

CONSULTATION PAPER ON "MARKET STRUCTURE/ COMPETITION IN CABLE TV SERVICES"

TRAI issues this Consultation paper to seek the comments/views of the stakeholders on monopoly/market dominance/competition issues in cable TV services.

INTRODUCTION

Television is one of the most prominent mediums in India for the transmission of information, news, entertainment, etc. The television broadcasting and distribution services in India mainly comprises of Cable Television Services (Cable TV), Direct-to-Home (DTH) services, Internet Protocol Television (IPTV) services, Headend-in-the-Sky (HITS) services, and terrestrial TV services provided by Doordarshan, the public broadcaster. The value chain of TV channel distribution through Cable, DTH, IPTV, and HITS platforms is depicted in Figure 1.

Ministry of Information and Broadcasting (MIB) vide its letter dated 12th December 2012 (Annexure 1) had sought recommendations of the Authority (TRAI) under Section 11(1)(a) of the TRAI Act, 1997, on the issues related to monopoly/market dominance in the cable

‘केबल टीवी सेवाओं में बाजार संरचना/प्रतिस्पर्धा’ पर परामर्श पत्र

ट्राई केबल टीवी सेवाओं में एकाधिकार/बाजार प्रभुत्व/प्रतिस्पर्धा के मुद्दों पर हितधारकों की टिप्पणियों/विचार प्राप्त करने के लिए यह परामर्श पत्र जारी करता है।

परिचय

टेलीविजन सूचना, समाचार, मनोरंजन आदि के प्रसारण के लिए भारत में सबसे प्रमुख माध्यमों में से एक है। भारत में टेलीविजन प्रसारण और वितरण सेवाओं में मुख्य रूप से केबल टेलीविजन सेवायें (केबल टीवी), डायरेक्ट-टू-होम (डीटीएच), इंटरनेट प्रोटोकॉल टेलीविजन (आईपीटीवी) सेवायें, हेडएंड-इन-द-स्काई (हिट्स) सेवायें और सार्वजनिक प्रसारक दूरदर्शन द्वारा प्रदान की जाने वाली टेरिस्ट्रियल टीवी सेवायें शामिल हैं। केबल, डीटीएच, आईपीटीवी और हिट्स प्लेटफॉर्म के माध्यम से टीवी चैनल वितरण की मूल्य श्रृंखला को चित्र 1 में दर्शाया गया है।

सूचना और प्रसारण मंत्रालय (एमआईबी) ने दिनांक 12 दिसंबर 2012 (अनुलग्नक 1) के अपने पत्र के माध्यम से ट्राई अधिनियम, 1997 की धारा 11 (1) (ए) के तहत प्राधिकरण से केबल टीवी सेवाओं

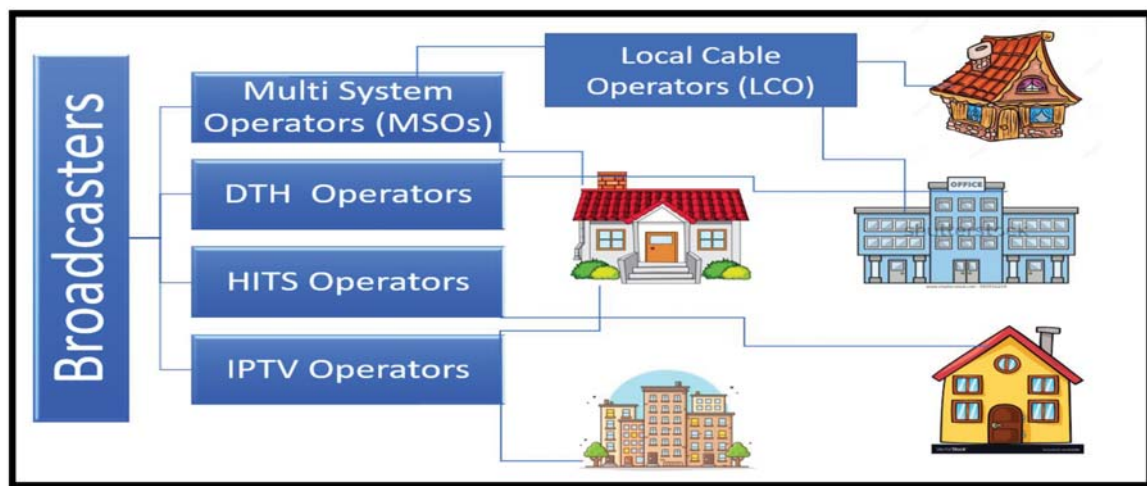


Figure 1.: Broadcasting and Distribution Value Chain

TV services. The reference states that in view of the fact that the cable TV distribution is virtually monopolized by a single entity in some states, it has become necessary to examine whether there is a need to bring in certain reasonable restrictions on Multi System Operators (MSOs) and Local Cable operators (LCOs), including restricting their area of operation or restricting the subscriber base to prevent monopoly. TRAI had, therefore, been requested to provide its recommendations under Section 11(1)(a) of the TRAI Act on the following:

“In order to ensure fair competition, improved quality of service, and equity, should any restriction be imposed on MSOs/LCOs to prevent monopolies/accumulation of interest? If yes, what restrictions should be imposed and what should be the form, nature, and scope of such restrictions? Accordingly, amendments required in the Cable Television Networks (Regulation) 1995 Act and Rules framed thereunder may also be suggested.”

After following a due consultation process, the Authority issued its recommendations on Monopoly/Market dominance in the cable TV services on 26th November 2013 (Recommendations are available on www.trai.gov.in).

TRAI has now received a back reference dated 19th February 2021 from MIB (Annexure 2) mentioning therein that a considerable time has passed since the recommendations were made and that the media and entertainment (M&E) landscape has changed drastically, particularly with the advent of new digital technologies in this sector, and, therefore, MIB felt that some of the issues need further consideration by the Authority and it may provide a fresh set of recommendations in the matter looking at the subsequent developments/expansion in the M&E sector.

Accordingly, TRAI issues this Consultation paper to seek the comments/views of the stakeholders on monopoly/market dominance/ competition issues in cable TV services. Chapter 2 discusses overview of broadcasting sector in India and the level of competition in television distribution. Chapter 3 discusses monopoly/market dominance/competition issues in the cable TV industry. Summary of the issues for consultation has been provided in Chapter 4. Measures used to assess market concentration have been explained in Appendix I. International experience on cable TV distribution and guidelines on mergers and acquisitions are appended as Appendix II and Appendix III respectively.

