

भारत का राजपत्र, असाधारण, भाग III खंड 4 में प्रकाशनार्थ

भारतीय दूरसंचार वनियामक प्रा धकरण

अ धसूचना

नई दिल्ली, 22 नवंबर 2022

सं. आरजी-8/1/(9)/2021-बी और सीएस(1 और 3).--- भारतीय दूरसंचार वनियामक प्रा धकरण अ धनियम, 1997 (1997 का 24) की धारा 11 की उप-धारा (2) द्वारा प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए, संचार और सूचना प्रौद्योगिकी मंत्रालय (दूरसंचार वभाग), संख्या 39, में केंद्र सरकार की अ धसूचना के साथ पठित, ----

1. धारा 2 की उप-धारा (1) के खंड (के) और उक्त अ धनियम की धारा 11 की उप-धारा (1) के खंड (डी) के प्रावधान द्वारा केंद्र सरकार को प्रदत्त शक्तियों का प्रयोग करते हुए जारी किया गया, तथा
2. अ धसूचना संख्या एस.ओ. 44 (ई) और 45 (ई) के तहत दिनांक 9 जनवरी, 2004 को भारत के राजपत्र, विशेष, भाग II, खंड 3, के अंतर्गत प्रकाशित ---

भारतीय दूरसंचार वनियामक प्रा धकरण एतद्वारा दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाओं (आठवां) (एड्रिसेबल प्रणा लयां) टैरिफ आदेश, 2017 (2017 का 1) में संशोधन करने के लिए निम्न ल खत आदेश बनाता है, नामतः -

दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं
(आठवां) (एड्रिसेबल प्रणा लयां) टैरिफ (तीसरा संशोधन) आदेश, 2022
(2022 की सं. 4)

1. लघु शीर्षक, वस्तु और प्रारंभ:

(i) इस आदेश को दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं (आठवां) (एड्रिसेबल प्रणा लयां) टैरिफ (तीसरा संशोधन) आदेश, 2022 (2022 का 4) कहा जाएगा ।

(ii) यह आदेश पूरे भारत में लागू होगा।

(iii) यह आदेश दिनांक 01 फरवरी, 2023 से लागू होगा, इस आदेश के खंड 4 और 5 के अतिरिक्त, जो इस आदेश के शासकीय राजपत्र में प्रकाशन की तिथि से लागू होंगे।

2. दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं (आठवां) (एड्रिसेबल प्रणा लयां) टैरिफ आदेश, 2017 (इसके बाद "मूल टैरिफ आदेश" के रूप में संदर्भित किया जाएगा) के खंड 3 के उप-खंड (3) में ---

(क) दूसरे परंतुक में, "बारह रुपए" शब्दों के स्थान पर "उन्नीस रुपए" को प्रतिस्थापित किया जाएगा;

(ख) तीसरे परंतुक के स्थान पर निम्न ल खत परंतुक को प्रतिस्थापित किया जाएगा नामतः --

"बशर्ते आगे क पे चैनलों के ऐसे बुके का प्रति माह अ धकतम खुदरा मूल्य उस बुके का हिस्सा बनने वाले अ-ला-कार्ट पे चैनलों के प्रति माह अ धकतम खुदरा मूल्य के योग के पचपन प्रतिशत से कम नहीं होगा;"

3. मूल टैरिफ आदेश के खंड 4 में, ----

(क) उपखंड (3) के दूसरे परंतुक में , "बारह रुपए" को "उन्नीस रुपए" से प्रतिस्था पत कया जाएगा;

(ख) उपखंड (4) के पहले परंतुक में, "बारह रुपए" को " उन्नीस रुपए" से प्रतिस्था पत कया जाएगा;

4. मूल टैरिफ आदेश के खंड 6 में, ---

(क) उपखंड (1) की पहली शर्त के बाद निम्न ल खत शर्त को स्था पत कया जाएगा, नामतः ---

" बशर्ते यह भी क दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं (आठवां) (एड्रैसेबल प्रणा लयां) टैरिफ (तीसरा संशोधन) आदेश, 2022 के कारण नाम, प्रकृति, भाषा, अ धकतम खुदरा मूल्य, प्रति माह, चैनलों और अ धकतम खुदरा मूल्य, प्रति माह, या बुके की संरचना में कोई भी परिवर्तन कए जाने पर:

क. इस उद्देश्य के लए निर्धारित पोर्टल पर इस तरह के बदलाव कए जाने से कम से कम पैंतालीस दिन पूर्व प्रा धकरण को सू चत कया जाएगा;

ख. साथ ही प्रसारक की वेबसाइट पर प्रका शत कया जाएगा; तथा

ग. टेली वजन चैनलों के उन सभी वतरकों, जिनके साथ उसने अंतर्संयोजन करार पर हस्ताक्षर कए हैं, को जानकारी प्रदान की जाएगी।"

(ख) तीसरी शर्त का लोप कर दिया जाएगा ।

5. मूल टैरिफ आदेश के खंड (7) में,

(क) उपखंड (1) की पहली शर्त के बाद निम्न ल खत शर्त को स्था पत कया जाएगा, नामतः ---

"बशर्ते यह भी की दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं (आठवां) (एड्रैसेबल प्रणा लयां) टैरिफ (तीसरा संशोधन) आदेश, 2022 के कारण नेटवर्क क्षमता शुल्क, नाम, प्रकृति, भाषा, पे चैनलों के वतरक खुदरा मूल्य, वतरक खुदरा मूल्य या पे चैनलों के बुके की संरचना और फ्री-टू-एयर चैनलों के बुके की संरचना, मल्टी टीवी होम में पहले टीवी कनेक्शन के बाद प्रत्येक अतिरिक्त टीवी कनेक्शन के लए नेटवर्क क्षमता शुल्क और लंबी अव ध की सब्सक्रिप्शन, जैसा भी मामला हो, में कोई भी परिवर्तन कए जाने पर -

क. इस उद्देश्य के लए निर्धारित पोर्टल पर इस तरह के कए जाने से कम से कम तीस दिन पहले प्रा धकरण को सू चत कया जाएगा; और

ख. साथ ही वतरक की वेबसाइट पर प्रका शत कया जाएगा।"

(ख) तीसरी शर्त का लोप कर दिया जाएगा।

(वी. रघुनंदन)

स चव, भादू वप्रा

टिप्पणी 1.----दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं (आठवां) (एड्रिसेबल प्रणा लयां) टैरिफ आदेश, 2017 (2017 का 1) भारत के राजपत्र, वशेष, भाग III, खंड 4 में अधसूचना संख्या 21-1/2016-बी एंड सीएस दिनांक 3 मार्च, 2017 के तहत प्रकाशित किया गया था और बाद में अधसूचना संख्या 1-2/2017-बी एंड सीएस दिनांक 30 मार्च, 2017 और संख्या 21-01/2019- बी एंड सीएस दिनांक 1 जनवरी 2020 द्वारा संशोधित किया गया।

टिप्पणी 2. ---इस आदेश के परिशष्ट 'क' में दिया गया व्याख्यात्मक ज्ञापन दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाओं (आठवां) (एड्रिसेबल प्रणा लयां) टैरिफ (तीसरा संशोधन) आदेश, 2022 के उद्देश्यों और कारणों की व्याख्या करता है।

स्पष्टीकरणात्मक जापन

परिचय और पृष्ठभूमि

1. भारतीय दूरसंचार वनियामक प्राधकरण (भादू वप्रा) ने प्रसारण एवं केबल टीवी क्षेत्र के व्यवस्थित विकास को सुनिश्चित करने के लए 3 मार्च, 2017 को डेढ़ साल से अधिक समय तक चली परामर्श प्रक्रिया के पश्चात नए वनियामक ढांचे को अधसूचित किया। भारत में केबल टीवी नेटवर्क के पूर्ण डजिटलीकरण के कारण यह आवश्यक हो गया था। ढांचे में निम्नलिखित टैरिफ आदेश और वनियम शामिल हैं:
 - i. दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं (आठवां) (एड्रेसेबल प्रणालियां) टैरिफ आदेश, 2017 (टैरिफ आदेश 2017);
 - ii. दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं अंतःसंयोजन (एड्रेसेबल प्रणालियां) वनियम, 2017 (अंतःसंयोजन वनियम, 2017);
 - iii. दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं, सेवा की गुणवत्ता और उपभोक्ता संरक्षण (एड्रेसेबल प्रणालियां) वनियम, 2017 (सेवा की गुणवत्ता वनियम, 2017)।

इसके बाद, उपरोक्त दो वनियमों और टैरिफ आदेश को सामूहिक रूप से 'ढांचे' के रूप में संदर्भित किया जाएगा।

2. हालाँकि, कानूनी चुनौतियों के कारण प्रस्तावित समय-सीमा के अनुसार ढांचे को लागू नहीं किया जा सका। माननीय उच्च न्यायालय मद्रास और माननीय सर्वोच्च न्यायालय में कानूनी जांच से गुजरने के बाद, 'ढांचा' 29 दिसंबर 2018 से प्रभावी हुआ। सामूहिक रूप से तीन निर्धारणों ने इस क्षेत्र के लए वनियामक ढांचे को पूरी तरह से बदल दिया। क्षेत्र के आकार तथा संरचना और 'ढांचे' में आने वाले परिवर्तनों को देखते हुए, यह आसन्न था कि कुछ अस्थायी समस्याएँ हो सकती हैं।
3. भादू वप्रा ने जुलाई और अगस्त 2019 के दौरान एक एजेंसी के माध्यम से एक उपभोक्ता सर्वेक्षण कराया। सर्वेक्षण के परिणाम में कुछ ऐसी कमियाँ उजागर हुईं, जिसके परिणामस्वरूप उपभोक्ताओं के लिए समस्याएँ उत्पन्न हो सकती हैं। इस अवधि के दौरान भादू वप्रा को कई उपभोक्ता अभ्यावेदन भी प्राप्त हुए। 'ढांचे' ने कुछ व्यावसायिक प्रक्रियाओं को बदला। परिणामस्वरूप, कई सकारात्मक पहलू सामने आए। उपभोक्ता अपनी पसंद का प्रयोग कर सकते हैं, जैसा वे पहले कभी नहीं कर सकते थे। टेली वजन वतरण मूल्य श्रृंखला में सभी हितधारकों को उनके वशष्ठ राजस्व प्रवाह के बारे में आश्वस्त किया गया था। तीसरे पक्ष के पैनालबद्ध लेखापरीक्षकों के माध्यम से ट्रस्ट-आधारित लेखापरीक्षा व्यवस्था ने काम करना शुरू कर दिया। इन उपायों ने क्षेत्र के व्यवस्थित विकास में मदद की। फर भी, यह देखा गया कि कुछ सेवा प्रदाता ढांचे में उपलब्ध लचीलेपन का अनुचित उपयोग कर रहे थे। प्राधकरण ने इन मुद्दों को हल करने के लए परामर्शी प्रयास किया। 2019 की अंतिम तिमाही में उचित

