

भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण

अधिसूचना

नई दिल्ली, 31 जुलाई, 2006

सं. 1-13/2005-बी एंड सीएस.- भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण अधिनियम, 1997 (1997 का 24) की धारा 2 की उपधारा (1) के खण्ड (के) प्रावधान तथा धारा 11 की उपधारा (1) के खण्ड (डी) के अन्तर्गत केन्द्र सरकार द्वारा फाइल सं. 13-1/2004-रिस्ट्र से निर्गत अधिसूचना सं. 39 (एस.ओ. सं. 44 (ई) तथा 45 (ई) दिनांक 09/01/2004) के साथ पठित भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण अधिनियम, 1967 (1997 का 24) की धारा 11 की उपधारा (1) के खण्ड (बी) के उप पैरा (ii), (iii) तथा (iv) तथा उपधारा (2) के अंतर्गत प्रदत्त भाक्तियों का प्रयोग करते हुए भारतीय दूरसंचार विनियामक प्राधिकरण एतद्वारा निम्नलिखित आदे 1 जारी करता है :

1. संक्षिप्त नाम, विस्तार तथा प्रारंभ
 - (i) यह आदे 1 "दूरसंचार (ब्राडकास्टिंग तथा केबल) सेवाएं (दूसरा) टैरिफ (छठा सं. 10) आदे 1 2006 (2006 का पाँचवा)" कहा जाएगा।
 - (ii) यह आदे 1 संपूर्ण भारत में लागू होगा।
 - (iii) यह आदे 1 सरकारी राजपत्र में इसके प्रकाशन की तारीख से लागू होगा।
2. (i) दूरसंचार (ब्राडकास्टिंग तथा केबल) सेवाएं (दूसरा) टैरिफ आदे 1, 2004 (2004 का 6) के वर्तमान खण्ड 3 ए तथा उससे संबंधित प्रविष्टियों के बाद निम्नलिखित खण्ड तथा उससे संबंधित प्रविष्टियों को खण्ड 3 बी के रूप में जोड़ा जाएगा:

***3बी :** खंड 3 के नीचे दिए गए प्रावधान में उल्लिखित समान चैनलों के लिए समान दरों के निर्धारण में निम्नलिखित कारकों को ध्यान में रखा जाएगा:

- (i) नए 'पे' अथवा 'फ्री टु एयर' से 'पे' चैनल में प्रवर्तित चैनलों की किस्म तथा भाशा;

- (ii) चैनल समूह (समूहों) की कीमत में समान किस्म तथा भाशा के चैनल के लिए निर्धारित कीमत की रेंज तथा 26.12.2003 को मौजूद चैनल समूह (समूहों) की कीमतें; और
- (iii) ऐसे भाहरों, जहाँ कैस मौजूद है, में समान किस्म तथा भाशा के एक अलग चैनल की कीमतों की रेंज।”

1. व्याख्यात्मक ज्ञापन

इस आदे 1 के अनुबंध 'क' में व्याख्यात्मक ज्ञापन दिया गया है।

आदे 1ानुसार,
राके 1 कक्कड़, सलाहकार (बी एंड सीएस.)
[विज्ञापन III/IV/142/2006/असा.]

व्याख्यात्मक ज्ञापन

- 1.1 कुछ प्रमुख मल्टी सिस्टम ऑपरेटरों का प्रतिनिधित्व करने वाले संगठन, एमएसओ संगठन ने सुझाव दिया था कि सभी नए पे चैनलों (अर्थात् वे चैनल जिन्हें 26.12.2003 के बाद भुरु किया गया है) को अलग चैनल के रूप में प्रस्तुत किया जाना चाहिए। एमएसओएस के अनुसार नए पे चैनल (चैनलों)/अथवा एफटीए चैनलों को पे चैनलों में परिवर्तित करके अलग-अलग या एकल (स्टैंड अलोन) आधार पर नए अलग चैनल समूह के रूप में प्रस्तुत करने से संबंधित टैरिफ आदे 1 के मौजूदा प्रावधान प्रभावी नहीं हैं। इसके अलावा, यह भी कहा गया कि चैनल समूह के भीतर अलग-अलग चैनलों की कीमतों के संबंध में जानकारी न होने के कारण से एमएसओएस द्वारा समुचित व्यापार युक्तिसंगतता के आधार पर निर्णय लेना कठिन होता है। एमएसओ संगठन की ओर यह कहा गया कि एक नए चैनल समूह के भीतर चैनलों की अलग-अलग प्रस्तुति सुनिश्चित करने के लिए, टैरिफ आदे 1 में संशोधन करने की आवश्यकता है।
- 1.2 उपर्युक्त के संदर्भ में एसएसओ संगठन ने अपने 14 मार्च, 2005 के पत्र के माध्यम से टैरिफ आदे 1 में संशोधन का प्रस्ताव किया। उन्होंने अनुरोध किया कि 1.10.2004 के टैरिफ आदे 1 के प्रावधानों में “अथवा नए अलग समूह के भाग के रूप में” भावों को हटा दिया जाए। इसका अर्थ यह है कि सभी नए चैनलों को अलग चैनल के रूप में ही मुहैया कराया जा सकता है। उन्होंने यह भी उल्लेख किया कि एक बार पे चैनलों का एक नया चैनल समूह प्रारंभ करने पर, नई चैनल समूह की दर, मुद्रास्फीति के लिए की जाने वाली वृद्धि को छोड़कर प्रारंभिक दर के स्तर पर रोक दी जानी चाहिए। दूसरा सुझाव यह था कि यदि ब्राडकास्टर नया चैनल-समूह भुरु करने के बाद कोई नया चैनल भुरु करना चाहता है तो ऐसे पे चैनलों के और चैनल (चैनलों) की पे एक एकल चैनल के रूप में की जानी चाहिए तथा इसे नए चैनलों के दूसरे चैनल समूह के साथ नहीं रखा जाना चाहिए। प्राधिकरण का ध्यान यथा-संशोधित केबल टेलीविजन नेटवर्क नियम,

1994 के नियम 9 और खासतौर पर 6.6.2005 से लागू आभासी कीमत से संबंधित दूसरे उपबन्ध की ओर भी आकर्षित किया गया।

- 1.3 प्राधिकरण ने प्रस्ताव पर विचार किया और निर्णय किया कि इन मुद्दों पर और अधिक जानकारी प्राप्त करने की और अंतिम निर्णय लेने से पूर्व व्यापक परामर्श करने की आवश्यकता है। इसके अलावा, 1.10.2004 के टैरिफ आदेशों के कार्यान्वयन की प्रक्रिया के दौरान चैनलों का एक ब्राडकास्टर से दूसरे ब्राडकास्टर के पास माइग्रेटिंग, नए 'पे' चैनलों की दरों को प्रारंभिक स्तर पर फ्रीज करने, ट्राई की वैबसाइट में थोक कीमतों को प्रकाशित करने जैसे कई मुद्दे भी उठाए गए। तदनुसार एक संयुक्त परामर्श पत्र जारी किया गया जिसमें इन सभी मुद्दों को शामिल किया गया।

परामर्श प्रक्रिया

2.1 जैसा कि ऊपर पैरा 1.3 में उल्लेख किया गया है, व्यापक परामर्श के लिए प्राधिकरण ने 7.11.2005 को एक परामर्श पत्र जारी करने का निर्णय लिया। परामर्श के लिए निम्नलिखित प्रश्न उठाए गए :