में बाजार दबदबा/एकाधिकार से संबंधित मुद्दों पर सिफारिशों की मांग की थी। संदर्भ में कहा गया है कि इस तथ्य को ध्यान में रखते हुए कि कुछ राज्यों में केवल टीवी वितरण पर एक ही इकाई का एकाधिकार है, यह जांचना जरूरी हो गया है कि क्या मल्टी सिस्टम ऑपरेटर्स (एमएसओ) और स्थानीय केबल ऑपरेटर्स (एलसीओ) पर कुछ उचित प्रतिबंध लगाने की आवश्यकता है, जिसमें उसके संचालन के क्षेत्र को सीमित करना या ग्राहक आधार को प्रतिबंधित करना या एकाधिकार को रोकने के लिए ग्राहक आधार को प्रतिबंधित करना शामिल है। इसलिए ट्राई ने निम्नलिखित पर ट्राई अधिनियम की धारा 11 (1) (ए) के तहत अपनी सिफारिशें प्रदान करने का अनुरोध किया गया था:

‘निष्पक्ष प्रतिस्पर्धा, सेवा की बेहतर गुणवत्ता और इक्विटी सुनिश्चित करने के लिए, क्या एकाधिकार/रूचि के संचय को रोकने के लिए एमएसओ/एलसीओ पर कोई प्रतिबंध लगाया जाना चाहिए? यदि हां, तो कौन सा प्रतिबंध लगाया जाना चाहिए और ऐसे प्रतिबंधों का स्वरूप, प्रकृति और दायरा क्या होना चाहिए? तदनुसार, केबल टेलीविजन नेटवर्क (विनियमन) 1995 अधिनियम और उसके तहत बनाये गये नियमों में आवश्यक संशोधनों का सुझाव भी दिया जा सकता है।’

एक उचित परामर्श प्रक्रिया का पालन करने के बाद प्राधिकरण ने 26 नवंबर 2013 को केबल टीवी सेवाओं में एकाधिकार/बाजार प्रभुत्व पर अपनी सिफारिशें जारी की (सिफारिशें www.trai.gov.in पर उपलब्ध हैं)।

ट्राई को अब एमआईवी (अनुलग्नक 2) से 19 फरवरी 2021 को एक बैक रेफरेंस प्राप्त हुआ है जिसमें उल्लेख किया गया है सिफारिश करने के समय से लेकर अब तक काफी समय बीत चुका है और मीडिया व मनोरंजन (एमएंडई) परिदृश्य में काफी बदलाव आया है, विशेष रूप से इस क्षेत्र में नयी डिजिटल तकनीकियों के आगमन के साथ, और इसलिए, एमआईवी ने महसूस किया कि कुछ मुद्दों पर प्राधिकरण द्वारा और विचार करने की आवश्यकता है और यह एम एंड ई क्षेत्र के बाद के विकास/विस्तार को देखते हुए मामले में सिफारिशों का एक नया सेट प्रदान कर सकता है।

इसके अनुसार, ट्राई केबल टीवी सेवाओं में एकाधिकार/बाजार प्रभुत्व/प्रतिस्पर्धा के मुद्दों पर हितधारकों की टिप्पणियों/विचार प्राप्त करने के लिए यह परामर्श पत्र जारी करता है। अध्याय 2 भारत में प्रसारण क्षेत्र के अवलोकन और टेलीविजन वितरण में प्रतिस्पर्धा के स्तर पर चर्चा करता है। अध्याय 3 केबल टीवी उद्योग में एकाधिकार/बाजार प्रभुत्व/प्रतिस्पर्धा के मुद्दों पर चर्चा करता है। परामर्श के लिए मुद्दों का सारांश अध्याय 4 में प्रदान किया गया है। बाजार संकेंद्रण का आकलन करने के लिए उपयोग किये गये उपायों को परिशिष्ट 1 में समझाया गया है। केबल टीवी वितरण और अंतरराष्ट्रीय अनुभव और विलय या अधिग्रहण पर दिशानिर्देश क्रमशः परिशिष्ट II और परिशिष्ट III के रूप में संलग्न हैं।

OVERVIEW OF BROADCASTING SECTOR AND THE LEVEL OF COMPETITION IN TELEVISION DISTRIBUTION

The Indian Media & Entertainment (M&E) industry is a sunrise sector for the economy. It has shown tremendous growth over the years. The sector grew from INR 1.026 trillion in 2014 to INR 1.38 trillion in 2020. Further, with digitization and evolution of broadband networks, the sector offers huge potential for increased demand and business revenues.

Television continues to be the major contributor to the revenue of M&E sector. As per FICCI EY report published in March 2021 television registered a revenue of INR 685 billion in 2020. Figure 2 reflects the contribution of all segments in total M&E sector revenue:

The broadcasting sector in the country has witnessed significant growth over the last two decades. Both the Government and the Telecom Regulatory Authority of India (TRAI) have been steadfast in promoting plurality of broadcasting channels and multiple distribution platforms to ensure that consumers have a choice of services. The multiple platforms have also ensured competitive market leading to affordability. At an average price of \$~5.5, Indian consumer pays around 20 to 25% as compared to a TV consumer in UK, USA, Thailand, or Malaysia.

India's television industry stands at INR 68,500 crores in 2020 as compared to INR 78,800 crores in 2019. Subscription revenues account for around 60-65% of the overall industry revenue. Subscription revenues has fallen from INR 46,800 crores in 2019 to INR 43,400 crores in 2020. On a similar note, advertisement revenue during 2020 was INR 25,100 crores as compared to INR 32,000 crores in 2019. The decline is mainly attributable to the COVID 19. However, as the spread of coronavirus is reducing, the television industry is registering an upward

प्रसारण क्षेत्र का अवलोकन और टेलीविजन प्रसारण में प्रतिस्पर्धा का स्तर

भारतीय मीडिया और मनोरंजन (एमएंडई) उद्योग अर्थव्यवस्था के लिए एक उभरता हुआ क्षेत्र है। इसने पिछले कुछ वर्षों में जबरदस्त बढ़ोतरी दर्ज की है। यह क्षेत्र 2014 में 1.026 ट्रिलियन रुपये से बढ़कर 2020 में 1.38 ट्रिलियन रुपये हो गया है। इसके अलावा ब्रॉडबैंड नेटवर्क के डिजिटलीकरण और विकास के साथ, यह क्षेत्र बढ़ी हुई मांग और व्यवसायिक राजस्व के लिए बड़ी संभावनायें प्रदान करता है।

एमएंडई क्षेत्र के राजस्व में टेलीविजन का प्रमुख योगदान है। मार्च 2021 में प्रकाशित फिक्की ईवाई रिपोर्ट के अनुसार टेलीविजन ने 2020 में 685 बिलियन रुपये का राजस्व दर्ज किया। चित्र 2 कुल एमएंडई क्षेत्र के राजस्व में सभी खंडों के योगदान को दर्शाता है:

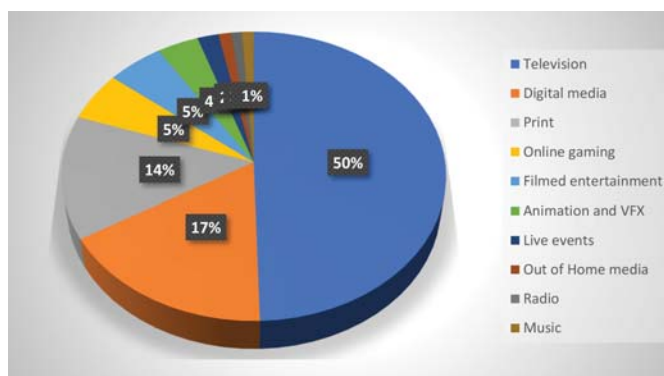


Figure 2.: Segment wise Revenue of M&E industry (2020)
(All figures are gross of taxes (INR in billion) for calendar years | EY estimates)