परामर्श लेने के बाद, भादू वप्रा ने 1 जनवरी 2020 को वनियामक ढांचा 2017 में निम्न ल खत संशोधनों को अधसूचत कया:

- क. दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं (आठवां) (एड्रेसेबल सस्टम) टैरिफ (दूसरा संशोधन) आदेश, 2017 (टैरिफ संशोधन आदेश 2020)
- ख. दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं इंटरकनेक्शन (एड्रेसेबल प्रणा लया) (दूसरा संशोधन) वनियम, 2017 (इंटरकनेक्शन संशोधन वनियम, 2020)
- ग. दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं, सेवा की गुणवत्ता और उपभोक्ता संरक्षण (एड्रेसेबल प्रणा लयां)) (तीसरा संशोधन) वनियम, 2017 (सेवा की गुणवत्ता संशोधन वनियम, 2020)

इसके बाद, उपरोक्त संशोधनों को सामूहिक रूप से 'संशोधत ढांचे 2020'¹ के रूप में संद र्भत कया जाएगा।

4. 'संशोधत ढांचे 2020' के अनुसार महत्वपूर्ण संशोधन इस प्रकार हैं:

- क. अधकतम ₹ 130/- प्रति माह के एनसीएफ में एसडी चैनलों की संख्या 100 से बढ़ाकर 200 करना।
- ख. अधकतम ₹ 160/- प्रति माह के एनसीएफ में 200 से अधक एसडी चैनल।
- ग. मल्टी टीवी घरों में दूसरे और उसके बाद के टीवी कनेक्शन के लए प्रति अतिरिक्त टीवी एनसीएफ घोषत एनसीएफ के 40% से अधक नहीं।
- घ. सब्सक्राइबर मल्टी टीवी होम में प्रत्येक टीवी कनेक्शन के लए चैनलों का एक अलग सेट चुन सकते हैं
- ङ. प्रसारकों को अपने चैनलों की कीमत तय करने की स्वतंत्रता जारी रही
- च. बुके में शा मल करने के लए पे चैनलों के एमआरपी पर अधकतम मूल्य को ₹ 19/- से घटाकर ₹ 12/- कया गया।
- छ. प्रसारकों द्वारा पेश कए जाने वाले बुके की संख्या पर उ चत प्रतिबंध - पे चैनलों के बुके की संख्या प्रसारक द्वारा पेश कए जाने वाले पे चैनलों की संख्या से अधक नहीं होनी चाहिए।
- ज. कसी चैनल की एमआरपी उस चैनल वाले कसी बुके की एमआरपी से अधक नहीं होनी चाहिए, ता क बुके बनाने और मूल्य निर्धारण में और अधक तर्कसंगतता आ सके।
- झ. डीपीओ को उनके सेवा क्षेत्रों के भीतर विभिन्न भौगोलिक क्षेत्रों के लिए अलग-अलग एनसीएफ घोषित करने की छूट
- ञ. डीपीओ 6 महीने और उससे अधक की अवधि के दीर्घकालिक सब्सक्रिप्शन पर एनसीएफ और डीआरपी पर छूट दे सकते हैं।
- ट. कैरिज शुल्क की घटी हुई रा श - एसडी चैनलों के लए प्रति ग्राहक प्रति माह 20 पैसे, ₹ 4 लाख प्रति माह की सीमा के साथ, देश में एक चैनल चलाने के लए एक महीने में एक डीपीओ को एक प्रसारक द्वारा देय।

5. कुछ हितधारकों ने संशोधत ढांचे 2020 को चुनौती दी। ऑल इंडया डजिटल केबल फेडरेशन (एआईडीसीएफ) और अन्य ने नेटवर्क क्षमता शुल्क (एनसीएफ), मल्टी-टीवी होम और लंबी अव ध के सब्स क्रप्शन से संब धत

¹ कुछ हितधारक और मीडिया रिपोर्ट 'संशोधत फ्रेमवर्क 2020' को एनटीओ 2.0 के रूप में संद र्भत करते हैं

प्रावधानों को केरल उच्च न्यायालय में चुनौती दी थी। बुके का हिस्सा बनने के लिए एक चैनल के एमआरपी पर सीमा, अ-ला-कार्टे चैनलों के बीच संबंध और बुके मूल्य निर्धारण आदि से संबंधित प्रावधानों को इं डयन ब्रॉडकास्टिंग एंड डिजिटल फाउंडेशन (आईबीडीएफ) और अन्य ने मुंबई उच्च न्यायालय में चुनौती दी थी।

6. केरल के माननीय उच्च न्यायालय के अंतरिम आदेशों के बाद, नेटवर्क क्षमता शुल्क (एनसीएफ), मल्टी-टीवी होम और 'संशोधित ढांचे 2020' में निहित दीर्घकालिक सदस्यता से संबंधित प्रावधानों को लागू किया गया है। उपभोक्ताओं को इन संशोधनों का उचित लाभ मिला रहा है। प्रत्येक उपभोक्ता को अधिकतम एनसीएफ ₹ 130/- में, पहले मिला रहे 100 चैनलों के बजाय अब 228 टीवी चैनल मिलते हैं। इसके परिणामस्वरूप समान संख्या में चैनलों का लाभ उठाने के लिए उपभोक्ताओं के एनसीएफ में अनुमानित ₹ 40/- से ₹ 50/- की कमी आई। इसके अलावा, मल्टी-टीवी होम के लिए एनसीएफ में संशोधन ने दूसरे (और अधिक) टेली वजन सेटों पर 60% की अतिरिक्त बचत प्रदान की है।
7. जैसा कि पैरा 5 में उल्लेख किया गया है, कुछ प्रसारकों और अन्य हितधारकों ने 2020 की रिट याचिका (एल) संख्या 116 और उससे जुड़े अन्य मामलों के माध्यम से माननीय मुंबई उच्च न्यायालय में 'संशोधित फ्रेमवर्क 2020' को चुनौती दी।
8. माननीय मुंबई उच्च न्यायालय ने अपने 30 जून 2021 के फैसले के द्वारा दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल) सेवाएं (आठवां) (एड्रसेबल प्रणालियां) टैरिफ (दूसरा संशोधन) आदेश, 2020 (इसके बाद टैरिफ संशोधन आदेश 2020 के रूप में संदर्भित) के खंड 3 के उप-खंड (3) के तीसरे प्रावधान में प्रदान किए गए औसत परीक्षण की शर्त को छोड़कर, नए वनियामक ढांचे 2020 की वैधता को बरकरार रखा।
9. मुंबई उच्च न्यायालय में उक्त मामले में याचिकाकर्ताओं ने 30 जून 2021 के फैसले को चुनौती देते हुए भारत के माननीय सर्वोच्च न्यायालय में विशेष अनुमति याचिका (एसएलपी) दायर की। माननीय सर्वोच्च न्यायालय द्वारा कोई अंतरिम राहत नहीं दी गई। 15 फरवरी 2022 को, याचिकाकर्ताओं ने एसएलपी को वापस लेने के लिए माननीय सर्वोच्च न्यायालय में एक हलफनामा प्रस्तुत किया। माननीय सर्वोच्च न्यायालय ने सहर्ष एसएलपी को वापस लेने की अनुमति दी और उसी दिन निम्नलिखित आदेश पारित किया:
" विशेष अनुमति याचिकाएं वापस लिए जाने के कारण खारिज की जाती हैं। कानून के सारे सवाल खुले रखे गए हैं। "
10. इस बीच, यह देखते हुए कि माननीय उच्चतम न्यायालय द्वारा माननीय बॉम्बे उच्च न्यायालय के फैसले पर कोई अंतरिम राहत नहीं दी गई थी, प्राधिकरण ने सभी प्रसारकों को एक पत्र दिनांक 12 अक्टूबर 2021 (अनुलग्नक III) जारी किया, जिसमें नए वनियामक प्रावधानों के अनुपालन की मांग की गई थी। ढांचे 2020 को माननीय बॉम्बे उच्च न्यायालय द्वारा 10 दिनों के भीतर बरकरार रखा गया है। नतीजतन, अधिकांश प्रसारकों ने 'संशोधित

ढांचे 2020' के अनुपालन में भादू वप्रा को अपना रेफरेंस इंटरकनेक्ट ऑफर (आरआईओ) प्रस्तुत किया। प्रावधानों की सीमा के अनुसार, इन आरआईओ को नवंबर 2021 में उनकी वेबसाइटों पर भी प्रकाशित किया गया था।