- (i) क्या एमएसओ संगठन द्वारा सुझाए गए अनुसार "अथवा नए अलग समूहों के भाग के रूप में" भावों को हटाने के संशोधन का प्रस्ताव स्वीकार किया जाना चाहिए या नहीं?
- (ii) यदि नहीं तो क्या कोई दूसरा तरीका हो सकता है जिसमें एमएसओ संगठन द्वारा व्यक्त चिन्ता का समाधान ऐसे मौजूदा फ्रेमवर्क, जिसमें इस प्रकार के समाधान की कोई व्यवस्था नहीं है, के भीतर हो सकता है, यदि हां तो कैसे ?
- (iii) क्या ऐसे बेंचमार्क दरारों के लिए, जिनका इस्तेमाल समान प्रकार के चैनलों की ऐसी दरों, जो 26.12.2003 को विद्यमान थे, की तुलना में नए पे चैनलों की दरों में समानता का निर्धारण करने के लिए किया जा सके, मौजूदा टैरिफ आदेशों में संशोधन किया जाना चाहिए। यदि हां तो बेंचमार्क क्या होने चाहिए और निम्नलिखित विकल्पों में से इन बेंचमार्कों का निर्धारण कैसे किया जाए :
 - (क) क्या दरों में समानता के निर्धारण के लिए 26.12.2003 को विद्यमान चैनलों के समूह के औसत थोक कीमत को बेंचमार्क के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है?
 - (ख) क्या गैर-कैस क्षेत्र में चैनल समूह के भीतर एक चैनल की थोक कीमत का पता लगाने के लिए चेन्नई (कैस क्षेत्र) के अलग-अलग चैनल के उपलब्ध कीमत तथा कैस और गैर-कैस क्षेत्रों के चैनल समूह की थोक कीमत का इस्तेमाल किया जाना चाहिए और क्या इस प्रकार प्राप्त अलग चैनल की थोक कीमत का इस्तेमाल दरों में समानता के संबंध में निर्णय लेने के लिए किया जाना चाहिए ?
 - (ग) क्या कोई अन्य पद्धति हो सकती है और इस प्रकार की वैकल्पिक पद्धति का ब्यौरा क्या है ?

- (घ) क्या समानता का निर्णय एक ही ब्राडकास्टर के संदर्भ में किया जाना चाहिए या समान किस्म के चैनलों के लिए सभी ब्राडकास्टरों के संदर्भ में यह निर्णय किया जाना चाहिए और क्या समानता का आकलन करने के लिए चैनल की भाषा तथा पहुंच (व्यापकता) पर भी विचार किया जाना चाहिए ?
- (iv) यदि कोई मौजूदा पे चैनल एक वितरक को बदलकर दूसरे वितरक को अपनाता है, जैसा कि एचबीओ तथा टेन स्पोर्ट्स का मामला है, तो ऐसी स्थिति में क्या दृष्टिकोण अपनाया जाना चाहिए तथा टैरिफ आदे 1 में क्या विनिश्चित परिवर्तन अपेक्षित होंगे ?
- (v) क्या 26.12.2003 के बाद भुरू किए गए चैनलों/चैनल समूहों के लिए ब्राडकास्टरों द्वारा एमएसओएस से प्रभारित की जाने वाली कीमत को एमएसओएस द्वारा सुझाए गए अनुसार मुद्रास्फीति की वार्षिक वृद्धि की व्यवस्था के साथ प्रारंभिक कीमतों के स्तर पर फ्रीज कर दिया जाना चाहिए ?
- (vi) क्या 1.10.2004 के टैरिफ आदे 1 के खण्ड 4 के अनुसार ऐसी स्थिति में जब ब्राडकास्टर द्वारा एमएसओएस से प्रभारित की जाने वाली कीमत में परिवर्तन किया जाता है तो, ट्राई द्वारा उन्हें जनता की सूचना के लिए प्रकाशित किया जाना चाहिए? यदि हां तो इससे किस प्रकार बाजार अधिक कुशलता से कार्य करेगा ?
- (vii) क्या हमें अलग-अलग चैनलों के कीमत निर्धारण की ओर अग्रसर होना चाहिए ताकि उपभोक्ता गैर-कैस के परिवेश में केबल ऑपरेटरों के माध्यम से चैनलों के संबंध में व्यापक विकल्प प्राप्त कर सकें ?

14 स्टेकहोल्डरों से इस संबंध में टिप्पणियां प्राप्त हुईं। विस्तृत टिप्पणियों का सार ट्राई की वेबसाइट www.trai.gov.in में उपलब्ध है। परामर्श प्रक्रिया के भाग के रूप में 18, 19, 23 और 25 जनवरी, 2006 को क्रम 1: मुंबई, दिल्ली, बंगलौर और कोलकाता में ओपन हाऊस विचार-विमर्श किए गए। परामर्श प्रक्रिया के दौरान विभिन्न मुद्दों पर प्राप्त टिप्पणियों का सार अनुबंध में दिया गया है।

परामर्श प्रक्रिया के दौरान उठाए गए मुद्दों का विश्लेषण

“अथवा एक नए अलग चैनल समूह के भाग के रूप में” भाषों को हटाने के लिए टैरिफ आदेशों में संशोधन

3.1 1.10.2004 के टैरिफ आदेशों में अन्य बातों के साथ-साथ यह प्रावधान है कि किसी ब्राडकास्टर द्वारा 26.12.2003 के बाद कोई नया पे चैनल शुरू करने या 26.12.2003 को मौजूद एफटीए चैनल को बाद में पे चैनल में बदलने की स्थिति में 26.12.2003 को मौजूद अधिकतम सीमा में वृद्धि की जा सकती है बशर्त कि ऐसा नया पे चैनल या परिवर्तित एफटीए चैनल अलग-अलग या नए चैनल समूह के भाग के रूप में एकल आधार पर प्रस्तुत किया जाए न कि 26.12.2003 को मौजूद चैनल समूह के भाग के रूप में। यह प्रावधान है कि नए पे चैनल 26.12.2003 को मौजूद चैनल समूह का भाग नहीं होंगे और 26.12.2003 को मौजूद चैनलों की अधिकतम सीमा की रक्षा की दृष्टि से इनकी पे टैरिफ एकल आधार पर की जाएगी। ऐसी आशा की गई थी कि एमएसओ अथवा स्वतंत्र एलसीओ, नए पे चैनलों का अलग-अलग या चैनल समूह के रूप में प्रस्ताव प्राप्त होने पर कोई निर्णय लेने से पूर्व अपने व्यापार पर विचार करेंगे। एमएसओएस तथा ब्राडकास्टर से फीड होने वाले स्वतंत्र एलसीओ के पास अभी भी इस प्रस्ताव को स्वीकार या अस्वीकार करने का विकल्प है। यद्यपि तकनीकी दृष्टि से इस प्रकार का विकल्प उपभोक्ताओं सहित वितरण श्रृंखला में नीचे के स्तर पर उपलब्ध नहीं है।

3.2 यद्यपि परामर्श पत्र के प्रत्युत्तर में प्राप्त एमएसओ संगठन के मूल प्रस्ताव में “अथवा एक नए अलग चैनल समूह के भाग के रूप में” भाषों को हटाने का अनुरोध किया गया था परन्तु ओपन हाउस में विचार-विमर्श के दौरान एमएसओएस द्वारा यह इंगित किया गया कि वे चाहते हैं कि एमएसओएस के पास किरायों के अनुसार बिल प्रणाली तथा चैनल समूह में से चुनने का विकल्प होना चाहिए।

3.3 संशोधन के समर्थन में एमएसओएस द्वारा यह मूलभूत तर्क दिया गया कि ब्राडकास्टर यह धमकी देकर कि वे 26.12.2003 को मौजूद पुराने चैनल समूहों को भी काट देंगे, ऑपरेटरों पर नए शुरू किए गए चैनल समूहों को लाद रहे हैं। एक और तर्क दिया गया कि वे बैंडविथ की तंगी के कारण एनॉलॉग नेटवर्क में नए अलग चैनल समूह के सभी चैनलों को संवहन करने की स्थिति में नहीं हैं। यह भी तर्क दिया गया है कि नए चैनल समूह में अवांछित चैनलों के लिए भुगतान करने में उपभोक्ताओं का विरोध होता है परन्तु एमएसओएस को पूरे नए चैनल समूह का संवहन तथा