देश में प्रसारण क्षेत्र ने पिछले दो दशकों में उल्लेखनीय वृद्धि देखी है। सरकार और भारतीय दूरसंचार नियामक प्राधिकरण (ट्राई) दोनों ही प्रसारण चैनलों और कई वितरण प्लेटफॉर्मों की बहुलता को बढ़ावा देने के लिए दृढ़ रहे हैं ताकि यह सुनिश्चित किया जा सके कि उपभोक्ताओं के पास सेवाओं का विकल्प है। कई प्लेटफॉर्मों ने प्रतिस्पर्धा बाजार को सुनिश्चित किया है जिससे वहन करने की क्षमता बढ़ गयी

है। 5.5 डॉलर की औसत मूल्य पर भारतीय उपभोक्ता यूके, यूएस, थाईलैंड व मलेशिया में टेलीविजन उपभोक्ताओं की तुलना में लगभग 20 से 25% का भुगतान करता है।

भारत का टेलीविजन उद्योग 2019 में 78800 करोड़ रुपये की तुलना में 2020 में 68500 करोड़ रुपये का है। सब्सक्रिप्शन राजस्व कुल उद्योग राजस्व का लगभग 60-65% है। सब्सक्रिप्शन राजस्व 2019 में 46800 करोड़ रुपये से घटकर 2020 में 43400 करोड़ रुपये रह गया। बिल्कुल इसी तर्ज पर 2019 में 32000 करोड़ रुपये की विज्ञापन राजस्व की तुलना में 2020 में यह घटकर 25100 करोड़ रुपये रह गया। यह गिरावट मुख्य रूप से कोविड-19 के कारण हुआ। हालांकि जैसे कोरोनावायरस का प्रसार कम हो रहा है, टेलीविजन उद्योग काफी तेजी से

movement and the situation is improving. As per a latest report issued by the Broadcast Audience Research Council, India (BARC) in June 2021, in the first half of 2021, weekly TV Viewership stood at an average of 921 billion viewing minutes.

The traditional broadcasting and cable TV sector comprise of broadcasters, cable TV services (MSO and LCO), DTH services, terrestrial TV services, HITS services, IPTV services, and broadcast radio services. Commensurate with the growth in the subscriber base, the number of platforms and service providers have increased.

Since the advent of the regulatory regime in 2004, the technology and ecosystem has evolved from analogue in 2004 to the digital mode by March 2017. The quality of analogue transmission was poor; hence consumers did not receive high quality services. Various stakeholders, especially the broadcasters, had serious concerns as the number of viewers could not be correctly ascertained in the analogue network. To address these issues, MIB, pursuant to the recommendation of TRAI, amended the Cable Television Regulation Act (1995) in 2011 to enforce implementation of Digital Addressable System (DAS). Digitization of Cable TV means that cable network delivers digital signal to consumers' doorstep. With this technology subscribers get superior picture and sound quality, a large bouquet of channels and choice of channel. DAS also opens possibilities of introducing other services such as games and movies on demand. The process of digitization started in India in 2012 and culminated in March 2017.

In the DAS-based TV services value chain, a broadcaster uplinks signals of the television channel to a satellite in encrypted form. The distributor receives the signals from the satellite and decodes them using the decoder provided by the broadcaster. After processing and merging the TV Channel signals of multiple broadcasters and platform services, the distributor encrypts the combined signals and retransmits it further, either directly or through the local cable operator, to the customer. The distributor could be a MSO, a DTH operator, a HITS operator, or an IPTV operator.

To enable the Indian broadcasting sector to realize the gains of digitization, TRAI, after due consultation process, published a comprehensive regulatory framework for DAS on 3rd March 2017. This framework comprised of the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services Interconnection (Addressable Systems) Regulations, 2017, the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services

वद्वेतरती दर्ज कर रहा है और स्थिति में सुधार हो रहा है। ब्रॉडकास्ट ऑडियंस रिसर्च काउंसिल, इंडिया (बीएआरसी) द्वारा जून 2021 में जारी एक नवीनतम रिपोर्ट के अनुसार 2021 की पहली छमाही में सप्ताहिक टीवी व्यूअरशिप औसतन 921 बिलियन व्यूइंग मिनट था।

पारंपरिक प्रसारण और केवल टीवी क्षेत्र में प्रसारण, केवल टीवी सेवायें (एमएसओ व एलसीओ), डीटीएच सेवायें, टेरिस्ट्रियल टीवी सेवायें, एचआईटीएस सेवायें, आईपीटीवी सेवायें और प्रसारण रेडियो सेवायें शामिल हैं। ग्राहक आधार में वृद्धि के अनुरूप, प्लेटफॉर्मों और सेवा प्रदाताओं की संख्या में वृद्धि हुई है।

2004 में नियामक व्यवस्था के आगमन के बाद तकनीकी और पारिस्थितिकी तंत्र 2004 में एनालॉग से मार्च 2017 तक डिजिटल मोड में विकसित हुआ है। एनालॉग ट्रांसमिशन की गुणवत्ता खराब थी, इसलिए उपभोक्ताओं को उच्च गुणवत्ता वाली सेवायें नहीं मिलीं। विभिन्न हितधारकों, विशेष रूप से प्रसारकों को गंभीर चिंता थी क्योंकि एनालॉग नेटवर्क में दर्शकों की सही संख्या का पता लगाना मुश्किल था। इन मुद्दों को हल करने के लिए, एमआईबी, ट्राई की सिफारिशों के अनुसार डिजिटल एड्रेसेबल सिस्टम (डीएस) के कार्यान्वयन को लागू करने के लिए 2011 में केवल टेलीविजन विनियमन अधिनियम, (1995) में संशोधन किया। केवल टीवी के डिजिटाइजेशन का मतलब है कि केवल नेटवर्क उपभोक्ताओं के दरवाजे तक डिजिटल सिगनल पहुंचाता है। इस तकनीकी के साथ ग्राहकों के बेहतर वीडियो व ऑडियो की गुणवत्ता, चैनलों का बड़ा बुके और चैनल का विकल्प मिलता है। डीएस के तहत मांग पर गेम और मूवी जैसी अन्य सेवाओं को शुरू करने की भी संभावनायें भी खोलता है। भारत में डिजिटलीकरण की प्रक्रिया 2012 में शुरू हुई और मार्च 2017 में समाप्त हुई।