11. प्रमुख प्रसारकों द्वारा घोषित नए टैरिफ एक सामान्य प्रवृत्त को दर्शाते हैं। स्पोर्ट्स चैनलों सहित उनके सबसे लोकप्रिय चैनलों की कीमतों को ₹ 19/- प्रति माह की निर्धारित सीमा से अधिक कर दिया गया। मौजूदा प्रावधानों के अनुपालन में, ऐसे सभी चैनलों को बुके से बाहर रखा गया, जिनकी कीमत ₹ 12/- (प्रति माह) से अधिक है। तदनुसार, अधिकतम खुदरा मूल्य ₹ 12/- से अधिक वाले सभी चैनल की पेशकश केवल अ-ला-कार्टे आधार पर की गई थी। संशोधित आरआईओ ने पेश किए जा रहे लगभग सभी बुके की संरचना में व्यापक बदलाव का संकेत दिया।
12. जैसे ही नए आरआईओ की घोषणा की गई, भादू वप्रा को डस्ट्रीब्यूशन प्लेटफॉर्म ऑपरेटर्स (डीपीओ), एसोसिएशन ऑफ लोकल केबल ऑपरेटर्स (एलसीओ) और उपभोक्ता संगठनों से अभ्यावेदन मिलने शुरू हो गए। सामान्य तौर पर, अभ्यावेदन दर्शाते हैं कि नए आरआईओ वितरण पारिस्थितिकी तंत्र पर कठिनाइयों का सामना करेंगे, क्योंकि कसेवा की पेशकश के लिए प्रत्येक उपभोक्ता से नए विकल्प प्राप्त करने की आवश्यकता होगी। उपभोक्ता संगठनों ने मासिक बिलों में होने वाली बढ़ोतरी का भी मुद्दा उठाया। डीपीओ ने अपने आईटी सस्टम में नई दरों को लागू करने और अधिक संख्या में उपभोक्ताओं को नई टैरिफ व्यवस्था में स्थानांतरित करने में उनके सामने आने वाली कठिनाइयों पर भी प्रकाश डाला।
13. अभ्यावेदन के आधार पर, भादू वप्रा ने कार्यान्वयन के लिए समय सीमा बढ़ा दी और 'संशोधित ढांचे 2020' के लंबित प्रावधानों के सुचारू कार्यान्वयन के लिए हितधारकों के साथ जुड़ना भी शुरू कर दिया। सभी हितधारकों को यह स्पष्ट किया गया था कि संशोधित ढांचे 2020' में स्थानांतरण से उपभोक्ताओं की सेवा बाधित नहीं होनी चाहिए।
14. व भन्न अभ्यावेदनों के माध्यम से और भादू वप्रा के साथ आयोजित व भन्न संघों (एलसीओ समूहों सहित) की चर्चा के दौरान, हितधारकों ने अन्य बातों के साथ व भन्न मुद्दों को उठाया, जिन्हें नीचे वर्णित किया गया है:
 - टेली वजन चैनल के प्रत्येक वितरक को प्रसारकों द्वारा घोषित नए आरआईओ के साथ संरेखित करने के लिए अपनी सेवा पेशकशों में बड़े बदलाव करने होंगे।
 - बुके की संरचना में बदलाव के कारण, संबंधित वितरक को लगभग प्रत्येक उपभोक्ता को सीधे एलसीओ के माध्यम से नए विकल्प प्रस्तुत करने होंगे।
 - जिस तरह से नए टैरिफ बनाए जाते हैं, वितरकों को उसके कार्यान्वयन में आईटी सस्टम के सेवा वन्यास में व्यापक पैमाने पर बदलाव करने होंगे।
 - इस परिवर्तन के लिए स्थानीय केबल ऑपरेटर्स और उपभोक्ताओं के साथ-साथ आईटी सस्टम पर भी काफी प्रयास करना होगा।

15. हितधारकों ने भादू वप्रा से उ चत कदम उठाने और यह सुनिश्चित करने का अनुरोध किया कि संशोधित आरआईओ के कारण होने वाले परिवर्तनों, मासिक बिलों में वृद्ध सहित, के फलस्वरूप उपभोक्ताओं को कठिनाइयों का सामना न करना पड़े। सामान्य तौर पर, यह वचार था कि भादू वप्रा कुछ प्रावधानों की समीक्षा करने के लिए उ चत परामर्श करने पर वचार कर सकता है जो सुचारू कार्यान्वयन और उपभोक्ताओं की सुवधा के लिए आवश्यक हैं।
16. नए वनियामक ढांचे 2020 के लंबित कार्यान्वयन से संबंधित मुद्दों पर वचार-वमर्श करने और आगे का रास्ता सुझाने के लिए, भादू वप्रा के तत्वावधान में इं डयन ब्रॉडकास्टिंग एंड डिजिटल फाउंडेशन (आईबीडीएफ), ऑल इं डया डिजिटल केबल फेडरेशन (एआईडीसीएफ) और डीटीएच एसोसिएशन के सदस्यों की एक समिति का गठन किया गया था (अनुलग्नक IV)। समिति के व्यापक वचारार्थ वषय नीचे वर्णित हैं:
1. उपभोक्ताओं को सू चत वकल्पों का प्रयोग करने में सुवधा को ध्यान में रखते हुए नए वनियामक ढांचे 2020 के सुचारू कार्यान्वयन की प्र क्रया को देखना और उसके उपाय (यदि कोई हो) का सुझाव देना।
 2. संबंधित समस्याओं की पहचान करना और प्रसारण क्षेत्र के समग्र विकास के लिए उपाय सुझाना।
17. समिति का उद्देश्य टैरिफ संशोधन आदेश 2020 के सुचारू कार्यान्वयन के लिए एक आम सहमति बनाने के लिए एक मंच प्रदान करना और व भन्न हितधारकों के बीच चर्चा की सुवधा प्रदान करना था। हितधारकों को सलाह दी गई थी कि वे एक कार्यान्वयन योजना के साथ आएँ जिससे उपभोक्ताओं को न्यूनतम व्यवधान या परेशानी हो।
18. समिति ने 23 दिसंबर 2021 को चर्चा की। हितधारकों ने निम्न ल खत मुद्दों को सूचीबद्ध किया, उनकी राय में जिनकी समीक्षा की आवश्यकता थी:
- क. एनटीओ 2.0 टैरिफ आदेश के अनुपालन में प्रसारकों द्वारा प्रस्तुत किए गए उनके आरआईओ के माध्यम से प्रस्तावित टैरिफ उपभोक्ताओं के टैरिफ में उल्लेखनीय वृद्ध का कारण बनेंगे। उपभोक्ता मूल्य वृद्ध, यदि कोई हो, को उ चत सीमा तक सी मत करने की आवश्यकता है।
 - ख. प्रसारकों द्वारा प्रस्तावित आरआईओ विशेष रूप से लोकप्रिय चैनलों को उच्च अ-ला-कार्टे कीमतों पर रखने एवं बुके का हिस्सा नहीं होने के कारण पैकेज में महत्वपूर्ण बदलाव ला सकते हैं। यह डीपीओ को बहुत बड़ी संख्या में प्लान और पैकेज की पेशकश करने के लिए बाध्य करता है। इस लिए, डीपीओ को प्रसारकों के समर्थन की आवश्यकता है, ताकि उन्हें बड़ी संख्या में प्लान बुके ना बनाने पड़ें।
 - ग. ऊपर वर्णित तथ्यों को ध्यान में रखते हुए, उपभोक्ताओं द्वारा वकल्पों का उपयोग करने की प्र क्रया को सरल बनाने की आवश्यकता है, ताकि उपभोक्ताओं को स्पष्ट सहमति के बिना कोई चैनल प्रदान नहीं किया जा सके। उपभोक्ताओं के पास किसी भी चैनल को हटाने की भी सुवधा होनी चाहिए।
 - घ. समान उत्पाद (टेली वजन चैनल) को समान कीमत पर पेश किया जाना चाहिए वही लीनियर टेली वजन, फ्री डश या सब्सक्रिप्शन आधारित वीडियो ऑन डिमांड पर हो।

- ड. हितधारकों ने सुझाव दिया क एनटीओ 2.0 संशोधनों को दो साल से अधिक समय बीत चुका है और एनटीओ 1.0 कार्यान्वयन के साथ तीन साल से अधिक समय बीत चुका है, तब से बुके या अ-ला-कार्टे चैनलों की कीमतों में कोई बदलाव नहीं हुआ है। इसने अंतिम उपभोक्ताओं को गुणवत्तापूर्ण उत्पाद उपलब्ध कराने के मामले में उद्योग को दबाव में ला दिया है। इस प्रकार बुके समावेशन के लिए एमआरपी की सीमा को संशोधित नहीं करके टैरिफ आदेश स्तर को उन्नीस रुपये (₹. 19/-) पर रखना उपयुक्त रहेगा।
- च. उपरोक्त प्रावधान सभी लोकप्रिय चैनलों को बुके की अधिकतम सीमा के भीतर सुनिश्चित करके बुके संरचना को बनाए रखने में भी मदद करेगा। इसके अतिरिक्त, यह उपभोक्ताओं को नए टैरिफ के तहत अपनी पसंद का उपयोग करने में न्यूनतम परेशानी भी पैदा करेगा, क्योंकि अधिकतर टैरिफ अपने मौजूदा स्वरूप में जारी रह सकते हैं।
- छ. बुके के लिए डीपीओ को अतिरिक्त पंद्रह प्रतिशत (15%) प्रोत्साहन की अनुमति देना, जैसा क अ-ला-कार्टे चैनल के लिए प्रदान किया गया है (अध्यक्ष द्वारा यह बताया गया था क उक्त प्रावधान अंतःसंयोजन नियमों से संबंधित है और टैरिफ आदेश का हिस्सा नहीं है)।
- ज. बुके का हिस्सा बनने वाले पे चैनलों के अ-ला-कार्टे के एमआरपी के योग पर छूट को बढ़ाकर पचास प्रतिशत करने के लिए दूसरे कनेक्शन से जुड़ी शर्त की समीक्षा की जा सकती है। यह प्रसारकों को पैकेजों को क्रॉस-सब्सिडी देने में सक्षम बनाएगा।
- झ. ₹ 130/- के नेटवर्क क्षमता शुल्क (एनसीएफ) की उच्चतम सीमा में संशोधन।
- ञ. प्रसारकों को मल्टी-टीवी होम के मामले में, पहले टीवी कनेक्शन से परे, प्रत्येक अतिरिक्त टीवी कनेक्शन के लिए पहले टीवी कनेक्शन के लिए घोषित एमआरपी के 40% की दर से अपने चैनलों के एमआरपी की पेशकश करनी चाहिए। इससे उपभोक्ताओं को कई टीवी पर पे चैनलों की सदस्यता लेने की लागत बचाने में मदद मिलेगी।
- ट. डीपीओ के लिए उपलब्ध उस बुके के एमआरपी के अ-ला-कार्टे चैनलों के योग पर छूट के पंद्रह प्रतिशत (15%) की उच्चतम सीमा की समीक्षा।
- ठ. हितधारकों ने सुझाव दिया क भादू वप्रा को तत्काल सुधारात्मक उपाय करने चाहिए और 1 अप्रैल 2022 तक संशोधित टैरिफ लागू करना चाहिए। उपस्थित सभी डीपीओ ने जोर देकर कहा क उन्हें निर्धारित समय के अनुसार नए टैरिफ को ठीक से लागू करने के लिए पर्याप्त समय की आवश्यकता होगी।
19. हालांकि, हितधारकों की समिति ने भादू वप्रा से महत्वपूर्ण मुद्दों का तुरंत समाधान करने का अनुरोध किया, ता क टैरिफ संशोधन आदेश 2020 के कार्यान्वयन में उपभोक्ताओं को न्यूनतम परेशानी हो। हितधारकों ने भादू वप्रा द्वारा बाद में वचार करने के लिए अन्य मुद्दों को भी सूचीबद्ध किया। हितधारकों की समिति के सभी सदस्यों ने देखा क एक सुचारू परिवर्तन के प्रबंधन और उपभोक्ताओं को असुविधा से बचाने के लिए तत्काल कार्रवाई की आवश्यकता है।
20. हितधारकों की समिति द्वारा पहचान करके गए मुद्दों को हल करने के लिए; भादू वप्रा ने 7 मई 2022 को 'संशोधित ढांचे 2020' के कार्यान्वयन के लिए लंबित बिंदुओं / मुद्दों पर हितधारकों की टिप्पणियों को प्राप्त करने

