षेत्रों और सुदूर ग्रामीण क्षेत्रों में मौजूद हैं जिन्हें हम डार्क केबल क्षेत्र के रूप में वर्णित कर सकते हैं।

मुझे यकीन है कि जुलाई 2019 के नवीनतम आंकड़ों के अनुसार लगभग 1500 मल्टी सिस्टम ऑपरेटर हैं। एक और दिलचस्प तथ्य यह है कि भारत के 15 शीर्ष

एमएसओ के पास भारत की केबल टीवी बाजार का 78% हिस्सा है। इन 1500 एमएसओ में से कम से कम 500 पूरी क्षमता के साथ काम नहीं कर रहे हैं।

इसके कई कारण हो सकते हैं लेकिन वास्तव में 30 मिलियन घरों में केबल उद्योग के लिए ग्रामीण क्षेत्रों में कम लागत में घुसने के लिए पर्याप्त प्रोत्साहन चाहिए, लेकिन ग्रामीण ग्राहकों को लुभाने के लिए उचित बैंडविड्थ गति के साथ उच्च गुणवत्ता वाली डिजिटल केबल क्षेत्रीय एमएसओ को उपभोक्ताओं को लुभाना होगा।

सरकार ने हालही में बुनियादी ढांचे के साझेदारी को मंजूरी क्षेत्रीय एमएसओ को एक जिला शहर में एकल डिजिटल मेगा हेडएंड से संचालित करने के लिए केबल सहकारी समितियों को स्थापित करने के लिए प्रचारित किया जाना चाहिए जहां से छोटे एमएसओ अपने ग्रामीण आधार केबल ब्रॉडबैंड की आपूर्ति के लिए बुनियादी ढांचे को साझा कर सकते हैं। वेशक इन ऑपरेटरों के लिए एनएक्सटी डिजिटल हिट्स प्लेटफॉर्म के साथ



backend services like 1500 of their colleagues have done in the past four years.

If MSOs connect more and listen to their vast customer base to convert themselves into digital service providers, I expect them to survive the next five years and remain the primary option for Indian viewers to consume electronic media.

Q.5: Which of the segments that Hinduja Group is targeting apart from the SCAT industry?

AM: The Hinduja Group is one of the largest diversified groups globally in 38 countries and activities spanning 100 countries. It operates globally ten business verticals that range from banking and finance to information technology-enabled services group enjoys collection presents to leading companies, some of which local and national icons. Within the Hinduja media, I see a bright future of ONE OTT Limited the broadband subsidiary of next digital limited. It has gained enormously in the lockdown by adding many new customers and can more than triple its subscriber base in the next 2 to 3 years. With infrastructure status granted to the HITS platform, the possibility of adding many more multisystem operators on the back end model is very strong.

Q.6: TRAI's recommendation on STB Interoperability will allow consumers to change their DTH operator without buying a new set-top box. This has thrown the industry into a tizzy. How do you view this development?

AM: STB interoperability was talked about even in the first stage of CAS installation in 2004. However, due to vested interests and political indecisiveness, India's digitalization took over a decade to take off by which hundred million customers already been given Vanilla set-top boxes that are not interoperable. DTH regulations have always provided for interoperability, but DTH boxes are also not interoperable. To me, personally, the recommendation is dead and incapable of being implemented in the near future. ■



जुड़ने और उनके चार सहयोगियों ने चार वर्षों में आधुनिक डिजिटल बैकएंड सेवा का इस्तेमाल करना शुरू किया है।

यदि अधिक एमएसओ जुड़ते हैं और अपने विशाल ग्राहक आधार को खुद को डिजिटल सेवा प्रदाताओं में बदलने के लिए सुनते हैं तो मुझे उम्मीद है कि अगले पांच वर्षों तक जीवित रहेंगे और भारतीय दर्शकों के लिए इलेक्ट्रॉनिक मीडिया का उपभोग करने के लिए प्राथमिक विकल्प बने रहेंगे।

प्रश्न 5: एससीएटी उद्योग के अलावा हिंदुजा ग्रुप ने कौन से खंड को निशाना बनाया है?

उत्तर: हिंदुजा समूह विश्व के 38 देशों और 100 देशों फैली गतिविधियों में सबसे बड़े विविध समूहों में से एक है। यह विश्वस्तर पर दस व्यवसायिक कार्यक्षेत्र संचालित करता है जो बैंकिंग और वित्त से लेकर सूचना प्रौद्योगिकी सक्षम सेवा समूह प्रमुख कंपनियों को संग्रह प्रस्तुत करता है जिसमें से कुछ स्थानीय और राष्ट्रीय आइकन है।

हिंदुजा मीडिया के भीतर मुझे वन ओटीटी लिमिटेड का एक उज्ज्वल भविष्य दिखाई देता है जो कि एनएक्सटी डिजिटल लिमिटेड की सहायक कंपनी है। इसने कई नये ग्राहकों को जोड़कर लॉकडाउन में

बहुत वृद्धि की है और अगले 2-3 वर्षों में ग्राहकों की संख्या को तिगुना कर सकता है। हिट्स प्लेटफॉर्म को दी गयी अवसरचना की स्थिति के साथ बैक एंड मॉडल पर कई और मल्टी सिस्टम ऑपरेटरों के जुड़ने की संभावना बहुत मजबूत है।

प्रश्न 6: एसटीबी इंटरऑपरेबिलिटी पर ट्राई की सिफारिश उपभोक्ताओं को नया सेट टॉप बॉक्स खरीदे बिना अपने डीटीएच ऑपरेटर को बदलने की अनुमति देगा। इसने उद्योग को चक्कर में डाल दिया है। आप इस विकास को कैसे देखते हैं?

उत्तर: एसटीबी इंटरऑपरेबिलिटी के बारे में 2004 में सीएस इंस्टॉलेशन के पहले चरण में बात की गयी थी। हालांकि निहित स्वार्थों और राजनीतिक अभद्रता के कारण, भारत के डिजिटलाइजेशन ने एक दशक से अधिक समय ले लिया है जिसके द्वारा पहले से ही सौ मिलियन ग्राहकों

को वेनिला सेट टॉप बॉक्स दिये जा चुके हैं, जो कि इंटरऑपरेबल नहीं है। डीटीएच विनियमों ने हमेशा से इंटरऑपरेबिलिटी प्रदान किया है, लेकिन डीटीएच बॉक्स भी इंटरऑपरेबल नहीं हैं। मेरे लिए व्यक्तिगत रूप से सिफारिश निकट भविष्य में कार्यान्वित होने में असमर्थ है। ■