डीएस आधारित टीवी सेवा मूल्य श्रृंखला में, एक प्रसारक टेलीविजन चैनल के सिगनलों को एन्क्रिप्टेड रूप में एक सैटेलाइट से अपलिंक करता है। वितरक सैटेलाइट से सिगनल प्राप्त करता है और प्रसारक द्वारा प्रदान किये गये डिकोडर का उपयोग करके उन्हें डिकोड करता है। कई प्रसारकों और प्लेटफॉर्म सेवाओं के टीवी चैनल सिगनलों को संसाधित और विलय करने के बाद, वितरक संयुक्त सिगनलों को एन्क्रिप्ट करता है और इसे सीधे या स्थानीय केवल ऑपरेटरों के माध्यम से ग्राहकों को आगे भेजता है। वितरक एमएसओ, डीटीएच ऑपरेटर, हिट्स ऑपरेटर या आईपीटीवी ऑपरेटर हो सकता है।

भारतीय प्रसारण क्षेत्र को डिजिटलीकरण के लाभों का एहसास करने में सक्षम बनाने के लिए ट्राई ने उचित परामर्श प्रक्रिया के बाद, 3 मार्च 2017 को डीएस के लिए एक व्यापक नियामक ढांचा प्रकाशित किया। इस ढांचे में दूरसंचार (प्रसारण और केवल) सेवायें इंटरकनेक्शन (एड्रेसेबल सिस्टम) विनियम, 2017, दूरसंचार (प्रसारण और केवल) सेवा की गुणवत्ता के मानक और उपभोक्ता संरक्षण (एड्रेसेबल सिस्टम)

Standards of Quality of Service and Consumer Protection (Addressable Systems) Regulations, 2017, and the Telecommunication (Broadcasting and Cable) Services (Eighth) (Addressable Systems) Tariff Order, 2017, for providing broadcasting services. This framework was notified in March 2017. However, it came into effect from 29th December 2018 after satisfying legal challenges / pronouncements.

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 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

विनियम, 2017 और प्रसारण सेवायें प्रदान करने के लिए दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवा की गुणवत्ता के मानक और उपभोक्ता संरक्षण (एड्रेसेबल सिस्टम) विनियम, 2017 और दूरसंचार (प्रसारण और केबल) सेवायें (आटवां) (एड्रेसेबल सिस्टम) टैरिफ आदेश 2017 शामिल है। इस द्वांचे को मार्च 2017 में अधिसूचित किया गया था। हालांकि यह कानूनी चुनौतियों/घोषणाओं को पूरा करने के बाद 29 दिसंबर 2018 से लागू हुआ।

भारतीय केबल टीवी उद्योग की वर्तमान स्थिति

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

1990 में खाड़ी युद्ध के दौरान विदेशी चैनलों की मांग के साथ केबल टेलीविजन व्यवसाय में अत्यधिक वृद्धि दर्ज की गयी। 1991 में आर्थिक उदारीकरण, जिसने सैटेलाइट एंटीना की खरीद और स्थापित करने की प्रक्रिया को सरल बनाया, ने विकास को और बढ़ावा दिया। 1992 में स्टार टीवी और जी टीवी के लॉन्च ने केबल टीवी के प्रसार को और बढ़ावा दिया। मार्केट रिसर्च फर्म, फ्रैंक स्मॉल (स्टार टीवी के लिए किया गया अध्ययन) द्वारा किये गये अध्ययन के अनुसार जनवरी 1992 में केबल 412,000 केबल टीवी घरों से नवंबर 1992 तक केबल घरों की संख्या 1.2 मिलियन हो गयी। इसके बाद, जैसे ही टेलीविजन चैनलों के लिए मांग और आपूर्ति में उल्लेखनीय वृद्धि हुई, कई केबल ऑपरेटर एक साथ आये और बड़े पैमाने के अर्थव्यवस्थाओं से लाभ प्राप्त करने और बेहतर बातचीत शक्ति प्राप्त करने के लिए हाथ मिलाया।

डीएएस की शुरुआत के साथ सरकार ने 28 अप्रैल 2012 को केबल टेलीविजन नेटवर्क (संशोधन) नियम, 2012 जारी करके केबल टेलीविजन नेटवर्क नियमों में संशोधन किया है, जिसके अनुसार डीएएस अधिसूचित क्षेत्रों में कार्यरत एक एमएसओ को केबल ऑपरेटर के रूप में पंजीकरण के अलावा एमआईवी से आवश्यक अनुमति प्राप्त करने की आवश्यकता होती है। केबल टीवी अधिनियम की धारा 4 की उप-धारा (1) के तहत, केबल टेलीविजन नेटवर्क के संचालन के लिए एक व्यक्ति को पंजीकरण प्राधिकारी के साथ केबल ऑपरेटर के रूप में पंजीकरण करना आवश्यक है। स्थानीय क्षेत्र के प्रधान डाकघर के प्रधान डाकपाल को स्थानीय केबल ऑपरेटरों के लिए पंजीकरण प्राधिकारी के रूप में अधिसूचित किया गया है।

केबल टीवी अधिनियम और केबल टीवी नियम किसी विशिष्ट क्षेत्र में कार्यरत एमएसओ/एलसीओ की संख्या को सीमित नहीं करते हैं। कुछ बड़े एमएसओ हैं जो कई राज्यों/केंद्र शासित प्रदेशों में कार्य करते हैं, जबकि अन्य एमएसओ या तो क्षेत्रीय स्तर पर या छोटे क्षेत्र में काम करते हैं। डिजिटलीकरण के प्रारंभिक चरणों में, आवेदक एमएसओ द्वारा उल्लेखित डीएएस अधिसूचित क्षेत्रों में विशिष्ट शहर, कस्बे, राज्य या

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 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.

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

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 लागू होने से एमएसओ के बिजनेस मॉडल में बदलाव आया है। इससे पहले, स्थानीय केबल ऑपरेटर स्थानीय टेलीविजन चैनल/प्लेटफॉर्म चैनल सम्मिलित कर सकते थे। हालांकि डीएस के कार्यान्वयन के अनुसरण में, प्रसारकों से प्राप्त सभी चैनलों या प्लेटफॉर्म चैनलों को उपभोक्ताओं के एलसीओ को ट्रांसमिशन से पहले एमएसओ द्वारा एक साथ एन्क्रिप्ट किया जाना है। एमएसओ एक सब्सक्राइबर मैनेजमेंट सिस्टम (एसएमएस) रखता है जहां प्रत्येक ग्राहक और उसकी चैनल प्राथमिकताओं के बारे में विवरण संग्रहीत किया जाता है। सीएस/एसएमएस के माध्यम से प्राधिकरण के अनुसार सभी चैनल अब एमएसओ द्वारा कॉन्फिगुर किये गये सेट टॉप बॉक्स (एसटीबी) के माध्यम से ग्राहक की ओर से डिक्लिप्ट किये गये हैं। इसलिए डीएस के वातावरण में, एमएसओ उपभोक्ताओं और उनकी प्राथमिकताओं का रिकॉर्ड रखते हैं।