के लिए 'प्रसारण एवं केबल सेवाओं के लिए नए वनियामक फ्रेमवर्क से संबंधित मुद्दे' पर परामर्श पत्र जारी किया। हितधारकों से प्राप्त टिप्पणियों और प्रति टिप्पणियों को भादू वप्रा की वेबसाइट पर प्रस्तुत किया गया था। इसके बाद 8 सितंबर 2022 को नई दिल्ली में खुला मंच चर्चा हुआ।

21. निम्नलिखित मुद्दों को परामर्श के लिए रखा गया था:
 - (क) टीवी चैनलों के एमआरपी की अधिकतम सीमा
 - (ख) कसी टीवी चैनल को बुके में शामिल करने की शर्त/शर्तें
 - (ग) बुके के मूल्य निर्धारण पर छूट की संरचना
 - (घ) प्रसारकों द्वारा डीपीओ को दी जाने वाली अतिरिक्त छूट

मुद्दों का विश्लेषण

22. मुद्दों के अनुसार विश्लेषण करने से पहले, इस क्षेत्र की मैक्रो-स्तर पर समीक्षा करना महत्वपूर्ण है। टेली वजन वतरण क्षेत्र को एक वैल्यू चेन द्वारा प्रस्तुत जाता है, जिसमें हितधारकों के तीन सेट शामिल हैं, अर्थात्: 1: प्रसारक; 2: वतरण सेवा प्रदाता (डीपीओ) (डीटीएच, एमएसओ, आईपीटीवी और एचआईटीएस शामिल हैं); 3: स्थानीय केबल ऑपरेटर (एलसीओ)। सब्सक्रिप्शन राजस्व को हितधारकों के इन तीन समूहों में बांटा गया है।
23. प्रसारक वजापन, कार्यक्रमों आदि से भी राजस्व अर्जित करते हैं। 60% (साठ प्रतिशत) से अधिक टेली वजन चैनल 'फ्री टू एयर' (एफटीए) हैं, जिसका अर्थ है कि वे कोई सब्सक्रिप्शन शुल्क नहीं लेते हैं। बल्कि, इनमें से कई चैनल डीपीओ को कैरिज शुल्क (विपणन/नियुक्ति शुल्क सहित) का भुगतान करते हैं। यहां तक कि पे चैनलों में भी, सामान्य तौर पर, वजापन राजस्व से प्राप्तियां सब्सक्रिप्शन राजस्व से अधिक होती हैं।
24. इसी तरह, डीपीओ के पास भी राजस्व के कई स्रोत होते हैं। सामान्य तौर पर, डीपीओ के राजस्व के स्रोत में नेटवर्क क्षमता शुल्क, वहन शुल्क (प्लेसमेंट / मार्केटिंग शुल्क से प्राप्त राशि सहित), प्लेटफॉर्म चैनलों से सब्सक्रिप्शन राजस्व², प्लेटफॉर्म चैनलों से वजापन राजस्व आदि शामिल हैं।
25. उपरोक्त व्यापक टिप्पणियों को ध्यान में रखते हुए, हितधारकों की टिप्पणियों और प्रति-टिप्पणियों का विश्लेषण करना महत्वपूर्ण है। सामान्य तौर पर, वैल्यू चेन में हितधारकों के विभिन्न समूह ने विपरीत टिप्पणियां प्रस्तुत की हैं। हितधारकों के विचार कहीं-कहीं बिल्कुल विपरीत हैं।
26. हितधारकों का एक समूह सुझाव दे रहा है कि भादू वप्रा को टेली वजन चैनलों/बुके के मूल्य निर्धारण में पूर्ण नर्मता प्रदान करनी चाहिए जो प्रसारण क्षेत्र के विकास की सुविधा प्रदान करेगा। हितधारकों के दूसरे समूह ने सुझाव

² कुछ डीपीओ अपने प्लेटफॉर्म चैनलों के लिए शुल्क लेते हैं। कुछ अन्य डीपीओ सक्रिय सेवाओं के आधार पर प्लेटफॉर्म चैनल प्रदान करते हैं, कभी-कभी भुगतान प्रति दृश्य के आधार पर शुल्क लेते हैं।

दिया है क क्षेत्र के वकास को सुनिश्चित करने के लए चैनलों की कीमत सहित सभी शुल्कों पर ट्राई द्वारा सख्त नियंत्रण आवश्यक है।

27. इसी प्रकार, बुके बनाने, वतरण शुल्क, छूट, प्रोत्साहन आदि में उपलब्ध लचीलेपन के मुद्दों पर वचार बिल्कुल अलग-अलग हैं।
28. विशेष रूप से एलसीओ, घटते कंज्यूमर बेस के साथ-साथ संचालन और रखरखाव की बढ़ती लागत का हवाला देते हुए उच्च राजस्व की मांग कर रहे हैं।
29. हितधारकों के प्रत्येक समूह की टिप्पणियां इस आधार पर आधारित प्रतीत होती हैं क अन्य हितधारक मौजूदा राजस्व बंटवारे के ढांचे से अधिक लाभ उठा रहे हैं।
30. सामान्य तौर पर, टेली वजन चैनल कंटेंट और प्रोग्राम द्वारा संचालित होते हैं। कसी टेली वजन चैनल के सब्सक्राइबर्स कसी विशेष चैनल की सब्सक्रिप्शन पेश कर जा रहे प्रोग्राम के आधार पर तय करते हैं। इस लए, टेली वजन चैनल अपने आप में एक अलग उत्पाद है और सरल शब्दों में प्रतिस्थापन योग्य नहीं है।
31. उपर्युक्त मुद्दों और हितधारकों के वपरीत वचारों/मांगों के आलोक में भादू वप्रा को एक वनियामक के तौर पर बाजार में हस्तक्षेप करना पड़ता है और इस क्षेत्र में वनियमों का एक सेट निर्धारित करना पड़ता है। क्षेत्र के व्यवस्थित वकास को सुनिश्चित करने के लए व भन्न सेवा प्रदाताओं के साथ-साथ उपभोक्ताओं के हितों को संतुलित करने के लए यह आवश्यक है। हालां क, भादू वप्रा हितधारकों के बीच उचित प्रथा लाने के उद्देश्य से हितधारकों के साथ जुड़ना जारी रखता है।

क. टेली वजन चैनलों के एमआरपी पर उच्चतम सीमा

32. परामर्श पत्र में, हितधारकों को अपनी टिप्पणी देने के लए कहा गया था क क्या वे चैनलों की एमआरपी पर उच्चतम सीमा होनी चाहिए।
33. जवाब में, प्रसारकों, डीटीएच ऑपरेटर्स और कुछ अन्य हितधारकों (कुछ शोध फर्मों और व्यक्तियों सहित) ने प्रस्तुत किया है क वे वे चैनलों के एमआरपी पर कसी सीमा के पक्ष में नहीं हैं। इन हितधारकों ने उल्लेख किया है क दूरसंचार क्षेत्र में इस तरह के दृष्टिकोण की सफलता को देखते हुए भादू वप्रा को प्रसारण क्षेत्र में टैरिफ नर्मता का प्रयोग करना चाहिए। उन्होंने निम्न लखत तर्कों के साथ अपनी बात पर बल दिया है:

(क) इसकी गणना के लए उपयुक्त टैरिफ और मजबूत कार्यप्रणाली निर्धारित करने के लए व वध डेटा बिंदुओं के जटिल वश्लेषण की आवश्यकता होती है, जिसमें उपभोक्ताओं की व भन्न प्रकार के कंटेंट के लए

भुगतान करने की इच्छा, उत्पादन और वतरण की लागत, वजापन और सब्सक्रिप्शन से राजस्व का वश्लेषत ववरण आदि शामिल है। इन पहलुओं पर जानकारी का अभाव और बुके (व भन्न आकारों और मूल्यों के) से अर्जित दक्षता लाभ, यह आकलन करना मुश्किल बनाता है क क्या बुके में चैनल को शामिल करने की अनुमति देने के लए मूल्य सीमा आवश्यक है, और यदि हां, तो ऐसी मूल्य सीमा की मात्रा क्या होनी चाहिए।

(ख) चैनल या बुके की कीमतों पर कसी भी प्रकार की मूल्य की सीमा कंटेंट के निर्माता के आश्वस्त मौलक अधिकारों को कम करती है।

(ग) मुक्त बाजार अर्थव्यवस्था में, कसी भी वस्तु की कीमत बाजार की ताकतों पर छोड़ दी जानी चाहिए।

34. दूसरी ओर, कुछ हितधारक, अधिकांश एमएसओ और उनके संघ, अला-कार्ट चैनलों के एमआरपी पर ₹ 12/- की उच्चतम सीमा के पक्ष में हैं और उन्होंने अपनी राय के पक्ष में निम्न लखत तर्क प्रस्तुत कए हैं:

क. चैनलों की लोकप्रयता, चाहे जो भी हो, इसे वहनीय बनाने और इसे उपभोक्ता की पहुंच के भीतर रखने के लए सीमा निर्धारित की जानी चाहिए।

ख. यदि ड्राइवर चैनलों की कीमत सीमा निर्धारित नहीं है, तो ऐसे ड्राइवर चैनलों के आदी ग्राहकों को ऐसे ड्राइवर चैनलों तक पहुंच प्राप्त करने के लए अधिक पैसे खर्च करने होंगे।

ग. कुछ चैनलों को छोड़कर, सभी प्रकार के चैनलों में, अधिकांश चैनलों की एमआरपी ₹ 12/- से कम है। यह इंगत करता है क चैनल के समग्र व्यापार मॉडल में एक चैनल के एमआरपी की एक महत्वहीन भूमिका है।

घ. भारत कीमत के प्रति बहुत ही संवेदनशील बाजार है। उद्योग मूल्य वृद्ध बर्दाश्त नहीं कर सकता, क्यों क कसी भी प्रकार की मूल्य वृद्ध ग्राहकों की संख्या को और कम कर देगी, क्यों क वर्तमान में भी इतनी अधिक कीमत के कारण कमी की दर 2.5% प्रति माह है।