उसके लिए भुगतान करना पड़ता है। यद्यपि इस प्रकार की चिन्ता सही है परन्तु यह भी स्वीकार किया जाना चाहिए कि उच्चतर वितरण लागत के कारण किराया आधारित बिल प्रणाली अधिक महंगी है और एड्रेसेबिलिटी के अभाव में बाजार की भाक्तियों के बीच के वर्तमान अन्तर के कारण ऐसी स्थिति हो सकती है जिसमें एमएसओएस को उच्चतर कीमतों पर सभी नए चैनलों को लेना पड़ सकता है।

3.4 इस प्रकार की चिन्ताओं को व्यक्त करते हुए उपभोक्ता संगठनों ने सुझाव दिया है कि अंतिम छोर पर क्षेत्र-एकाधिकार के वर्तमान परिदृश्य को देखते हुए ऑपरेटर के माध्यम से विकल्प प्राप्त होगा कहना गलत है और इस संशोधन से एमएसओएस की भाक्ति ही बढ़ेगी।

3.5 सही मायने में इस प्रस्ताव के कार्यान्वयन पर विचार केवल भविष्य प्रभावी आधार पर ही किया जा सकता है। इसका आया होगा कि विभिन्न समयों पर भुरु किए गए चैनलों के लिए तीन भिन्न प्रकार की व्यवस्थाएं होंगीं। एक व्यवस्था, उनके लिए जो 26.12.2003 को मौजूद थे, दूसरी व्यवस्था उन नए चैनलों के लिए होगी जो 26.12.2003 के बाद बने, तीसरी व्यवस्था एमएसओ संगठन के प्रस्ताव के आधार पर अन्तः, निर्णीत नई व्यवस्था होगी। इन तीनों प्रकार की प्रणालियों के लिए भिन्न-भिन्न प्रकार के विनियमों के कार्यान्वयन में जटिलता हो सकती है। यह प्रस्ताव यदि स्वीकार किया जाता है तो इसकी आलोचना, इस आधार पर भी की जाएगी कि यह नए प्रवेकों के प्रति अन्यायपूर्ण होगा। इसके अतिरिक्त निकट भविष्य में उपभोक्ताओं के लिए प्रभावी विकल्प की संभावना को देखते हुए संभव है कि टैरिफ का भी गैर विनियमन हो।

3.6 इन सभी कारकों पर विचार करते हुए और खासतौर पर उपभोक्ता संगठनों के इस विचार को देखते हुए कि इससे बेहतर विकल्प उपलब्ध नहीं होगा प्राधिकरण ने एमएसओ संगठन का सुझाव स्वीकार न करने का निर्णय लिया है।

गैर-एड्रेसेबल प्रणाली में वैकल्पिक पद्धति

3.7 डिजिटलीकरण को प्रस्तावित संशोधन में उल्लिखित कारणों के एक समाधान के रूप में देखा जा सकता है। ट्राई ने सितम्बर, 2005 में केबल टेलीविजन के डिजिटलीकरण के संबंध में पहले ही विस्तृत सिफारिशों की हैं। डीटीएच प्लेटफार्म के विकास के साथ यहां तक कि छोटे/मध्यम स्तर के एमएसओएस तथा अंतिम छोर पर मौजूद ऑपरेटर भी डिजिटलीकरण की ओर अग्रसर होने की आवश्यकता समझ रहे हैं। डिजिटलीकरण से ज्यादा चैनल उपलब्ध होंगे और काफी बेहतर गुणवत्ता प्राप्त होगी परन्तु इससे उपभोक्ता को बिना कैस के जो वह देखता है

उसके लिए ही भुगतान करने की सुविधा उपलब्ध नहीं हो सकती है। बहरहाल, दे 1 भर में कैस और डिजिटलीकरण दोनों के फैसले में समय लगेगा।

3.8 एक सुझाव यह भी दिया गया है कि गैर-कैस परिवे 1 में कोई ऐसा तंत्र होना चाहिए जिससे चैनल समूह के भीतर चैनल की औसत कीमत की तुलना में एक चैनल की कीमत का पता लग सके। जैसा कि टैरिफ आदे 1 में सं तोधन भीर्श के अन्तर्गत पहले ही उल्लेख किया गया है, अलग-अलग चैनलों की कीमत के निर्णय का तभी अर्थ होगा जब चैनल समूह के भीतर एक अलग चैनल के विकल्प की सुविधा मौजूद हो।

3.9 एक दृष्टिकोण यह हो सकता है कि टैरिफ आदे 1 में यह अनिवार्य किया जाए कि यदि एकल (स्टैंड अलोन) आधारित नए चैनल समूह के भाग के रूप में नए पे चैनल की पे 1क 1 की जाए तो चैनल की कीमत का भी चैनल समूह की कीमत के साथ उल्लेख किया जाना चाहिए। इससे पारदर्िता आएगी। ब्राडकास्टर्स द्वारा प्रायः अलग-अलग कीमत बताने के विरुद्ध यह तर्क दिया जाता है कि व्यापार मॉडल में विभिन्न प्रकार के चैनल बेचने होते हैं और मूल्य इस प्रकार निर्धारित करनी होती है, जिससे चैनल समूह का विपणन हो सके तथा चैनल समूह की कीमत केवल समूह में अलग-अलग चैनलों की लागत का जोड़ नहीं होती है। बहरहाल, प्रायः यह देखा गया है कि चैनल समूह में चैनलों का स्रोत एक ही सामग्री प्रदाता नहीं होता है जिसका आ 1य यह है चैनलों को अलग-अलग अधिग्रहीत किया जाता है और इसलिए इसकी अपनी संदर्भ लागत हो सकती है।

3.10 यह सुझाव कि सभी समूहों को साथ लेकर और 7% की वृद्धि के साथ समग्र कीमत फ्रीज होनी चाहिए, व्यावहारिक नहीं है। यह टैरिफ आदे 1 की भावना के अनुरूप भी नहीं है और इससे वर्तमान कीमत संबंधी आदे 1 जो चैनल समूह की कीमतों को 26.12.2003 को विद्यमान चैनल समूह के कीमत स्तर पर नियंत्रित करता है, के कार्यान्वयन की समस्याएं भी पैदा हो सकती हैं।

3.11 प्रमुख चैनलों को सेट टॉप बॉक्स के माध्यम से देने से संबंधित एक अन्य सुझाव मुख्यतः कैस उन्मुखी समाधान है और यह सरकार के निर्णय पर निर्भर करता है।

3.12 उपयुक्त वि लेशन और पराम 1 प्रक्रिया पर लिए गए निर्णय के आधार पर एड्रेसबिलिटी का प्रावधान करने तथा डिजिटलीकरण का प्रसार करने के अलावा कोई ऐसी पद्धति नहीं दिखाई दी जिससे इस समस्या का समाधान हो सके। किसी अन्य विकल्प पर विचार करने से पूर्व इन मुद्दों पर सरकार के निर्णय की प्रतीक्षा करना बेहतर होगा।

26.12.2003 करे मौजूद समान चैनलों की दरों की तुलना में नए पे चैनलों की दरों में समानता का निर्धारण करने के लिए इस्तेमाल किए जाने वाले बेंचमार्कों को दर्शाने के लिए, मौजूदा टैरिफ आदेशों में संशोधन करना।