बाजार संरचना पर नये नियामक ढांचे का प्रभाव

इससे 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 पड़ता था। छोटे और मध्यम आकार के एमएसओ के लिए प्रसारकों के साथ प्रतिस्पर्धी सौदों पर बातचीत करना बहुत कठिन था। हालांकि उस समय के मौजूदा नियम रेफरेंस इंटरकनेक्ट ऑफर (आरआईओ) आधारित मूल्य निर्धारण तंत्र के लिए प्रदान किये गये थे, इसे बातचीत के जरिये तय शुल्क सौदों के माध्यम से निष्फल बना दिया गया था। बाजार में व्यापक भेदभाव व्याप्त था। कई अन्य कदाचार बाजार में प्रचलित थे, जैसे कर से बचाव और खराब कर अनुपालन, उपभोक्ता की पसंद का प्रावधान न करना, कैरिज शुल्क के लिए भेदभावपूर्ण मांग आदि पुराने ढांचे में मौजूद था।

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

वितरकों को 'मस्ट प्रोवाइडर' प्रावधान के तहत अधिकार प्राप्त हैं। वे अब किसी भी प्रसारक द्वारा प्रकाशित रियो पर हस्ताक्षर कर सकते

CONSULTATION PAPER

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 broadcasters as on 31st August 2021. Further, there are 1733 registered MSOs as on 1st September 2021, approximately 1,55,303 cable operators as on March 2021, 1 HITS operator, 4 pay DTH operators and few IPTV operators, 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 912 private satellite TV channels as on 31st August 2021 permitted by the MIB. These channels comprise of Three hundred & Eighty-Eight (388) news and current affairs channels and Five Hundred 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, 70.99 million total active DTH subscribers and 2.15 million HITS subscribers. In addition, there are 38 million subscribers 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 3 shows the pattern of increase in the number of registered MSOs:

Further, Table 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.

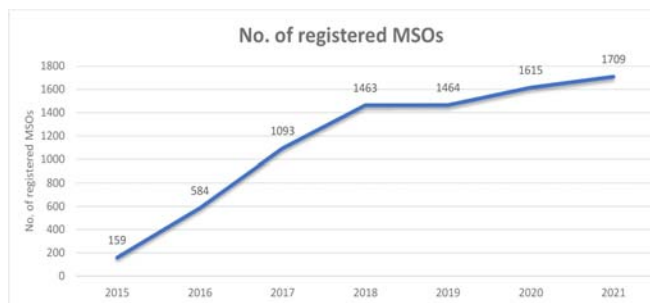


Figure 3.: Rapidly increasing number of registered MSO

हैं और भेज सकते हैं और इसे एक वाध्यकारी समझौते के रूप में माना जाता है। फ्रेमवर्क, सब्सक्रिप्शन राजस्व के रूप में नेटवर्क क्षमता शुल्क (एनसीएफ) प्रदान करता है। ऐसा राजस्व एमएसओ को उसके स्वयं के प्रयासों/प्रदान की गयी सेवाओं के लिए प्राप्त होता है।

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

सरकार ने निजी सैटेलाइट चैनलों के लिए एक पारदर्शी लाइसेंसिंग ढांचे को अपनाया है। नतीजतन पिछले दो दशकों के दौरान सैटेलाइट टीवी चैनलों की संख्या में तेजी से बढ़ाव देखा गया है। एमआईवी द्वारा 31 अगस्त 2021 तक 912 निजी सैटेलाइट चैनलों को एमआईवी द्वारा अनुमति दी गयी थी। इन चैनलों में तीन सौ अट्वासी (388) समाचार और करेंट अफेयर्स चैनल और पांच सौ चौबीस (524) गैर समाचार और करेंट अफेयर्स चैनल शामिल है।

मार्च 2021 के अंत में अनुमानित 184.14 मिलियन टीवी घर दूरदर्शन के टेरिस्ट्रियल टीवी नेटवर्क के अलावा केवल टीवी सेवाओं, डीटीएच सेवाओं, हिट्स सेवाओं, आईपीटीवी सेवाओं का लाभ उठा रहे हैं। पे टीवी जगत में लगभग 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 टेरिस्ट्रियल टीवी सेवाओं के 38 मिलियन टीवी ग्राहक हैं। इसके अलावा मई 2021 में सेवा प्रदाताओं द्वारा ट्राई के साथ साझा किये गये आंकड़े आंकड़ों के अनुसार इस क्षेत्र के शीर्ष 14 एमएसओ लगभग 45.7 मिलियन ग्राहकों को सेवा करते हैं।

यह ध्यान देने योग्य है कि पंजीकृत एमएसओ की संख्या 2015 की शुरुआत में लगभग 160 से सितंबर 2021 में 1733 हो गयी। चित्र 2.2 पंजीकृत एमएसओ की संख्या में वृद्धि के पैटर्न को दर्शाता है:

इसके अलावा नीचे दी गयी सूची 2.1 में कुछ प्रमुख एमएसओ को उनके संचालन क्षेत्रों के साथ सूचीबद्ध किया गया है जिनके पास मार्च 2021 के अंत में एक मिलियन से अधिक ग्राहक आधार हैं।

CONSULTATION PAPER

Table 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	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 P 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

टेबल 1 : जून 2021 के अंत में प्रमुख एमएसओ/हिट्स ऑपरेटरों का सब्सक्राइबर आधार
(एक मिलियन से अधिक सब्सक्राइबर)

क्र. स.	ऑपरेटर का नाम	कुल सक्रिय उपभोक्ता आधार	संचालन का क्षेत्र
1.	सिटी केवल	7861314	आंध्र प्रदेश, असम, वीएच, छत्तीसगढ़, गुज., हरि., झारखंड, केटीके, केईआर, एमपी, एमएच, मणिपुर, मेघालय, दिल्ली, उड़ीसा, राज., तेलंगाना, यूपी, उत्तरांचल, डब्ल्यूवी
2.	जीटीपीएल हेथवे	7833694	आंध्र प्रदेश, असम, वीएच, गोवा, गुज., झारखंड, एमएच, मणिपुर, मेघालय, पांडिचेरी, उड़ीसा, राज., टीएन, तेलंगाना, त्रिपुरा, डब्ल्यूवी
3.	हेथवे डिजिटल	5603942	आंध्र प्रदेश, असम, छत्तीसगढ़, दिल्ली, हरि, केटीके, एमपी, उड़ीसा, राज, सिक्किम, तेलंगाना, यूपी, डब्ल्यूवी
4.	डेन नेटवर्क	4862741	वीएच, दिल्ली, गुज, हरि, झारखंड, केटीके, केईआर, एमपी, एमएच, राज, यूपी, उत्तरांचल, डब्ल्यूवी
5.	तामिझाग केवल टीवी कम्युनिकेशन प्रा लि	3693943	आंध्र प्रदेश, केटीके, पांडिचेरी, टीएन
6.	केरल कम्युनिकेटर्स केवल लिमिटेड	2889439	केरल
7.	तमिलनाडु अरासु केवल टीवी	2885583	टीएन
8.	फास्टवे ट्रांसमिशन प्रा लि	2195619	चंडीगढ़, दिल्ली, एचपी, हरि, पंजाब, राजस्थान, यूपी, उत्तरांचल
9.	एनएक्सटीडिजिटल लि (हिट्स)	2025202	दमन व द्वीव को छोड़कर सभी राज्य
10.	काल केबल्स	2081801	आंध्र प्रदेश, केटीके, टीएन
11.	वीके डिजिटल	1845823	केटीके, पांडिचेरी, टीएन
12.	एशियानेट डिजिटल नेटवर्क	1208681	आंध्र प्रदेश, केटीके, केईआर, उड़ीसा, तेलंगाना
13.	एनएक्सटी डिजिटल लि (केवल टीवी)	1105650	दिल्ली, गुज, हरि, केटीके, एमएच, यूपी

CONSULTATION PAPER

In addition, there are 4 pay DTH operators offering DTH service in India. Table 2 below lists out these DTH operators along with their total active subscriber base and the areas of their operation:

Table 2.: Subscriber base of DTH operators at the end of June 2021

Sl. No.	Name of the DTH operator	Total Active Subscriber Base	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

From Table 1 and Table 2, one may aver that as multiple distribution platforms are available, the potential monopoly of a single service provider like a MSO is unlikely.