35. एक हितधारक ने एसडी चैनलों की एमआरपी पर ₹ 14/- और एचडी चैनलों की एमआरपी के लए ₹ 22/- की उच्चतम सीमा का सुझाव दिया है।

36. प्राधिकरण ने चैनलों के अधिकतम खुदरा मूल्य पर उच्चतम सीमा निर्धारित करने के लिए हितधारकों की टिप्पणियों पर विचार किया है। इस संबंध में, एक टीवी चैनल के अधिकतम खुदरा मूल्य पर कोई सीमा निर्धारित नहीं करते हुए, प्राधिकरण ने टैरिफ आदेश, 2017 के अपने व्याख्यात्मक ज्ञापन (पैरा 52 से 54) में निम्नानुसार पाया:

"52. प्राधिकरण ने इस संबंध में हितधारकों की राय पर विचार किया है तथा उसका यह मत है कि प्रसारकों को उनके चैनलों का मुद्रीकरण करने के लिए पूर्ण स्वतंत्रता और व्यापारिक लचीलापन प्रदान कया जाना चाहिए। तदनुसार, प्राधिकरण ने निर्णय कया है वह पे चैनलों के एमआरपी पर वषय-वार सीमा निर्दिष्ट नहीं करेगा। तथा प, प्राधिकरण को आशा है कि प्रसारक पूर्ण पारदर्शता, भेदभावरहित व्यवहार तथा अपने चैनलों का मूल्य निर्धारण करते समय सब्सक्राइबरों के हित का संरक्षण सुनिश्चित करेंगे। यह आशा की जाती है कि

प्रसारक अपने चैनलों का मूल्य निर्धारण यथोचित रूप से करेंगे तथा डिजिटलीकरण और एड्रसेबिलिटी के कारण अर्जित उच्च राजस्व के लाभों की हिस्सेदारी सब्सक्राइबर्स के साथ भी करेंगे ।

53. कुछ हितधारकों का सुझाव था कि भादूविप्रा द्वारा लागत के आधार पर चैनलों के मूल्य निर्धारित किया जाना चाहिए।

54. इस संबंध में यह समझना महत्वपूर्ण है कि सामान्यतः एक चैनल में कई कार्यक्रम होते हैं। कलाकारों, सेटअप लागत, पट कथा, कॉपी राइट्स तथा अन्य व वध कारकों के आधार पर व भन्न कार्यक्रमों के उत्पादन लागत में बहुत अंतर होता है । कसी एक चैनल के व भन्न कार्यक्रमों में भी अक्सर बदलाव होता रहता है जो उनके टेली वजन रेटिंग पॉइंट्स (टीआरपी), वज्ञापन संभावना और अन्य आधारभूत रिपोर्टों पर आधारित होता है । इस लए, कसी चैनल के उत्पादन लागत को निर्धारित करना सदैव ही एक अति कठिन कार्य होता है, कदा चत लगभग असंभव होता है। तथा प मूल्य का इस प्रकार निर्धारण गतिशील स्वरूप का होगा और चैनल में कार्यक्रम में बदलाव के साथ बदल सकता है। टेली वजन चैनलों पर कार्यक्रमों में बहुत परिवर्तन होता है और इस प्रकार कसी टी वी चैनल के मूल्य कॉस्ट प्लस आधार पर तय करना अव्यावहारिक होता है।”

37. उपरोक्त पूर्वसर्ग अभी भी मान्य है। प्रा धकरण का वचार है क प्रसारकों को अपने चैनलों का मौद्रीकरण करने के लए पूर्ण स्वतंत्रता और व्यावसायिक लचीलापन दिया जाना चाहिए। इसके अलावा, दर्शकों की व शष्ट श्रेणी के लए अद्वितीय कंटेंट वाले कुछ चैनल हो सकते हैं। इस तरह के आला श्रेणी के चैनल अपने चैनल के मूल्य निर्धारण के लए स्वतंत्रता चाहते हैं, क्यों क उनका लक्ष्य दर्शक वर्ग छोटा हो सकता है। इसी तरह, प्रोग्राम तैयार करने की लागत कई अलग-अलग पहलुओं में भन्न होती है। इस लए, प्रा धकरण का मानना है क टेली वजन चैनल की अधिकतम कीमत को परिभाषित करने से बेहतर कंटेंट तैयार करने की क्षमता प्रभावित हो सकती है, विशेष रूप से आला श्रेणी के चैनलों के लए। तदनुसार, चैनलों के मूल्य निर्धारण के संबंध में नर्म दृष्टिकोण को जारी रखते हुए, इस समय प्रा धकरण ने पे चैनलों के एमआरपी पर उच्चतम सीमा निर्धारित नहीं करने का निर्णय लिया है। हालां क, प्रा धकरण को उम्मीद है क प्रसारक अपने चैनलों का मूल्य निर्धारण करते समय पूर्ण पारदर्शिता, गैर-भेदभावपूर्ण व्यवहार और सब्सक्राइबर्स के हितों की सुरक्षा सुनिश्चित करेंगे। यह उम्मीद की जाती है क प्रसारक अपने चैनलों की उचित कीमत तय करेंगे, जिससे सब्सक्राइबर्स तक डिजिटलीकरण का लाभ पहुंचाना सुनिश्चित हो सके।

ख. कसी टीवी चैनल को बुके में शामिल करने की शर्तें(शर्तें)

38. परामर्श पत्र में, हितधारकों को निम्न लखत पर अपनी टिप्पणी देने के लए कहा गया था:
- क. क्या बुके में चैनल की कीमतें एक सी होनी चाहिए? यदि हां, तो एक ही बुके का हिस्सा बनने के लिए चैनलों के मूल्य निर्धारण में एकरूपता सुनिश्चित करने के लए एक उपयुक्त मानदंड क्या होना चाहिए?
- ख. यदि नहीं, तो एक प्रभावी अ-ला-कार्टे वकल्प सुनिश्चित करने के लए क्या उपाय कए जाने चाहिए जो उपभोक्ताओं को बुके के अनुचित मूल्य निर्धारण के प्रति संवेदनशील हुए बिना उपलब्ध कराए जा सकें?
39. इसके जवाब में, प्रसारकों, डीटीएच ऑपरेटर्स और कुछ शोध फर्मों और व्यक्तियों सहित कुछ अन्य हितधारक बुके में चैनल की कीमतों की एकरूपता के पक्ष में नहीं हैं। इसके पक्ष में दिए गए प्रमुख तर्क इस प्रकार हैं:

- क. एक चैनल बुके व वध चैनल पेशकशों की एक श्रृंखला है, जो बहु शैली और/या बहु भाषा पेशकशों का मश्रण हो सकता है, जिसमें एकल या बहु प्रसारकों के चैनल शामिल हैं।
- ख. समरूप मूल्य निर्धारण का अर्थ होगा बुके में सभी चैनलों को समान मानना, जो स्वयं ही भ्रामक है क्योंकि प्रत्येक चैनल व शष्ट और अलग है और इसे समान नहीं माना जा सकता है।
- ग. मूल्य निर्धारण के लए कोई भी गणतीय सूत्र/मॉडल केवल बाजार के वरूपण का कारण बनेगा और वास्तवक मूल्य खोज को रोकेगा, जो उपभोक्ताओं के हित में नहीं है।
- घ. एकरूपता की आवश्यकता के परिणामस्वरूप चैनलों की अ-ला-कार्टे कीमतों में वृद्ध हो सकती है (जो अन्यथा कम होगी), क्योंकि उपभोक्ता ऐसे चैनलों को बुके में शामिल करने की मांग करते हैं।
- ङ. यह सुझाव देने का कोई अनुभवजन्य आधार नहीं है कि चैनल की कंटेंट की वधता और बुके की संरचना के वपरीत अ-ला-कार्टे चैनल और बुके के बीच चुनाव का चैनल की कीमत में कोई आधार है।
- च. वधता बुके की मूल प्रकृति है; इस लए मूल्य एकरूपता न तो संभव है और न ही वांछनीय।
- छ. चैनलों के मूल्य निर्धारण और बुके के मूल्य निर्धारण में कई कारकों को ध्यान में रखते हुए जटिल आर्थक और वतीय कार्य आते हैं, जिसमें कंटेंट की लागत केवल एक कारक है।
- ज. उपभोक्ताओं द्वारा चैनलों की कई अ-ला-कार्टे पसंद, और उनके बार-बार परिवर्तन के परिणामस्वरूप डीपीओ के लए सेवा की लागत में वृद्ध होगी। यह आईटी, बिलिंग सस्टम और डीपीओ की संग्रह प्रक्रया पर बोझ डालेगा।
- झ. वध सामग्री के बंडलिंग से उपभोक्ताओं के लए नमूना लेने के अवसर भी पैदा होते हैं, ऐसे परिदृश्यों को सक्षम करते हैं जहां उपभोक्ता ऐसी कंटेंट के संपर्क में आते हैं जिसे उन्होंने शुद्ध अ-ला-कार्टे सेटिंग में नहीं चुना हो। बंडलिंग करना उपभोक्ताओं को न्यूनतम अतिरिक्त सीमांत लागत पर नए प्रकार की कंटेंट का उपभोग करने के साथ प्रयोग करने की अनुमति देता है।
40. वहीं दूसरी ओर, कुछ हितधारक, अधिकांशतः एमएसओ और उनके संघ, बुके में चैनल की कीमतों की एकरूपता के पक्ष में हैं और उन्होंने निम्न लखत सुझाव दिए हैं:
- क. बुके में एकरूपता को कीमतों में एकरूपता के रूप में ही नहीं देखा जाना चाहिए, बल्कि भारत की सामाजिक, सांस्कृतिक और जनसांख्यिकीय वधता को देखते हुए अधिक महत्वपूर्ण है कि कंटेंट में एकरूपता हो।
- ख. वज्ञापन-सीमा की आवश्यकता है, क्योंकि जो ग्राहक पहले से ही चैनल के लए भुगतान कर रहा है, वह अभी भी डीपीओ प्लेटफॉर्म पर कंटेंट का उपयोग करते समय वज्ञापन देखने के लए बाध्य है।
- ग. यह सुनिश्चित करने के लए कि ऐसे प्रीमियम लोकप्रिय चैनलों को अनावश्यक रूप से अलोकप्रिय चैनलों के साथ नहीं जोड़ा जाना चाहिए, एक मूल्य सीमाबंध भी पेश की जानी चाहिए और चैनलों को एक बुके में शामिल किया जाना चाहिए जैसा कि नीचे दी गई तालिका में दिखाया गया है:

क्रमांक	बुके में एक चैनल को शामिल करने के लए बैंड	निचली सीमा (₹ में)	ऊपरी सीमा (₹ में)
1	बैंड 1	0.01	1.00
2	बैंड 2	1.01	4.00

3	बैंड 3	4.01	8.00
4	बैंड 4	9.01	12.00

41. उपरोक्त के अलावा, एक बुके में समान मूल्य वाले चैनल सुनिश्चित करने के लिए एक तरीके का भी परामर्श दिया गया था। हितधारकों को अपनी टिप्पणी देने के लिए भी कहा गया था कि क्या बुके बनाने वाले अ-ला-कार्टे पे चैनल का अधिकतम खुदरा मूल्य समान बुके बनाने वाले सभी पे चैनलों की औसत कीमतों के संदर्भ में सीमा तय किया जाना चाहिए और यदि हां, तो अधिकतम मूल्य सीमा के बीच संबंध बुके बनाने वाला एक अ-ला-कार्टे चैनल और उस बुके में सभी पे चैनलों का औसत मूल्य क्या होना चाहिए।
42. इसके जवाब में, प्रसारकों, डीटीएच ऑपरेटर्स और कुछ शोध फर्मों और व्यक्तियों सहित कुछ अन्य हितधारक बुके बनाने वाले सभी पे चैनलों की औसत कीमतों के संदर्भ में बुके बनाने वाले अ-ला-कार्टे पे चैनल के अधिकतम खुदरा मूल्य को सीमा तय करने के पक्ष में नहीं हैं। इसके पक्ष में दिए गए प्रमुख तर्क इस प्रकार हैं:
- क. बुके की संरचना मुख्य रूप से कंटेंट की संरचना द्वारा संचालित होती है, न कि बुके का हिस्सा बनने वाले चैनल की कीमत से
- ख. उपभोक्ता की पसंद के वरूपण को उस नियम से रोका जाता है जिसमें बुके की कीमत बुके का हिस्सा बनने वाले किसी भी चैनल की कीमत से कम नहीं हो सकती है।
- ग. भादू वप्रा इस मुद्दे को उठाने के लिए स्वतंत्र नहीं है, क्योंकि इसे माननीय मुंबई हाईकोर्ट ने अलग रखा है।
- घ. एमआरपी व्यवस्था के तहत एक बुके में चैनलों की कीमत की एकरूपता बनाए रखना न तो व्यवहार्य है और न ही व्यावहारिक, क्योंकि इससे केवल प्रसारण क्षेत्र में निवेश हतोत्साहित होगा।
43. दूसरी ओर, कुछ हितधारक, अधिकांशतः एमएसओ और उनके संघ, बुके बनाने वाले सभी पे चैनलों की औसत कीमतों के संदर्भ में बुके बनाने वाले अ-ला-कार्टे पे चैनल के अधिकतम खुदरा मूल्य को सीमा तय करने के पक्ष में हैं और उन्होंने निम्नलिखित सुझाव दिए:
- क. मौजूदा वनियम में निर्धारित जुड़वां शर्तों की पद्धति अ-ला-कार्टे के मूल्य निर्धारण और एक चैनल के बुके मूल्य के बीच संबंध को परिभाषित करने के लिए पर्याप्त है।
- ख. एकरूपता को समग्र रूप से नहीं, बल्कि कीमतों के एक छोटे से बैंड में देखा जाना चाहिए।
- ग. कोई एक चैनल प्रसारक द्वारा पेश किए जाने वाले 10 से अधिक बुके का हिस्सा नहीं होना चाहिए।
44. प्राधिकरण ने बुके में चैनल कीमतों की एकरूपता के मुद्दों पर हितधारकों की टिप्पणियों पर विचार किया है। एक बुके बनाने वाले सभी पे चैनलों की औसत कीमतों के संदर्भ में बुके बनाने वाले अ-ला-कार्टे पे चैनल के एमआरपी की सीमा को संशोधित ढांचे 2020 में एकरूपता सुनिश्चित करने का एक तरीका माना गया। प्राधिकरण ने, हालांकि, नोट किया है कि बुके बनाने का उद्देश्य उन सभी प्रकार के चैनलों का होना है, जो एक टीवी परिवार के देखने के लिए आवश्यक हैं। ऐसे चैनलों के बुके में सबसे कम कीमत वाले चैनल से लेकर सबसे अधिक कीमत वाले चैनल तक की कीमतें अलग-अलग हो सकती हैं। बुके बनाने का उद्योग की प्रथा एक मल्टी-टीवी घर सहित अलग-अलग रुचि वाले दर्शकों के परिवार के लिए पर्याप्त विकल्प प्रदान करने पर आधारित है। प्राधिकरण ने

अतीत में स्वीकार किया है कि व भन्न शैलियों की अलग-अलग कीमतें होंगी। यह शैली-वार मूल्य सीमा में परिलक्षित होता था जो डिजिटलीकरण से पहले प्रचलित थी। इस लिए, प्राधिकरण ने दो कारकों पर विचार किया है: क) एक परिवार की देखने की आवश्यकताओं को पूरा करने के लिए व भन्न शैलियों के व भन्न चैनलों के साथ बुके बनाया गया है; ख) व भन्न प्रकार के चैनलों की अलग-अलग कीमत होगी। उपरोक्त दो कारकों को ध्यान में रखते हुए, प्राधिकरण बुके बनाते समय टेली वजन चैनलों की एकरूपता बनाए रखने के लिए कोई शर्त निर्दिष्ट नहीं कर रहा है। यह मौजूदा बाजार को भी सक्षम करेगा, क्योंकि वर्तमान में ऐसी कोई स्थिति नहीं चल रही है।

45. इसके अलावा, एक प्रश्न यह भी उठाया गया था कि क्या किसी टेलीविजन चैनल को बुके में शामिल करने के लिए अ-ला-कार्टे मूल्य पर अधिकतम सीमा या मूल्य सीमा निर्धारित की जा सकती है। यदि किसी हितधारक ने ऐसी उच्चतम सीमा के नुस्खे का समर्थन किया है, तो उनसे ऐसी उच्चतम सीमा या मूल्य सीमा का सुझाव देने का भी अनुरोध किया गया था। यह देखा जा सकता है कि 2017 के मौजूदा टैरिफ आदेश के साथ-साथ संशोधित ढांचे 2020 में, प्राधिकरण ने एक बुके में इसे शामिल करने के लिए टेली वजन चैनलों के अ-ला-कार्टे मूल्य पर एक सीमा निर्धारित की थी।

46. सामान्य तौर पर, प्रसारक सुझाव देते हैं कि वे किसी चैनल के बुके में शामिल करने के लिए एमआरपी पर किसी सीमा के पक्ष में नहीं हैं। अनुसंधान फर्मों और व्यक्तियों सहित कुछ अन्य हितधारकों ने भी इसी तरह के विचार व्यक्त किए हैं। इन हितधारकों ने उल्लेख किया है कि बुके बनाने में कोई भी मूल्य सीमा या अन्य उपाय प्रसारकों की बुके बनाने की क्षमता को सीमित कर देगा। इन हितधारकों द्वारा प्रस्तुत प्राथमिक तर्क हैं:

- क. चैनलों के बंडल बनाने से कई लाभ होते हैं और यह मूल्य सीमा से प्रतिकूल रूप से प्रभावित होता है।
- ख. पे चैनलों के एमआरपी पर लगाए गए उच्चतम सीमा के परिणामस्वरूप प्रसारक अपने लोकप्रिय ब्रांडेड चैनलों को बुके से हटा लेते हैं। इससे सदस्यता में असुविधा होती है। ऐसी स्थिति के परिणामस्वरूप उपभोक्ता को अधिक भुगतान करना होता है, क्योंकि ऐसे चैनल उपभोक्ताओं के लिए केवल अ-ला-कार्टे आधार पर उपलब्ध होते हैं।
- ग. आर्थिक सर्वेक्षण सहित अनुसंधान के साक्ष्य इंगित करते हैं कि मूल्य सीमा टीवी चैनलों पर कंटेंट की गुणवत्ता को प्रभावित करती है।
- घ. अधिकांश भारतीय टीवी परिवार अपने परिवार के आकार और विविध प्राथमिकताओं के कारण बुके पसंद करते हैं।
- ड. यह स्थापित करने के लिए कोई अनुभवजन्य साक्ष्य नहीं है कि बुके के कारण उपभोक्ता पर कोई प्रतिकूल प्रभाव पड़ा है।
- च. कीमत की खोज और बुके के साथ-साथ अ-ला-कार्टे के संयोजन को बाजार पर छोड़ दिया जाना चाहिए।
- छ. प्रसारण क्षेत्र में बाजार की वफाता का कोई सख्त मामला नहीं है।