3.13 वर्तमान टैरिफ आदेशों में ऐसी कोई विनिश्चिप्ट पद्धति नहीं दी गई है जिसका पालन 26.12.2003 को विद्यमान चैनलों की समानता का पता लगाने के लिए किया जा सकता है। दो चैनलों को समान मानने के लिए मानदण्डों संबंधी कठिनाइयों के कारण समस्या यह है कि किसी एक विधि को पूर्ण नहीं कहा जा सकता है। इससे भी ज्यादा महत्वपूर्ण यह है कि दो चैनलों के बीच विशय सामग्री तथा कार्यक्रम की गुणवत्ता में समानता का पता लगा लेने के बाद भी इस प्रकार के समान चैनलों का महत्व (मूल्य) का मामला विविध वर्गों के दरों की अवधारणा से जुड़ा हुआ है। निर्मित उत्पादों से भिन्न मनोरंजन, मस्तिष्क को प्रभावित करता है और इसलिए दो समान प्रकार के चैनलों के संदर्भ में दरों की धारणा भी अलग-अलग होने की संभावना है। अतः ऐसे समान उत्पादों, जिनके बारे में दरों की धारणा अलग-अलग प्रकार की है, की कीमत अलग-अलग निर्धारित करना सही व्यापारिक निर्णय है। इस प्रश्न पर प्राप्त टिप्पणियों से भी इस बात का समर्थन होता है। अतः कोई भी कार्य यदि किया भी जाए तो प्रथम दृष्टया, वह विशयपरक तथा एक जजमेंटल आकलन होगा और इसलिए वह पूर्ण नहीं होगा।

3.14 एमएसओएस के सुझाव के अनुसार अप्रैल, 2004 के परामर्श पत्र में उल्लिखित फार्मूलों का इस्तेमाल करना भी प्रभावी नहीं होगा। इस फार्मूले में यह इंगित किया गया है कि किसी भी चैनल की लागत, चैनल समूह की औसत कीमत के दुगने से ज्यादा नहीं होनी चाहिए। बहरहाल, जैसा कि परामर्श-पत्र में ही उल्लेख किया गया है इससे दो चैनलों के समूह जैसे कि ईएसपीएन/स्टार स्पोर्ट्स (प्रत्येक चैनल की कीमत चैनल समूह के कीमत के बराबर है) के मामले में गलत परिणाम निकलता है।

3.15 उपभोक्ताओं की टिप्पणियों को देखते हुए कीमतों के बेंचमार्क के मार्गनिर्देशों का प्रावधान करने का प्रस्ताव है। एक ही पद्धति जिसे अपनाया जा सकता है वह है चैनल समूह की कीमतों को लेना, मुद्रास्फीति के लिए उनमें समायोजन करना, उसी प्रकार के चैनलों के चेन्सई (और अन्य कैस बाजार में जब वे उभरें) में चैनलों की अलग-अलग कीमतों को ध्यान में रखना और तब थोक कीमत रियायत के समायोजन के बाद अलग-अलग कीमतें निर्धारित करना। इन मार्गनिर्देशों का प्रावधान करने के लिए टैरिफ

आदे[1] में सं[1]ोधन किया जा रहा है। इस प्रक्रिया को स्पष्ट करने के लिए नीचे एक नमूना गणना दी गई है।

3.16 5 चैनलों के एक समूह की लागत दिसम्बर 2003 में 50 रु. थी। चेन्नई में अलग-अलग चैनलों की कीमत : 30 रु. (आम मनोरंजन), 25रु. (खेलकूद), 15 रु. (फिल्म), 8 रु. (कार्टून) और 7 रु. (लाइफ स्टाइल) कुल = 85 रु. है।

बिल के अनुसार बेचे गए आम मनोरंजन के चैनल की बेंचमार्क कीमत 30×1.07 (मुद्रास्फीति के लिए) = 32.10 रु. होगी। सभी प्रकार के चैनलों के लिए इसी प्रकार की गणना की जाएगी और इस प्रकार की गणना द्वारा अलग-अलग चैनलों की बेंचमार्क का पता लगाया जा सकता है।

जब चैनल को चैनल समूह में बेचा जाएगा तो इसकी बेंचमार्क कीमत $30 \times 1.07 \times (50/85)$ = 17.77 रु. होगी। संदर्भित चैनल समूह की कीमत की गणना, चैनल समूह में अलग-अलग चैनलों की कीमतों के बेंचमार्क कीमतों को जोड़कर की जाएगी, जैसा कि ऊपर किया गया है। ऊपर इस्तेमाल किए गए 85 रु. तथा 50 रु. केवल उदाहरण हैं। एक समूह में अलग-अलग चैनलों की बेंचमार्क कीमत के निर्धारण के लिए सभी ब्राडकास्टर्स के 26.12.2003 को मौजूद चैनल समूह की कीमत, 26.12.2003 को मौजूद ब्राडकास्टर के चैनल समूह (समूहों) की समूह कीमत में समान किस्म तथा भाशा के अलग-अलग चैनलों की कीमत, सभी ब्राडकास्टर्स के समान किस्म तथा भाशा के चैनलों के किराए के बिल के अनुसार प्रस्तुत अलग-अलग चैनलों की कीमतों के रेंज को ध्यान में रखा जाएगा।

यदि कोई वर्तमान पे चैनल एक प्राधिकृत एजेंसी को छोड़कर दूसरे को अपनाता है तो ऐसी स्थिति में अपनाया जाने वाला दृष्टिकोण।

3.17 जैसा कि 1.10.2004 के टैरिफ आदे 1 में इंगित किया है एक ऐसा खंड जोड़ने का निर्णय लिया गया है जिस पर समान प्रकार के चैनलों की दरों में समानता का निर्धारण करते समय विचार किया जाएगा। अभी तक चैनलों के एक प्राधिकृत एजेंसी को छोड़कर दूसरे को अपनाने के केवल दो मामले हुए हैं। टेन स्पोर्ट्स, जिसका वितरण पहले मोदी इन्टरटेनमेंट द्वारा किया जा रहा था, ने वन अलायंस ज्वाइन कर ली है और इसे अब एक नए चैनल समूह के रूप में उनके द्वारा वितरित किया जा रहा है। एचबीओ, जिसे पहले वन अलायंस द्वारा वितरित किया जा रहा था, उसे अब एक नए चैनल समूह के रूप में जी टर्नर द्वारा वितरित किया जा रहा है। इनमें से एक चैनल अंगरेजी फिल्मों का चैनल है, जो बहुत लोकप्रिय नहीं है। यदि चैनल की पे 1क 1 अलग चैनल

के रूप में की जाए तो अलग कीमत की और यदि चैनलों को एक समूह के रूप में प्रस्तुत किया जाता है तो समूह की कीमतों की युक्तिसंगतता का निर्धारण करने के लिए पूर्ववर्ती पैराग्राफ में उल्लिखित दृष्टिकोण का इस्तेमाल किया जा सकता है।

क्या 26.12.2003 के बाद भुरु किए गए चैनलों / चैनल समूहों के लिए ब्राडकास्टर द्वारा एमएसओएस से प्रभारित की जा रही कीमतों को उसी स्तर पर फ्रीज कर दिया जाना चाहिए जिस स्तर पर उन्हें भुरु किया गया था ?

3.18 यह सुझाव एमएसओएस संगठन द्वारा दिया गया था, उन्होंने वार्षिक मुद्रास्फीति के समायोजन के लिए एक तंत्र बनाने पर विचार करने के लिए भी कहा। यहां आंका यह है कि इन नए समूहों की कीमतें बढ़ाई जा सकती हैं। ब्राडकास्टरों ने किसी भी प्रकार का कीमत नियंत्रण का विरोध किया क्योंकि वे समझते हैं कि ऐसा करना जरूरी नहीं है क्योंकि कीमतों में वृद्धि केवल अस्थायी है। दो उपभोक्ता संगठनों में से एक, एमएसओ संगठन के विचार से सहमत था जबकि दूसरे ने सुझाव दिया कि इसे समानता की जांच करने के लिए सुझाए गए तंत्र के माध्यम से विनियमित किया जाना चाहिए (ऊपर पैरा 3.13 से 3.16 में चर्चा की गई है)। सुझाया गया यह दृष्टिकोण सर्वोत्तम है क्योंकि इससे व्यापक तौर पर कीमतों की युक्तिसंगतता की जांच का आधार मुहैया होगा।

क्या 1.10.2004 के टैरिफ आदेशों के खण्ड 4 के अंतर्गत सूचित ब्राडकास्टर द्वारा एमएसओएस से प्रभारित कीमतों में जब कभी परिवर्तन हो, उन्हें ट्राई द्वारा जनता की सूचना के लिए प्रकाशित किया जाना चाहिए ? यदि हां तो इससे किस प्रकार बाजार की कुशलता बढ़ेगी ?