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

इसके अलावा भारत में 4 पे डीटीएच ऑपरेटर डीटीएच सेवा की पेशकश कर रहे हैं। नीचे दी गयी टेबल में 2 इन डीटीएच ऑपरेटरों को उनके कुल सक्रिय ग्राहक आधार और उनके संचालन के क्षेत्रों के साथ सूचीबद्ध करता है:

टेबल 1 : जून 2021 के अंत में डीटीएच ऑपरेटरों का सब्सक्राइबर आधार

क्र. स. का नाम	डीटीएच ऑपरेटर	कुल सक्रिय उपभोक्ता आधार	संचालन का क्षेत्र
1.	डिश टीवी इंडिया लि	16,386,112	पूरा भारत
2.	टाटा स्काई लि	23,313,414	पूरा भारत
3.	सन डायरेक्ट टीवी प्रा लि	12, 164,149	पूरा भारत
4.	भारती टेलीमीडिया लि	17, 998,950	पूरा भारत

टेबल 1 और टेबल 2 से, कोई यह कह सकता है कि चूंकि कई वितरण प्लेटफॉर्म उपलब्ध हैं, इसलिए एमएसओ जैसे एकल सेवा प्रदाता के संभावित एकाधिकार की संभावना नहीं है।

कोई एमएसओ के रूप में पंजीकरण के लिए प्रवेश स्तर की आवश्यकताओं का भी उल्लेख कर सकता है। एमआईवी ने अपने पत्र सं. 2/31/2016-डीएस दिनांक 16 मई 2018 ने ट्राई से एमएसओ के लिए उपयुक्त 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 एंटी लेवल नेटवर्थ आवश्यकता पर अपनी सिफारिशों में सिफारिश की थी कि एमएसओ पंजीकरण के लिए न्यूनतम प्रवेश स्तर का निवल मूल्य के निर्धारण की कोई आवश्यकता नहीं है। जैसाकि प्रचलित है कि केवल टीवी नियमों के प्रावधानों को पूरा करने वाले किसी भी व्यक्ति, कंपनी, कॉर्पोरेट फर्म या एलएलपी को एमएसओ पंजीकरण दिया जा सकता है। सरकार ने सिफारिश को विधिवत स्वीकार कर लिया है। इसलिए, सेवा प्रदाता बनने के लिए एक नयी व्यवसायिक इकाई की अनुमति/पंजीकरण में शायद ही कोई प्रवेश बाधा है।

इसके अलावा नियामक ढांचा प्रसारकों द्वारा नये एमएसओ को सिगनलों को समयवद्ध तरीके से प्रदान करने का प्रावधान करता है। इसके साथ ही नयी नियामक व्यवस्था छोटे से छोटे एमएसओ को भी रेफ्रेंस इंटरकनेक्ट ऑफर के आधार पर गैर-भेदभावपूर्ण इंटरकनेक्शन शर्तों को प्राप्त करने में सक्षम बनाती है।

इसके अलावा, एमआईवी दिशा निर्देशों के अनुसार कोई भी व्यक्ति केवल एक लाख रुपये (1,00,000₹) की प्रोसेसिंग शुल्क जमा करके खुद को एमएसओ के रूप में पंजीकृत करवा सकते हैं। साथ ही

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 of a MSOs subscriber base comes through LCOs. The following data (Table 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 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

250 चैनल हैडएंड स्थापित करने की अनुमानित लागत लगभग 2.75 मिलियन रुपये है। आवेदन प्रक्रिया को काफी हद तक सरल बनाया गया है। अब कोई भी एमआईवी के प्रसारण पोर्टल पर ऑनलाइन आवेदन कर सकता है। ऐसे कुछ उदाहरण हैं जहां एलसीओ एक साथ आये हैं और उन्होंने एमएसओ के रूप में काम करना शुरू कर दिया है। ऐसे एलसीओ समूहों को एक निश्चित व्यवसायिक लाभ होता है क्योंकि वे जमीनीस्तर पर व्यवसाय को समझते हैं।

शीर्ष 15 डीपीओ (एमएसओ व एचआईटीएस) (जैसाकि ट्राई को रिपोर्ट किया गया है) के ग्राहक आधार के आंकड़ों के अनुसार एमएसओ के ग्राहक आधार का एक बड़ा प्रतिशत एलसीओ के माध्यम से आता है। निम्नलिखित डेटा (टेबल 3) से पता चलता है कि एक एमएसओ के ग्राहकों की कुल संख्या में से, लगभग 97.5% ग्राहक द्वितीयक ग्राहक हैं (एलसीओ के माध्यम से)।

उपरोक्त टेबल में एक महत्वपूर्ण पैरामीटर एलसीओ के माध्यम से उपभोक्ताओं को सेवा प्रदान करने का प्रतिशत है। इसके अलावा एलसीओ किसी एक एमएसओ पर निर्भर नहीं है। एलसीओ के पास अतिरिक्त लाभ की तलाश में या किसी प्रतिकूल परिस्थितियों के मामले में दूसरे एमएसओ में स्थानांतरित करने की छूट है। इसके अलावा, एलसीओ हिट्स ऑपरेटरों के माध्यम से दूर दराज के क्षेत्रों तक भी पहुंच सकते हैं, क्योंकि हाल के कुछ वर्षों में दूरसंचार बैंडविड्थ कहीं अधिक किफायती हो गयी है।

इसलिए कोई यह विचार कर सकता है कि ट्राई और सरकार द्वारा समय पर नीति और नियामक हस्तक्षेप के माध्यम से प्रसारण क्षेत्र की अर्थ व्यवस्था ने चौतरफा विकास किया है। यह क्षेत्र एमएसओ, डीटीएच, हिट्स और आईपीटीवी जैसे विभिन्न वितरण प्लेटफॉर्म ऑपरेटरों की उपस्थिति के साथ एक जीवंत परिदृश्य प्रस्तुत करता है। इसके अलावा नये नियामक ढांचे ने अधिक विकास को सक्षम किया है क्योंकि यह विकृत व भेदभावपूर्ण प्रथाओं को प्रतिबंधित करता है। यह नये ढांचे के कारण है, कि देश में हाल के वर्षों में एमएसओ की कुल संख्या में लगातार बढ़ोतरी देखने को मिल रही है। इस तरह की घटनाक्रम प्रतियोगिता के लिए शुभ संकेत है। कोई यह कह सकता है कि बाजार में पहले से ही पर्याप्त प्रतिस्पर्धा है और वर्तमान में केवल सेवाओं में एकाधिकार/वाजार प्रभुत्व के मुद्दे को विनियमित करने की कोई आवश्यकता नहीं है।