- ज. डिजिटल एमआरपी-आधारित व्यवस्था में मूल्य सीमा अप्रचलित है, क्योंकि उपभोक्ता स्वतंत्र रूप से चैनल चुन सकते हैं।
- झ. चैनल या बुके कमोडिटी उत्पाद के समान नहीं हैं। कमोडिटी मार्केटिंग के लिए, अधिक मांग अधिक उत्पादन को बढ़ावा देती है, जिससे अर्थव्यवस्था में वृद्धि होती है। टीवी चैनल के लिए वही दृष्टिकोण फट नहीं होता है। यहां उत्पाद स्थिर नहीं है, बल्कि गतिशील है। टीवी चैनल की कीमत मांग बनाम मूल्य प्रवृत्तियों का पालन नहीं भी कर सकती है।
- ञ. निश्चित मूल्य निर्धारण मॉडल कंटेंट उद्योग पर बुरा प्रभाव डालता है। वे असफल कंटेंट से होने वाले नुकसान की भरपाई के लिए सफल कंटेंट से हुए लाभ का उपयोग करने के लिए निर्माता को बाध्य करते हैं।
- ट. कभी भी पूर्व वनियमों, मूल्य निर्धारण अधदेशों से बचें और टैरिफ नर्मता का पालन करें, बाजार की ताकतों को प्रबल होने दें और दूरसंचार क्षेत्र में लागू समान नम्र वनियामक दृष्टिकोण का पालन करें।
47. एक हितधारक ने सुझाव दिया है कि नए वनियामक फ्रेमवर्क के त्वरित कार्यान्वयन के लिए हर साल मुद्रास्फीति और बाजार की मौजूदा स्थितियों के आधार पर समीक्षा और संशोधन के प्रावधान के साथ ₹ 21/- से ₹ 22/- की अंतरिम सीमा लगाई जानी चाहिए।
48. दूसरी ओर, कुछ हितधारक, अधिकांशतः एमएसओ और उनके संघ, बुके का हिस्सा बनने के लिए अ-ला-कार्ट चैनलों के एमआरपी पर ₹ 12/- की उच्चतम सीमा के पक्ष में हैं। उन्होंने उल्लेख किया है कि अ-ला-कार्ट और बुके मूल्य निर्धारण के बीच उचित समानता होनी चाहिए। इन हितधारकों ने अपनी राय का समर्थन करते हुए निम्नलिखित तर्क दिए हैं:
- (क) बुके का हिस्सा बनने के लिए अ-ला-कार्ट चैनलों के एमआरपी की अधिकतम सीमा बुके के साथ-साथ अ-ला-कार्ट चैनलों के अनुचित मूल्य निर्धारण को नियंत्रित करने के उद्देश्य को पूरा करती है।
- (ख) चैनल द्वारा प्रमुख राजस्व अन्य माध्यमों (वज्ञापन, कंटेंट के लिए साझेदारी, वत पोषण और चैनल की उपस्थिति का उद्देश्य आदि) से होती है। इसके अलावा, चैनलों पर खर्च कम होता है, क्योंकि रेट्रो रिपीट कंटेंट का प्रसारण होता है।
- (ग) चैनलों की लोकप्रियता चाहे जो भी हो, इसे वहनीय बनाने और इसे उपभोक्ता की पहुंच के भीतर रखने के लिए सीमा तय किया जाना चाहिए।
- (घ) यदि ड्राइवर चैनलों की कीमत सीमा नहीं है, तो ऐसे ड्राइवर चैनलों के आदी ग्राहकों को ऐसे ड्राइवर चैनलों तक पहुंच प्राप्त करने के लिए अधिक पैसे खर्च करने होंगे।
- (ङ) भारत कीमत के प्रति बहुत ही संवेदनशील बाजार है। उद्योग मूल्य वृद्धि बर्दाश्त नहीं कर सकता, क्योंकि कोई भी मूल्य वृद्धि ग्राहकों की संख्या को और कम कर देगी, क्योंकि वर्तमान में भी इतनी अधिक कीमत के कारण कमी की दर 2.5% प्रति माह है।

49. कुछ डीपीओ की राय है क इडवर चैनल बुके के तहत अनिवार्य रूप से उपलब्ध कराए जाने चाहिए। ऐसे चैनल, जो वज्ञापन-मुक्त चैनलों के रूप में काम करते हैं, केवल उन्हें मूल्य सीमा के बिना काम करने की अनुमति दी जानी चाहिए। ऐसे वज्ञापन मुक्त चैनल केवल अ-ला-कार्टे आधार पर उपलब्ध कराए जा सकते हैं।

50. प्रा धकरण ने टैरिफ आदेश 2017 में पे चैनलों के एमआरपी पर ₹ 19/- की अधिकतम सीमा निर्धारित की, जिसे बुके में शामिल किया जा सकता है। पछली व्यवस्था में यह देखते हुए ₹ 19/- की राश निर्धारित की गई थी क उच्चतम शैली के अनुसार प्रसारक और डीपीओ के बीच थोक मूल्य पर उच्चतम सीमा ₹ 15.12 थी। एमआरपी पर 20% वतरण शुल्क के हिसाब से ₹ 19/- की गणना की गई थी। बुके में शामिल करने के लिए एक टीवी चैनल की एमआरपी पर ₹ 19/- की सीमा निर्धारित करते हुए, प्राधिकरण ने टैरिफ आदेश, 2017 (पैरा 68) के व्याख्यात्मक ज्ञापन में निम्नलिखित का उल्लेख किया:

"68. कोई प्रसारक अपने ग्राहकों को बुके के रूप में अपने पे-चैनल प्रदान करने के लिए स्वतंत्र है। कसी बुके को सब्सक्राइब करते समय, ग्राहक को संभवतः बुके का निर्माण करने वाले प्रत्येक चैनल के मूल्य का पता नहीं हो सकता है। कसी पे-चैनल के असामान्य उच्च मूल्य के फलस्वरूप बुके की कीमत अधिक हो सकती है जिससे सब्सक्राइबर्स के हित पर प्रतिकूल प्रभाव पड़ सकता है। यह एक सुस्थापित तथ्य है क चैनलों की बंडलिंग उनके मूल्यों को जटिल और अस्पष्ट बना देती है। उनके मूल्य अस्पष्ट होते हैं क्यों क सब्सक्राइबर सदैव ही यह समझ पाने में असमर्थ होते हैं क बंडल मूल्य और प्रत्येक अवयव के मूल्य के बीच में क्या संबंध है। तथापि, चैनलों की बंडलिंग सब्सक्राइबर्स के लिए सुवधाजनक होती है तथा सब्सक्रिप्शन के प्रबंधन में सेवा प्रदाताओं को भी सुवधा प्रदान करती है। इस वास्तविकता को ध्यान में रखते हुए तथा सब्सक्राइबर्स के हितों का संरक्षण करने के लिए प्राधिकरण ने उन पे-चैनलों की एमआरपी पर 19/-रु. की सीमा निर्दिष्ट की है जिन्हें बुके के भाग के रूप में प्रदान किया जा सकता है। अतः 19/-रु. से अधिक की एमआरपी वाला कोई भी पे-चैनल कसी बुके का भाग नहीं बनेगा। 19/-रु. की राश को प्रसारकों और डीपीओ के बीच थोक स्तर पर सभी एड्रसेबल प्रणालियों के लिए 15.12 रु. की वर्तमान उच्चतम जेनरे सीमा को ध्यान में रखते हुए निर्दिष्ट किया गया है जिसमें डीपीओ के वतरण शुल्क को समाहित करने के लिए इसमें आगे 1.25 गुना की वृद्धि की गई है। प्रसारकों को अपने उन पे-चैनलों का मूल्य-निर्धारण करने की भी पूर्ण स्वतंत्रता प्रदान की गई है, जो कसी बुके का भाग नहीं हैं तथा उन्हें केवल अ-ला-कार्टे आधार पर ही प्रदान किया जाता है। बुके का निर्माण करने के लिए डीपीओ पर भी समान शर्तें लागू होंगी। तथापि, प्राधिकरण बाजार की गतिवधियों पर नज़र रखेगा और लगभग दो वर्ष की समयावधि में उस रीति की समीक्षा करेगा जिसमें कोई चैनल बुके के भाग के रूप में प्रदान किया जा सकता है।

51. बुके में शामिल करने के लिए कसी टीवी चैनल की एमआरपी पर ₹ 12/- की अधिकतम सीमा निर्धारित करते हुए, प्राधिकरण ने टैरिफ आदेश, 2020 के व्याख्यात्मक ज्ञापन में निम्नलिखित (पैरा 52 और 53) का उल्लेख किया है:

" 52. वर्तमान वनियामक ढांचा बनाते समय प्राधिकरण ने दिनांक 10 अक्टूबर 2016 को एक प्रारूप दूरसंचार (प्रसारण एवं केबल सेवाएं) (आठवां) (एड्रसेबल प्रणालियां) टैरिफ आदेश, 2016 जारी किया। निरंतरता बनाए रखने के लिए प्राधिकरण ने दिनांक 10 अक्टूबर 2016 के प्रारूप टैरिफ आदेश में प्रस्ताव किया था क चालू अधिकतम

सीमा जारी रहना चाहिए। तदनुसार, अ धकतम खुदरा मूल्य पर 20 प्रतिशत इस्ट्रब्यूशन शुल्क का हिसाब लगाते हुए प्रा धकरण ने एमआरपी उपभोक्ताओं को पे चैनलों का अ धकतम खुदरा मूल्य के लए निमन्वत जेनरे आधारित अ धकतम सीमा का प्रस्ताव दिया।

ता लका 1: प्रारूप टैरिफ आदेश, 2016 में पे-चैनलों के अ धकतम खुदरा मूल्य की जेनरे आधारित प्रस्ता वत अ धकतम सीमा³

क्रमांक	चैनलों का जेनरे	अ धकतम खुदरा मूल्य पर प्रस्ता वत अ धकतम सीमा
1.	जीईसी	12.0
2.	इंफोटेनमेंट	9.0
3.	मूवीज़	10.0
4.	कड्स	7.0
5.	न्यूज एण्ड करंट अफेयर्स	5.0
6.	डवोशनल	3.0
7.	स्पोर्ट्स	19.0

53. इस प्रकार, 19/- रुपये की अ धकतम सीमा केवल स्पोर्ट चैनलों के लए थी। जीईसी सहित अन्य जेनरे के लए अ धकतम सीमा 12/- रुपये थी। हालां क, प्रा धकरण ने इस आशा से अंतिम टैरिफ आदेश में पे चैनलों के अ धकतम खुदरा मूल्य पर जेनरे आधारित अ धकतम सीमा निर्धारित नहीं की क प्रसारक अपने चैनलों की कीमत उ चत रखेंगे.....”