3.19 इस मुद्दे पर दो उपभोक्ता संगठनों ने सुझाव का समर्थन किया। परन्तु कुछ ब्राडकास्टरों ने कहा कि इसके साथ-साथ एमएसओएस और केबल ऑपरेटरों द्वारा उपभोक्ताओं को भी सूचना प्रदान की जाए। सिद्धांतः कीमतों को रिलीज करने में कोई विशेष आपत्ति नहीं हो सकती है। इससे ज्यादा पारदर्शिता आएगी और सूचना का प्रसार होगा। परन्तु आज की बाजार की स्थिति को देखते हुए थोक कीमतों तथा फुटकर कीमतों के बीच कोई सीधा संबंध नहीं है – यह विचार-विमर्श पर आधारित संयोजन के स्तर तथा कुल भुगतान, न केवल किसी खास समूह के लिए भुगतान बल्कि दूसरे समूहों के भुगतान पर भी निर्भर करता है। इस प्रकार समान थोक मूल्य के बावजूद देश के विभिन्न भागों में फुटकर

कीमतें अलग-अलग होती हैं। एड्रिसेबिलिटी के अभाव में इन कीमतों में एकरूपता लाना संभव नहीं है क्योंकि देश के विभिन्न भागों की स्थिति में बहुत ज्यादा अन्तर है। अतः प्रत्येक सेवा प्रदाता के लिए यह सर्वोत्तम होगा कि वह इन प्रभारों में बकाया सहित सभी मदों का ब्यौरा प्रदान करें। इसे विवाद होने की स्थिति में उसका समाधान करने में भी सहायता मिलेगी। सिद्धांततः यह निर्णय किया गया है कि ब्राडकास्टर्स द्वारा सूचित इन थोक कीमतों को ट्राई के वैबसाइट में इस स्पष्टीकरण के साथ डाला जाए कि यह जरूरी नहीं है कि फुटकर कीमतें पूरी तरह इन कीमतों को प्रतिबिम्बित करें क्योंकि विचार-विमर्श के आधार पर प्राप्त संयोजन 100% से कम होता है इसलिए फुटकर कीमतें सामान्यतौर पर थोक कीमतों से कम होती हैं। ऐसा तंत्र भी होना चाहिए जिससे एमएसओएस द्वारा केबल ऑपरेटर्स पर और केबल ऑपरेटर्स द्वारा उपभोक्ताओं पर अलग-अलग चैनलों के लिए प्रभारित की जाने वाली कीमतों को क्रमशः केबल ऑपरेटर्स तथा उपभोक्ताओं को उपलब्ध कराया जाना चाहिए। ऑपरेटर्स की बड़ी संख्या को देखते हुए और यह देखते हुए कि इस समय इसके लिए फील्ड स्तर पर कोई प्रवर्तन तंत्र नहीं है ऐसा करने का तरीका अलग से निर्धारित किया जाना होगा। इस प्रकार चैनलों/चैनल समूहों की दरों को प्रकाशित करने और/ अथवा अलग-अलग उपभोक्ताओं को सूचित करने की जांच एक अलग व्यापक कवायद के रूप में की जाएगी।

क्या हमें अलग-अलग चैनलों के मूल्य निर्धारण की ओर अग्रसर होना चाहिए ताकि उपभोक्ता, गैर कैस परिवेश में केबल ऑपरेटर्स के माध्यम से चैनलों के बारे में व्यापक विकल्प प्राप्त कर सकें ?

3.20 इस विषय पर एक आम राय अभी तय की जानी है। तदनुसार इस समय कीमत नियंत्रण प्रणाली की मूलभूत योजना में कोई परिवर्तन करने की आवश्यकता प्रतीत नहीं होती है।

3.21 सिविल अपील संख्या 2006 के 2061 तथा 2006 के 2247 के आदेशों की तिथि के अनुसार यथास्थिति बनाए रखने के संबंध में माननीय सर्वोच्च न्यायालय के 28.4.2006 के निर्देशों का सम्मान करते हुए वाणिज्यिक सब्सक्राइबर्स से संबंधित प्रभारों के मामले में समान चैनलों

के लिए समान दरों के निर्धारण हेतु प्रस्तावित खण्ड 3बी में उल्लिखित कारकों को शामिल नहीं किया गया है।

स्टेकहोल्डरों की टिप्पणियों का सार

इन मुद्दों पर राय सामान्यतौर पर व्यापक मॉडल की तर्ज पर विभाजित दिखाई दी जो स्टेकहोल्डरों के अपने-अपने हितों को प्रतिबिम्बित करता है जिसमें एक ओर ब्राडकास्टरों, चैनल प्रदाताओं तथा चैनल वितरकों का समूह था और दूसरी ओर एमएसओएस और केबल ऑपरेटर थे। केवल दो उपभोक्ता संगठनों ने अपनी प्रतिक्रिया दी। स्टेकहोल्डरों के इन तीन प्रमुख समूहों से प्राप्त अलग-अलग विचारों को प्रतिबिम्बित करने के लिए प्राप्त टिप्पणियों को संक्षेप में आगे दिया गया है। ओपन हाउस विचार-विमर्शों के दौरान उठाए गए कुछ नए मुद्दों पर भी विचार किया गया।

(क) एमएसओ संगठन द्वारा प्रस्तावित टैरिफ आदेशों में संशोधन के प्रस्ताव पर प्रमुख समूहों के विचार :

1. ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का समूह

- (i) सामूहिक पसंद की जाती है, अलग-अलग पसंद के लिए सर्वानुमति अपेक्षित है, जो व्यावहारिक नहीं है। इसके अलावा यह तर्क कि बिल आधारित व्यवस्था से व्यापक उपभोक्ता पसंद की स्थिति बनती है, गलत है क्योंकि इसमें भी केबल ऑपरेटर या चैनलों का स्थान या सेवा की गुणवत्ता के मामले में उपभोक्ताओं की अपनी कोई पसंद नहीं होगी।
- (ii) किराए के बिल पर आधारित मॉडल के प्रभावी तथा पारदर्शी होने के लिए एक समुचित एड्रसेबल सिस्टम का होना महत्वपूर्ण है।
- (iii) चैनलों को एक बिल आधारित व्यवस्था में प्रतिबंधित करने से मितव्ययिता के लाभ प्राप्त नहीं होते हैं और परिणामतः कार्यक्रमों की विविधता कम होती है तथा नए तथा ताक (NICHE) चैनलों को समान अवसर प्राप्त नहीं होता। उद्योग का विकास प्रतिबंधित होता है जिससे वाल्यूम डिस्काउंटिंग का लाभ नहीं प्राप्त होता, विकल्प कम होते हैं तथा उपभोक्ताओं के लिए लागत बढ़ती है। यह बताया गया कि अमेरिकी बाजार के अध्ययन में इस प्रकार के साक्ष्य मिले थे।