इसका प्रतिवाद यह हो सकता है कि एमएसओ के व्यवसाय में प्रतिस्पर्धा का स्तर पूरे देश में एक समान नहीं है (टेबल 1 को देखते हुए)। कुछ राज्यों (जैसे दिल्ली, कर्नाटक, राजस्थान, पश्चिम बंगाल और महाराष्ट्र) में कई एमएसओ अपनी सेवायें प्रदान कर रहे हैं। जबकि तमिलनाडु, पंजाब, उड़ीसा, केरल, उत्तर प्रदेश और आंध्र प्रदेश जैसे कुछ अन्य राज्यों में केवल टेलीविजन बाजार में एक या दो एमएसओ का दबदबा है। डीटीएच सेवा प्रदाता उपभोक्ताओं के लिए एक वैकल्पिक विकल्प प्रदान करते हैं। हालांकि, कोई यह मान सकता है कि डीटीएच

CONSULTATION PAPER

**Table 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			
		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	Fastway 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

**टेबल 3 प्रमुख एमएसओ के सब्सक्राइबर आधार की प्राथमिक और माध्यमिक संख्या
(जैसाकि मई 2021 के महीने के लिए ट्राई को रिपोर्ट किया गया है)**

क्र. सं.	डीपीओ का नाम	सब्सक्राइबरों की कुल संख्या			
		प्राथमिक सब्सक्राइबर	सेकेंडरी सब्सक्राइबर	एलसीओ के माध्यम से आने वाले ग्राहकों का प्रतिशत हिस्सा	सब्सक्राइबर्स की कुल संख्या
1	सिटी नेटवर्क	34353	8085838	99.58	8120191
2	डेन नेटवर्क	19215	4898281	99.61	4917496
3	तमिलनाडु अरासु केवल टीवी	0	2892121	100.00	2892121
4	वीके डिजिटल	0	1825044	100.00	1825044
5	काल केबल्स	0	2058797	100.00	2058797
6	जीटीपीएल हेथवे	150689	7667851	98.07	7818540
7	फास्टवे ट्रांसमिशन प्रा लि	0	2207377	100.00	2207377
8	एशियानेट डिजिटल नेटवर्क	550397	658067	54.45	1208464
9	यूसीएन केवल नेटवर्क	0	642268	100.00	642268
10	हेथवे डिजिटल	262104	5395621	95.37	5657725
11	केरल कम्युनिकेटर्स केवल लि (केसीसीएल)	289	2927331	99.99	2927620
12	टीसीसीएल	0	3671748	100.00	3671748
13	एसीटी डिजिटल होम इंटरटेनमेंट प्रा लि	45564	568227	92.58	613791
14	इंडसइंड मीडिया एंड कम्युनिकेशन्स लि (हिट्स)	15302	2005686	99.24	2020988
15	इंडसइंड मीडिया एंड कम्युनिकेशन्स लि (सीएटीवी)	49832	1074298	95.57	1124130
	कुल	1127745	46578555	97.64	47706300

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.

RECENT TRENDS AND TECHNOLOGICAL DEVELOPMENTS IN CABLE TV SERVICES

With the rapid pace of technological advancements, it is possible to provide internet and telephone services over cable TV networks. The cable TV networks have already expanded and cover a large proportion of the country. Therefore, many cable operators have started offering broadband services by taking feeds from the Internet service providers (ISPs) and Telecom service providers (TSPs).

In recent years another technological advancement has taken place in the form of “Over the Top” or “OTT” service providers providing video streaming services. There may not be a recognized definition of the OTT services. The Authority in its consultation paper on Regulatory Framework for OTT services defined “OTT provider” as a service provider which offers Information and Communications Technology (ICT) services, but neither operates a network nor leases network capacity from a network operator. Instead, OTT providers rely on the global internet and access network speeds (speeds in the range of Megabits [0.5 to 3] for video streaming) to reach the user, hence going “over-the-top” of a TSP’s network. The prominence of traditional cable TV services is being challenged by the latest technological innovations in the form of OTT services.

In the financial year (FY) 2019-20, digital and OTT sector registered a growth of 26%, the highest growth amongst other segments of the M&E sector¹³. To derive benefit from OTT platforms, many Internet Service Providers (ISPs) across the country are bundling subscription-based video streaming OTT platforms to allure new subscribers. For example, Jio Fiber, started to bundle varied OTT platforms like Disney+Hotstar, Zee5, Amazon Prime Video, etc. Reliance Jio also launched

सेवायें पूरी तरह से प्रतिस्थापन योग्य नहीं है, क्योंकि कुछ कारक केवल उद्योग के लिए अद्वितीय हैं। केवल टीवी ऑपरेटर टीवी चैनलों के वितरण के अलावा ब्रॉडबैंड और वॉयस सेवा 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 संचालित होते हैं और किसी क्षेत्र विशेष में मांग के अनुसार आपूर्ति किये जाने वाले विशिष्ट चैनलों का चयन कर सकते हैं जबकि डीटीएच सेवायें राष्ट्रीयस्तर पर संचालित होती हैं और विभिन्न बाजारों में चैनलों की मांग में भिन्नता के बावजूद पूरे देश में एक ही चैनल प्रसारित करती है।

केवल टीवी सेवाओं में हाल के रुझान और तकनीकी विकास

तकनीकी प्रगति की तीव्र गति के साथ केवल टीवी नेटवर्क पर इंटरनेट और टेलीफोनी सेवायें प्रदान करना संभव है। केवल टीवी नेटवर्क पहले ही विस्तारित हो चुका है और देश के एक बड़े हिस्से को पहले ही कवर कर चुका है। इसलिए कई केवल ऑपरेटरों ने इंटरनेट सेवा प्रदाताओं (आईएसपी) और दूरसंचार सेवा प्रदाताओं (टीएसपी) से फीड लेकर ब्रॉडबैंड सेवाओं की पेशकश शुरू कर दी है।

हाल के वर्षों में वीडियो स्ट्रीमिंग सेवायें प्रदान करने वाले ‘ओवर द टॉप’ या ‘ओटीटी’ सेवा प्रदाताओं के रूप में एक और तकनीकी प्रगति हुई है। ओटीटी सेवाओं की कोई मान्यता प्राप्त परिभाषा नहीं हो सकती है। प्राधिकरण ने ओटीटी सेवाओं के लिए नियामक ढांचे पर अपने परामर्श पत्र में ‘ओटीटी प्रदाता’ को एक सेवा प्रदाता के रूप में परिभाषित किया है जो सूचना और संचार प्रौद्योगिकी (आईसीटी) सेवायें प्रदान करता है लेकिन न तो नेटवर्क संचालित करता है और न ही नेटवर्क ऑपरेटर से नेटवर्क को पट्टे पर देता है। इसके बजाय ओटीटी प्रदाता उपयोगकर्ता तक पहुंचने के लिए वैश्विक इंटरनेट और एक्सेस नेटवर्क गति (वीडियो स्ट्रीमिंग के लिए मेगाबिट्स (0.5 से 3) की रेंज में स्पीड) पर भरोसा करते हैं, इसलिए टीएसपी के नेटवर्क के ‘ओवर द टॉप’ पर जा रहे हैं। ओटीटी सेवाओं के रूप में नवीनतम तकनीकी खोजों द्वारा पारंपरिक केवल टीवी सेवाओं की प्रमुखता को चुनौती दी जा रही है।

वित्तीय वर्ष (एफवाई) 2019-20 में, डिजिटल और ओटीटी क्षेत्र ने 26% की वृद्धि दर्ज की है, जो एमएंडई क्षेत्र के अन्य क्षेत्रों में सबसे अधिक वृद्धि हुई है। ओटीटी प्लेटफॉर्म से लाभ प्राप्त करने के लिए देशभर में कई इंटरनेट सेवा प्रदाता (आईएसपी) नये ग्राहकों को लुभाने के लिए सब्सक्रिप्शन आधारित वीडियो स्ट्रीमिंग ओटीटी प्लेटफॉर्म को बंडल कर रहे हैं। उदाहरण के लिए जियो फाइबर ने डिज्नी प्लस हॉटस्टार, जी5, अमेजन प्राइम वीडियो आदि जैसे विभिन्न ओटीटी प्लेटफॉर्मों को बंडल करना शुरू कर दिया है। रिलायंस जियो ने जुलाई 2020 में जियो टीवी प्लस भी लॉन्च किया, जो उपभोक्ताओं को अपने

JioTV+ in July 2020 which enables consumers to access over 12 OTT platforms via its Set Top Box. Similarly, Airtel has launched its Airtel Xstream box with Netflix, Amazon Prime Video and Zee5 bundled for its broadband subscribers according to their plans. This pattern of bundling OTT services in their offerings is used by almost all the telecom service providers. For example, Airtel launched monthly pre-paid plans that bundle services of certain OTT platforms. Smart TVs that enable consumers to connect to the internet and other OTT platforms, besides providing access to the regular cable TV channels, are gaining market share, and are enabling increasing traction to OTT based video streaming services. Thus, with the convergence of technologies, broadband and telecom service providers are also providing alternate to broadcasting services, thereby providing consumers another avenue/option.

Therefore, one may consider that the consumers have sufficient options to avail television broadcasting services. Further as highlighted in the current reference of MIB, considerable time has elapsed since TRAI's previous Recommendations in November 2013. Meanwhile, with the advent of digital technologies the television services landscape has changed substantially. Technological developments especially the IP technology and increasing use of packet switched digital communications have made converged services possible. The telecom networks can provide access to the broadcast content in addition to telecommunication services. Similarly with digitization, cable TV networks can also provide Internet access as well as telephone services. Market related convergence also occurs as consumers desire one-stop services. Therefore, it is important to examine the subject of monopoly of cable services in-toto, keeping all alternative options into consideration. ■

सेट टॉप बॉक्स के माध्यम से 12 से अधिक ओटीटी प्लेटफॉर्मों तक पहुंचने में सक्षम बनाता है। इसी तरह एयरटेल ने अपने एयरटेल एक्सट्रीम बॉक्स को नेटफ्लिक्स, अमेजन प्राइम वीडियो और जी5 बंडल के साथ अपने ब्रॉडबैंड ग्राहकों के लिए उनकी योजना के अनुसार लॉन्च किया है। ओटीटी सेवाओं को उनके ऑफरिंग में बंडल करने का यह पैटर्न लगभग सभी दूरसंचार सेवा प्रदाताओं द्वारा उपयोग किया जा रहा है। उदाहरण के लिए एयरटेल ने मासिक प्री-पेड प्लान लॉन्च किये जो कुछ ओटीटी प्लेटफॉर्म की सेवाओं को बंडल करते हैं। स्मार्ट टीवी जो उपभोक्ताओं को नियमित केवल टीवी चैनलों तक पहुंच प्रदान करने के अलावा इंटरनेट और अन्य ओटीटी प्लेटफॉर्मों से जुड़ने में सक्षम बनाते हैं, बाजार में हिस्सेदारी हासिल कर रहा है, और ओटीटी आधारित वीडियो स्ट्रीमिंग सेवाओं के लिए बढ़ते हुए कर्षण को सक्षम कर रहे हैं। इस प्रकार तकनीकियों के कर्चजंस के साथ ब्रॉडबैंड और दूरसंचार सेवा प्रदाता भी प्रसारण सेवाओं के लिए विकल्प प्रदान कर रहे हैं जिससे उपभोक्ताओं को एक और अवसर/विकल्प उपलब्ध हो रहा है।

इसलिए, कोई विचार कर सकता है कि उपभोक्ताओं के पास टेलीविजन प्रसारण सेवाओं का लाभ उठाने के लिए पर्याप्त विकल्प है। इसके अलावा एमआईवी के मौजूदा रेफरेंस में बताया गया है कि नवंबर 2013 में ट्राई की पिछली सिफारिशों के बाद से काफी समय बीत चुका है। इस बीच डिजिटल तकनीकी के आगमन के साथ टेलीविजन सेवाओं का परिदृश्य काफी हद तक बदल गया है। तकनीकी विकास विशेष रूप से आईपी तकनीकी और पैकेड स्विच्ड डिजिटल संचार के बढ़ते उपयोग ने कर्चजंस सेवाओं को संभव बना दिया है। दूरसंचार नेटवर्क दूरसंचार सेवाओं के अलावा प्रसारण सामग्री तक पहुंच प्रदान कर सकते हैं। इसी तरह डिजिटलीकरण के साथ केवल टीवी नेटवर्क इंटरनेट के साथ-साथ टेलीफोन सेवायें भी प्रदान कर सकते हैं। बाजार से संबंधित कर्चजंस भी होता है क्योंकि उपभोक्ता वन स्टॉप सेवाओं की इच्छा रखते हैं। इसलिए सभी वैकल्पिक विकल्पों को ध्यान में रखते हुए केवल सेवाओं के एकाधिकार के विषय की पूरी तरह से जांच करना महत्वपूर्ण है। ■

**INDIA'S MOST RESPECTED TRADE MAGAZINE FOR
THE CABLE TV, BROADBAND, IPTV & SATELLITE INDUSTRY**

**... You Know What You are doing
But Nobody Else Does**



MAGAZINE

ADVERTISE NOW!

Contact:
Mob.: +91-7021850198
Tel.: +91-22-6216 5313
Email: scat.sales@nm-india.com