II एमएसओएस, केबल ऑपरेटर्स का ग्रुप

- (i) ब्राडकास्टर सभी पे चैनलों को समूहित करते हैं और ग्राहक भुगतान करने के इच्छुक नहीं रहते हैं क्योंकि वे सभी पे चैनलों को नहीं देखते हैं। ब्राडकास्टरों द्वारा एचबीओ तथा टेन स्पोर्ट्स चैनलों के मामलों में "अथवा नए अलग समूह के भाग के रूप में" भावों का लाभ उठाया गया है।
- (ii) अनुरोध यह किया गया है कि दोनों विकल्प – अलग-अलग अथवा समूह को सब्सक्राइब करना – उपलब्ध होने चाहिए और इस प्रकार का चयन वास्तविक हो इसके लिए टैरिफ आदे 1 में कीमत फार्मूला का विकल्प समाहित किया जाना चाहिए जिससे चैनल समूह में शामिल अलग-अलग चैनल/किराए के बिल की कीमत की अधिकतम सीमा निर्धारित की जा सके।
- (iii) चैनलों की संख्या में बड़ी संख्या में वृद्धि होने और बैंडविथ सीमित होने के कारण सभी चैनलों का संवहन संभव नहीं है।

III उपभोक्ता संगठनों का ग्रुप

इस मामले पर अपनी प्रतिक्रिया देने वाले उपभोक्ता संगठनों ने कहा कि एमएसओ संगठन का प्रस्ताव कैसे लागू होने तक या उपभोक्ता के स्तर पर एड्रसेबल प्रणाली लागू किए जाने तक स्वीकार नहीं किया जाना चाहिए। वर्तमान ढांचे में जब उपभोक्ता को केवल एक केबल ऑपरेटर से व्यवहार करना होता है, सामूहिक पसंद की बात कहना गलत है और इस संतोधन से केवल एमएसओएस की भाक्ति बढ़ेगी।

- (ख) एमएसओ संगठन द्वारा व्यक्त चिन्ता के नॉन एड्रसेबिलिटी के मौजूदा फ्रेमवर्क में समाधान से संबंधित वैकल्पिक पद्धति के मुद्दे पर स्टेकहोल्डरों के विभिन्न ग्रुपों के विचार इस प्रकार हैं :

I ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का ग्रुप

- (i) एनॉलॉग मोड में चैनलों के संवहन के लिए बैंडविथ की तंगी के संबंध में एमएसओएस की चिन्ताओं का समाधान, कैसे के अभाव में डिजिटलीकरण से हो

सकता है। चैनल की पे 1क 1 अलग-अलग या चैनल समूह के रूप में करने के विकल्प का निर्धारण करना ब्राडकास्टर के ऊपर छोड़ दिया जाना चाहिए तथा गैर-कैस परिवे 1 में बाजार द्वारा संचालित समाधान को सर्वोत्तम बताया गया।

II एमएसओएस तथा केबल ऑपरेटरों को ग्रुप

- i) आम राय यह है कि टैरिफ आदे 1 में सं ोधन करने के अलावा कोई अन्य तरीका नहीं है क्योंकि वे उन पर थोपे जाने वाले चैनलों के सभी समूह (समूहों) को एनॉलॉग मोड में संवहन करने में समर्थ नहीं हैं।
- ii) तथापि, नॉन एड्रेसेबल स्थिति में विकल्पतः चैनल समूह में प्रति चैनल की औसत कीमत की तुलना में चैनलों के अलग-अलग कीमत के लिए मूलभूत फार्मूले की आव यकता है, ताकि ऑपरेटरों के लिए अलग-अलग चैनलों की कीमतें अव्यावहारिक न हों।
- iii) एक राय यह थी कि सं ोधन करना व्यावहारिक न होने की स्थिति में 26.12. 2003 को विद्यमान कीमतों को बेंचमार्क के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है परन्तु सभी चैनल समूहों के कुल कीमत में केवल 7% की वृद्धि की ही अनुमति दी जानी चाहिए।
- iv) एक विचार यह सामने आया कि एक अधिसूचित तिथि के बाद आने वाले पे चैनलों के मामलें में ट्राई की सिफारि ों, जो चैनल समूह में अधिकतम उपलब्ध-रियायत पर सीमित कीमत विनियमन के साथ एसटीवी की व्यवस्था से संबंधित हैं, के जरिए इस मुद्दे का समाधान किया जाना चाहिए।

III उपभोक्ता संगठनों का ग्रुप

- i) यदि एसटीवी के जरिए कैस को किराया आधार पर कार्यान्वित किया जाए और डिजिटलीकरण किया जाए तो इस मुद्दे का समाधान हो जाएगा।
- ii) दूसरे उपभोक्ता संगठन का मत था कि यह मुद्दा पे चैनलों के माइग्रे 1न के कारण उत्पन्न हुआ है और यह सेवा प्रदाताओं के बीच का विवाद है। भविश्य में कोई विवाद न हो इसके लिए ट्राई को सभी ब्राडकास्टरों/वितरकों के लिए यह

अनिवार्य किया जाना चाहिए कि वे सभी मौजूदा पे चैनलों की कीमत अलग-अलग निर्धारित करें।

ग) 26.12.2003 को विद्यमान इसी प्रकार के पे चैनलों की दरों की तुलना में नए पे चैनलों की दरों में समानता का निर्धारण करने के लिए बेंचमार्क दर्शाने के लिए टैरिफ आदेशों में संशोधन के मुद्दे पर विभिन्न गुणों के विचार इस प्रकार है:

I ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का गुण

- i) इस गुण ने कहा कि प्रतिस्पर्धी बाजार में तेजी से हो रहे विकास को पहचाना जाना चाहिए और कीमतों पर लगी रोक को हटाया जाना चाहिए। टैरिफ आदेशों में संशोधन करके मुक्त बाजार के सिद्धांत को लागू किया जाना चाहिए तथा कीमतों का निर्धारण वाणिज्यिक करारों के आधार पर होने देना चाहिए।
- ii) किसी ऐसे उत्पाद, जो बौद्धिक सम्पदा अधिकार से सम्बद्ध हो तथा कॉपीराइट की सामग्री हो, के लिए बेंचमार्क नियत करना कॉपीराइट को विनियमित करना जैसा है। मनोरंजन कोई ऐसी वस्तु नहीं है जिस पर मात्रात्मक पैरामीटर लागू होते हैं और यह कोई अनिवार्य वस्तु भी नहीं है जिसे कीमत विनियमन के अन्दर लाया जाए।
- iii) इस्तेमाल होने वाली प्रौद्योगिकी, अपनाए जाने वाले वितरण मॉडल, सामग्री की गुणवत्ता, कार्यक्रमों के फॉर्मेट, मध्यस्थों को भुगतान किए जाने वाले मार्जिन/ शुल्क अलग-अलग होने से बिल्कुल भिन्न लागत संरचना में बेंचमार्क का दृष्टिकोण अप्रभावी और तर्कहीन हैं तथा यह एक अच्छा कार्य भी नहीं है।

II एमएसओएस तथा केबल ऑपरेटरों का गुण

- i) चैनलों की समानता का निर्णय सभी ब्राडकास्टरों के समान किस्म तथा भाषा के चैनलों के रेट कार्ड अथवा अलग-अलग चैनल की कीमत को दृष्टिगत रखकर किया जाना चाहिए। पहुंच (व्यापकता) का मानदण्ड विशयपरक होने के कारण इसका इस्तेमाल नहीं किया जाना चाहिए।
- ii) प्राप्त थोक कीमत को बेंचमार्क के रूप में इस्तेमाल नहीं किया जाना चाहिए।

- iii) एक राय यह भी है कि यदि 26.12.2003 को विद्यमान कीमत को बेंचमार्क के रूप में इस्तेमाल किया जाए तो ब्राडकास्टर/वितरक के सभी चैनल समूहों की कुल कीमत पर मुद्रास्फीति के कारण केवल 7% की वृद्धि की ही अनुमति दी जानी चाहिए।
- iv) दूसरी राय यह भी थी कि अप्रैल, 2004 के परामर्श पत्र के अध्याय 3 के पैरा 4 में यथा उल्लिखित चैनलों के समूह की तुलना में किराया बिल के आधार पर कीमतों के निर्धारण की पद्धति का इस्तेमाल किया जा सकता है।
- v) सामग्री की कीमतों में अन्तर्गत विशयपरकता के बावजूद उसी किस्म के मौजूदा चैनल की कीमत की तुलना में नए चैनलों की कीमतों की अधिकतम सीमा निर्धारित करनी होती है। एक विकल्प यह सुझाया गया है कि मौजूदा चैनल की कीमत का 1.5 गुणा तक कीमत की सीमा रखी जाए। यदि कोई ब्राडकास्टर यह समझता है कि इस प्रकार की कीमत से उसकी लागत कवर नहीं होगी तो ऐसी स्थिति में ट्राई द्वारा लागत के ब्यौरों की जांच के बाद मामला-दर-मामला आधार पर समुचित मार्जिन का अपवाद किया जा सकता है।

III उपभोक्ता संगठनों का ग्रुप

एक विचार यह था कि चेन्नई के कैस क्षेत्र के एक अलग चैनल की कीमत, जो उपलब्ध है तथा कैस और गैर-कैस क्षेत्र में थोक चैनल समूह की कीमतों का इस्तेमाल चैनल समूह के भीतर एक चैनल की थोक कीमत का पता लगाने तथा दरों में समानता का निर्णय करने के लिए किया जाए। दूसरे संगठन का सुझाव था कि चैनलों को ब्राडकास्टर द्वारा विभिन्न किस्मों में वर्गीकृत किया जाए तथा जब तक कोई समाधान व्यवस्था (एड्रसेबिलिटी) लागू नहीं होती तब तक एक किस्म की औसत कीमत को बेंचमार्क के रूप में इस्तेमाल किया जा सकता है। समाधान की प्रणाली (एड्रसेबिलिटी) लागू हो जाने के बाद बाजार की भाक्तियों को कीमतों को निर्धारित करने देना चाहिए।

- घ) टैरिफ आदेशों में अपेक्षित विनिर्दिष्ट परिवर्तन करने और वर्तमान पे चैनल द्वारा एक वितरक को छोड़कर दूसरे वितरक को अपनाने के मुद्दे पर विभिन्न स्टैकहोल्डर ग्रुपों के तर्क

I ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों के ग्रुप

- i) विनियामक को निजी पार्टियों द्वारा आपसी विचार-विमर्श के आधार पर तय संविदाओं में हस्तक्षेप नहीं करना चाहिए।
- ii) ऐसी घटनाएं विनिश्चित होती हैं और इनके लिए कोई पद्धति निकालना असंभव है क्योंकि ये घटनाएं अलग-अलग अवधियों में घटी होती हैं।
- iii) पद्धति के संबंध में भी दो सुझाव हैं। एक सुझाव है कि मौजूदा वितरक को समूह की मौजूदा कीमत में परिवर्तन किए बिना मौजूदा चैनल समूह से बाहर जाने वाले चैनल के स्थान पर नया चैनल प्राप्त करने की अनुमति दी जानी चाहिए। विकल्पतः यदि इस प्रकार के अधिग्रहण के परिणामस्वरूप प्रति सब्सक्राइबर उच्चतर लागत आती है तो यह नए वितरक पर छोड़ दिया जाना चाहिए कि वह इस प्रकार का नया चैनल किराया बिल आधार पर मुहैया कराए या वाल्यूम डिस्काउंट जोड़कर नए समूह के भाग के रूप में मुहैया कराए।

II एसएसओएस तथा केबल ऑपरेटरों का ग्रुप

- i) चैनल समूह की कीमतों में कमी की सीमा नए ब्राडकास्टर/वितरक के लिए बेंचमार्क होना चाहिए और इसकी व्यवस्था करने के लिए ब्राडकास्टरों द्वारा जनता की जानकारी के लिए अलग-अलग चैनलों तथा चैनल समूह की कीमत प्रकाशित की जानी चाहिए।
- ii) दूसरा सुझाव यह है कि मुद्रास्फीति की वृद्धि के अध्यधीन सभी चैनल समूहों की कुल कीमत पर कीमतों के फ्रीज का सिद्धांत लागू किया जाए अथवा विकल्पतः विनिश्चित हुए चैनलों को कम से कम 6 महीने तक, जब तक बाजार की भावित्तयां चैनल का सही मूल्य निर्धारित नहीं कर देती, एकल आधार पर (स्टैंड अलोन) पर ही प्रस्तुत करना अनिवार्य किया जाए।

III उपभोक्ता संगठनों का ग्रुप

एक राय यह थी कि उस चैनल के संबंध में जो मूल चैनल समूह से बाहर चला गया है, 26.12.2003 को मौजूद बेंचमार्क कीमतों के संदर्भ में कमी की सीमा

निर्धारित होनी चाहिए। दूसरी राय यह थी कि यह एक ऐसा मुद्दा है जिसे एसएसओ तथा ब्राडकास्टर के बीच निपटाया जाना चाहिए, परन्तु भविष्य में कोई विवाद न हो इसके लिए ट्राई को ब्राडकास्टरों/एमएसओ के लिए यह अनिवार्य करना चाहिए कि वे सभी मौजूदा पे चैनलों, की अलग-अलग कीमतों का निर्धारण करें।

ड) **26.12.2003 के बाद भुरु किए गए पे चैनल/चैनल समूहों की दरों को उनको भुरु करने के स्तर पर फ्रीज करने के संबंध में निम्नलिखित विचार प्राप्त हुए:**

I ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का ग्रुप

- i) इस ग्रुप ने कीमतों की फ्रीज करने का विरोध किया और सुझाव दिया कि कीमत निर्धारण का कार्य नहीं किया जाना चाहिए और यह सुझाव दिया कि इसे बाजार की भाक्तियों पर छोड़ दिया जाना चाहिए।
- ii) प्रारंभिक कीमतों का उद्दे य एक ऐसा अवसर प्रदान करना है जिसमें अधिक से अधिक लोग सामग्री देख सकें और इसलिए इस स्तर पर कीमतों को फ्रीज नहीं किया जाना चाहिए।
- iii) डिलिवरी के लिए दो प्लेटफार्म हैं तथा अधिक डीटीएच ऑपरेटरों का परिचालन प्रारंभ होने की संभावना है और भारतीय बाजार प्रतिस्पर्धी है, इसलिए कीमतों में नियंत्रण लगाने तथा उनमें प्रतिबंध लगाने से राजस्व प्रभावित होगा, निवे 1 सीमित होगा, डिजिटलीकरण धीमा होगा तथा कार्यक्रमों की गुणवत्ता तथा विविधता प्रभावित होगी।
- iv) ट्राई का उद्दे य प्रतिस्पर्धा बढ़ाना है तथा कीमतों को फ्रीज करना केवल एक अस्थाई उपाय है। मनोरंजन के दूसरे रूपों जैसे कि थियेटर, प्रिंट मीडिया में इस प्रकार की कोई विनियम व्यवस्था नहीं है। मूलभूत टियर के अलावा वि वभर में पे चैनलों की अधिकतम कीमत निर्धारण या विनियमन का कार्य नहीं किया जाता है।
- v) कीमत विनियम पाइरेसी को सही सिद्ध करता है तथा परिणामस्वरूप कम घोशणा की जाती है।

- vi) बाजार की विफलता का कोई परिदृश्य या मितव्ययिता का कोई औचित्य ऐसा नहीं है जिसमें पे चैनलों की कीमत नियंत्रित की जाए।

II एमएसओएस तथा केबल ऑपरेटरों का ग्रुप

- i) जब तक समाधान की कोई प्रणाली (एड्रेसिबिलिटी) नहीं बनती और उपभोक्ता की पसंद का समाधान नहीं होता तब तक वार्षिक मुद्रास्फीति के समायोजन को छोड़कर कीमतों को फ्रीज रखा जाना चाहिए अन्यथा उपभोक्ताओं के हितों की रक्षा करने का प्रयोजन निष्फल हो जाएगा।
- ii) दूसरा सुझाव यह है कि न केवल 26.12.2003 के बाद आने वाले नए पे चैनलों के मामलों में कीमतों को फ्रीज किया जाना चाहिए बल्कि टैरिफ आदे 1 में भी संशोधन करके सब्सक्राइबर आधार में वृद्धि करने पर भी प्रतिबंध लगाया जाना चाहिए। उन्हें केवल सेवा क्षेत्र बढ़ाने की ही अनुमति दी जानी चाहिए अथवा केवल ऑपरेटरों की संख्या में वृद्धि की जानी चाहिए। एक विकल्प यह है कि कीमतों को केवल ब्राडकास्टर्स से एमएसओएस के स्तर पर फ्रीज किया जाना चाहिए और एमएसओएस को आगे वितरण श्रृंखला के लिए केबल प्रभारों को बढ़ाने की अनुमति दी जानी चाहिए ताकि अधिरोपित अधिक कनेक्टिविटी के कारण ब्राडकास्टर्स को जाने वाली अतिरिक्त राशि की प्रतिपूर्ति हो सके।

III उपभोक्ता संगठनों का ग्रुप

एक उपभोक्ता संगठन, 26.12.2003 के बाद भु्रू किए जाने वाले पे चैनलों की कीमत को उन्हे भु्रू किए जाने के स्तर पर फ्रीज करने के पक्ष में था तथा दूसरे की राय थी कि इसे फ्रीज नहीं किया जाना चाहिए बल्कि नए पे चैनलों के कीमत निर्धारण के लिए अपनाए जाने वाले बेंचमार्क के आधार पर इसकी समीक्षा की जानी चाहिए।

- च) टैरिफ ओडर के खण्ड 4 के अनुसार यथा-संसूचित ब्राडकास्टर्स द्वारा एमएसओएस पर प्रभारित नए पे चैनलों की कीमतों में जब कभी परिवर्तन हो उन्हें ट्राई द्वारा लोगों की जानकारी के लिए जारी करने के संबंध में प्रस्तुत तर्क इस प्रकार है:

I ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का ग्रुप

- i) उपभोक्ता के लिए जो सूचना संगत है वह है फुटकर कीमत न कि ब्राडकास्टर द्वारा एमएसओएस से प्रभारित की जाने वाली कीमत। नीचे वितरण श्रृंखला तक की जानकारी प्रकाशित करने की बाध्यता न होने से दुविधा की स्थिति पैदा होगी और ऐसा करने से बाजार की कुल मूल्य कम होगी।
- ii) दूसरी राय यह थी कि कीमतों के संबंध में ट्राई को प्रस्तुत सूचना गोपनीय है और विचार-विमर्श के आधार पर तय वाणिज्यिक दृष्टि से संवेदनशील सूचना को आम जनता के लिए उजागर करने से पार्टियों को भविष्य में अपनी प्रतिस्पर्धात्मक भावित के आधार पर समझौता करने में कठिनाई होगी।
- iii) यह भी राय थी कि चैनल की दरें ट्राई द्वारा प्रकाशित की जाएं।

II एमएसओएस तथा केबल ऑपरेटरों को ग्रुप

- i) ट्राई द्वारा कीमतों को प्रकाशित किया जाना चाहिए क्योंकि कीमतों के मामलों में ट्राई सर्वोत्तम सरकारी स्रोत है तथा ऐसा करने से पारदर्शिता भी होगी। कीमतों की जानकारी उपभोक्ता संगठनों को कराई जानी चाहिए। ब्राडकास्टरों तथा एमएसओएस की भी अपने-अपने चैनलों के माध्यम से कीमतों की जानकारी देनी चाहिए। अपने तर्क के समर्थन में उन्होंने केबल टेलीविजन नियम, 1994 के नियम 9 की ओर भी ध्यान आकर्षित किया।
- ii) ब्राडकास्टरों, एमएसओएस, एलीसीओएस के बीच वितरण मार्जिन को भोयर करने की दुनिया भर में परम्परा है। भारत में भी इसी प्रकार का मॉडल अपनाया जाना चाहिए।

III उपभोक्ता संगठनों का ग्रुप

उपभोक्ता संगठनों की टिप्पणी थी कि यह एक बहुत ही सकारात्मक कदम होगा और ऐसा करने से पारदर्शिता आएगी और सभी स्तरों पर समान रूप से निर्णय लिया जाएगा।

छ) गैर-कैस परिवेी में केबल ऑपरेटरों के माध्यम से चैनलों के बारे में व्यापक विकल्प प्राप्त हो इसके लिए अलग-अलग चैनलों के कीमत निर्धारण की ओर अग्रसर होने के मुद्दे पर विभिन्न स्टैकहोल्डरों के ग्रुपों की राय।

I ब्राडकास्टर, चैनल प्रदाता, चैनलों के वितरकों का ग्रुप

ब्राडकास्टर ग्रुप ने अलग-अलग चैनलों के कीमत निर्धारण की ओर अग्रसर होने का समर्थन नहीं किया। सामान्यतौर पर टैरिफ आदे 1 में प्रस्तावित संशोधन जिसमें किराया-बिल प्रणाली का प्रावधान है, का समर्थन न करने का आधार दोहराया गया। उपभोक्ता के स्तर पर एड्रेसेबिलिटी मौजूद न होने के कारण सामूहिक पसंद, अलग-अलग उपभोक्ता की पसंद आदि का द्योतक नहीं हो सकता है। किराए पर आधारित बिल प्रणाली पर उपभोक्ताओं की लागत बढ़ना इस प्रस्ताव का समर्थन न करने का कारण बताया गया।

II एमएसओएस/केबल ऑपरेटरों का ग्रुप

i) हमें अलग-अलग चैनलों के कीमत निर्धारण की ओर अग्रसर होना चाहिए। ब्राडकास्टर अच्छी मांग वाले चैनलों के साथ कम मांग वाले चैनलों को समूहित करते हैं और गैर-कैस परिवेी 1 में अलग-अलग चैनलों के कीमत निर्धारण की ओर अग्रसर होने से उपभोक्ताओं को व्यापक विकल्प प्राप्त होगा।

ii) यह कहा गया है कि ऐसे एमएसओएस/ऑपरेटर जो सीधे फीड हो रहे हैं उन्हें तब तक उपभोक्ताओं की ओर से विकल्प चुनने का अधिकार दिया जाना चाहिए जब तक एड्रेसेबिलिटी की प्रणाली उपभोक्ता के स्तर तक नहीं पहुंच जाती है। दुनिया भर में ऐसी ही परम्परा है।

iii) एक विचार यह भी था कि इसमें लाभ तथा हानि दोनों हैं। ऑपरेटर के माध्यम से सामूहिक रूप से चुनने का लाभ है परन्तु कठिनाई यह है कि एमएसओ को सभी चैनल चुनने होंगे क्योंकि मांग में विविधता होती है। इसके लिए केबल ऑपरेटरों के साथ ज्यादा संख्या में समझौते करने पड़ेंगे।

III उपभोक्ताओं का गुप

केबल ऑपरेटरों के माध्यम से विकल्प का प्रयोग करना एक भ्रम है और अलग-अलग चैनलों की कीमत निर्धारण एड्रसेबल प्रणाली के माध्यम से पे चैनलों की भुरुआत के साथ होना चाहिए। दूसरा विचार यह है कि हमें अलग-अलग चैनलों के कीमत निर्धारण की ओर अग्रसर होना चाहिए परन्तु उपभोक्ता सीमित बैंडविथ के एनॉलॉग नेटवर्कों के कारण विकल्प का लाभ नहीं उठा सकेंगे।