52. टैरिफ आदेश 2017 में संशोधन करते हुए, प्रा धकरण ने ध्यान दिया था क पछली व्यवस्था में खेल चैनलों को छोड़कर जीईसी चैनलों और अन्य सभी शै लयों के लए अ धकतम मूल्य ₹ 12 था। इसके अलावा, उक्त परामर्श के दौरान यह भी नोट किया गया था कि चूंकि बुके के एमआरपी पर छूट की कोई सीमा नहीं थी, प्रसारकों ने एक टीवी चैनल के अ-ला-कार्टे मूल्य को बढ़ा-चढ़ाकर और फिर बुके बनाने वाले चैनलों के अ-ला-कार्टे मूल्य के योग पर बुके के एमआरपी पर भारी छूट देकर एक बुके में रखने के लिए ₹ 19/- की सीमा का दुरुपयोग किया। प्रसारकों द्वारा अपनाई गई पूर्वोक्त प्रथा ने अ-ला-कार्टे चैनलों की पसंद की तुलना में बुके के पक्ष में उपभोक्ताओं की पसंद को कम कर दिया। प्राधिकरण ने, इसलिए, निर्णय लिया कि किसी भी बुके का हिस्सा बनने के लिए पे चैनल के लिए ₹ 12/- तार्किक अधिकतम मूल्य होगा, ताकि उपभोक्ता के पास अ-ला-कार्टे चैनल और चैनलों के

³ यह शैली आधारित सीमा मार्च 2017 में जारी अंतिम टैरिफ आदेश में निर्धारित नहीं थी और इस लए यहां संदर्भ केवल ड्राफ्ट टैरिफ आदेश से है।

बुके के बीच पसंद का उचित संतुलन हो सके। यदि कोई चैनल प्री मयम प्रोग्राम चला रहा है, तो प्रसारकों द्वारा इसकी कीमत अधिक रखी जा सकती है। ऐसे मामलों में, चैनल की कीमत उपभोक्ताओं के लिए पारदर्शी रूप से उपलब्ध होगी। यह उनकी पसंद पर होगा कि वे इस तरह के उच्च मूल्य वाले चैनलों को चुनते हैं या नहीं। तदनुसार, बुके का हिस्सा बनने के लिए कभी भी चैनल की एमआरपी की अधिकतम सीमा ₹ 12/- निर्धारित की गई थी।

53. अब, क्या कभी भी बुके में इसे शामिल करने के लिए टेली वजन चैनलों पर मूल्य सीमा होनी चाहिए, इसकी समीक्षा की गई है। यह आगे देखा गया है कि कई चैनलों वाले बुके की सदस्यता लेते समय, उपभोक्ता विशेष रूप से बुके बनाने वाले प्रत्येक व्यक्तिगत चैनल की कीमत पर ध्यान केंद्रित करने में सक्षम नहीं हो सकता है। एक सब्सक्राइबर सब्सक्राइब करते समय अपनी पसंद के चैनलों सहित केवल बुके की कीमत देख सकता है। यह पुष्टि करता है कि बुके में शामिल प्रत्येक टेली वजन चैनल का अ-ला-कार्ट मूल्य सब्सक्राइबर के लिए तत्काल रुचि पैदा ना करें। इसलिए, प्राधिकरण ने उपरोक्त पर उचित विचार और टैरिफ आदेश, 2017 के व्याख्यात्मक ज्ञापन में उल्लिखित कारणों के पश्चात किसी भी बुके में शामिल करने के लिए टेलीविजन चैनलों के अ-ला-कार्ट मूल्य के लिए एक सीमा निर्धारित करने का प्रस्ताव जारी रखा है।
54. टेली वजन चैनलों की मौजूदा कीमतों पर एक विश्लेषण किया गया है। टेली वजन चैनल की प्रचलित कीमतों को नीचे तालिका 1 में वर्गीकृत और सूचीबद्ध किया गया है। जैसा कि देखा जा सकता है, 893 टीवी चैनलों (भारत में डाउन लॉन्गिंग के लिए एमआईबी द्वारा अनुमत) में से 563 फ्री-टू-एयर (एफटीए) हैं और 330 पे चैनल हैं। इन 330 पे चैनलों में से केवल 67 पे चैनलों की कीमत ₹ 19/- रखी गई है। शेष लगभग 80% पे चैनलों की कीमत ₹ 18/- या उससे कम है।

तालिका 1: प्रचलित मूल्य सीमा के अनुसार चैनलों की संख्या

क्रमांक	मूल्य सीमा (₹)	चैनलों की संख्या
1.	एफटीए	563
2.	<1	51
3.	1 - 5	119
4.	6-12	68
5.	13-15	10
6.	16-18	12
7.	19	67
8.	>19	03

55. संशोधित फ्रेमवर्क 2020 के अनुपालन में प्रसारकों द्वारा प्रकाशित आरआईओ, निम्नलिखित तालिका के अनुसार पे-चैनलों के नए संयोजनों को दर्शाते हैं:

तालिका 2 नवंबर 2021 में प्रसारक द्वारा घोषित आरआईओ के अनुसार पे चैनलों का मूल्य-सीमा वार वश्लेषण		
क्रमांक	मूल्य सीमा (₹)	चैनलों की संख्या
1.	एफटीए	519
2.	1 से कम	59
3.	1 से 5	127
4.	5 से 11	58
5.	12	37
6.	13 से 19	19
7.	>19	53

56. संशोधित फ्रेमवर्क 2020 के अनुपालन में प्रसारकों द्वारा घोषित कीमतों का एक और वश्लेषण दर्शाता है कि बहतर (72) टेली वजन चैनलों की एमआरपी ₹ 12/- से अधिक निर्धारित की गई है। पैंतालीस (45) ऐसे टेली वजन चैनल जीईसी शैली के हैं। उन्नीस (19) ऐसे टेली वजन चैनल खेल शैली के हैं और छह (6) टेली वजन चैनल मूवी शैली के हैं। एक चैनल समाचार और वृद्ध शैली से संबंधित है। यह देखा गया है कि लगभग सभी डीपीओ बुके/सब्सक्रिप्शन पैकेज इस तरह बनाते हैं कि प्रत्येक ग्राहक को अधिकांश शैलियों के टेली वजन चैनल मिलते हैं। संशोधित आरआईओ के अनुसार ₹ 12/- की मौजूदा टैरिफ आदेश खंड की सीमा के कारण उपर्युक्त बहतर चैनलों को बुके में शामिल नहीं किया जा सकता है।
57. इसके परिणामस्वरूप, सभी उद्योग हितधारकों, उपभोक्ताओं सहित, द्वारा प्रथम दृष्टया यह महसूस किया जाता है कि बुके पसंद करने वाले ग्राहक इन चैनलों को नहीं देख पाएंगे और आवश्यक रूप से ऐसे सभी लोकप्रिय चैनलों को अ-ला-कार्टे आधार पर चुनने की आवश्यकता होगी। इसके अलावा, कुछ अभ्यावेदनों ने आशंका व्यक्त की कि संशोधित आरआईओ, यदि लागू किया जाता है, तो उपभोक्ता शुल्क में वृद्धि होगी। चूंकि ₹ 12/- से अधिक कीमत वाले चैनल जीईसी, स्पोर्ट्स और मूवीज की लोकप्रिय शैलियों से संबंधित हैं, इस लिए सब्सक्राइबर्स को इन चैनलों को अ-ला-कार्टे आधार पर करना होगा। यह ध्यान देना महत्वपूर्ण है कि नए वनियामक फ्रेमवर्क का उद्देश्य उपभोक्ताओं को गैर-भेदभावपूर्ण तरीके से अपनी पसंद का प्रयोग करने के विकल्प प्रदान करना है। फ्रेमवर्क किसी भी प्रकार की पेशकश के प्रति निष्पक्ष होने का इरादा रखता है, चाहे अ-ला-कार्टे हो या बुके। संशोधित आरआईओ उपभोक्ताओं को अ-ला-कार्टे के आधार पर कुछ चैनलों को चुनने के लिए प्रेरित करते हैं, क्योंकि वे बुके में उपलब्ध नहीं होंगे। (एक उपभोक्ता को अपनी पसंद के अनुसार अ-ला-कार्टे या बुके में चैनलों का चयन करने की पूर्ण स्वतंत्रता दी जानी चाहिए। वनियामक ढांचे द्वारा उपभोक्ताओं को ऐसी स्वतंत्रता की सुविधा प्रदान करनी चाहिए।)

58. प्रा धकरण ने ध्यान कया है क प्रच लत प्रस्तावों (2017 के ढांचे के अनुपालन में) के अनुसार, बुके में अधकांश टेली वजन चैनल शा मल हैं। वर्तमान में लगभग सभी टेली वजन चैनलों (दो टेली वजन चैनलों को छोड़कर) की कीमत ₹ 19/- या उससे कम है। इस लए, वर्तमान में, बुके में खेल शैली सहित सभी शै लयों के टेली वजन चैनल शा मल हैं।
59. इसके अलावा, मूल्य सीमा का वश्लेषण करने का एक अन्य तरीका ₹ 12/- के निर्धारित मूल्य के लए एक उ चत अनुक्रमण की पेशकश करके हो सकता है। कुछ सूचकांक हैं, जिन्हें उपभोक्ता मूल्य सूचकांक, थोक मूल्य सूचकांक इत्यादि की भांति लागू कया जा सकता है। उद्योग और आंतरिक व्यापार संवर्धन वभाग (डीपीआईआईटी) परिवहन, रेलवे, दूरसंचार, डाक, बैं कंग इत्यादि के लए व शष्ट सेवाओं से संबं धत सूचकांक⁴ भी तैयार कर रहा है। वहां टेली वजन प्रसारण सेवाओं के लए कोई व शष्ट सूचकांक नहीं है। भाद्विप्रा ने परिवहन और संचार सेवाओं के लिए उपभोक्ता मूल्य सूचकांक का अनुमान लगाने का प्रयास भी शुरू किया है। ₹ 12/- की वर्तमान निर्धारित मूल्य सीमा पर व भन्न सूचकांकों का एक व्यापक अनुप्रयोग ₹ 16 से ₹ 17 की सीमा में एक संशो धत मूल्य सीमा को दर्शाता है। हालां क, ऐसी संभावना है क यदि ऐसी कीमत निर्धारित की जाती है, तो सभी टेली वजन चैनलों को बुके में शा मल नहीं कया जा सकता है। यदि कोई प्रसारकों द्वा रा प्रका शत आरआईओ को देखता है, तो कुछ शै लयों, जैसे खेल चैनलों को बुके में शा मल नहीं कया जा सकता है।

तालिका 3: थोक मूल्य सूचकांक (डब्ल्यूपीआई) के आधार पर 12/- रुपये का अनुक्रमित मूल्य⁵

	2018-19	2019-20	2020-21	2021-22	2022-23(पी)
डब्ल्यूपीआई सूचकांक	119.8	121.8	123.4	139.4	159.0
मूल्य (₹.)	12	12.20	12.36	13.96	15.93

तालिका 4: उपभोक्ता मूल्य सूचकांक (सीपीआई) परिवहन और संचार के आधार पर 12/- रुपये का अनुक्रमित मूल्य

वर्ष	2019	2020	2021	2022	2023
सीपीआई महंगाई (%)		7.35%	10.75%	7%	6%
मूल्य (₹.)	12	12.88	14.26	15.25	16.16

⁴ https://eaindustry.nic.in/experimental_sp_index.asp

⁵ https://eaindustry.nic.in/download_data_1112.asp, आ र्थक सलाहकार का कार्यालय, उद्योग और आंतरिक व्यापार संवर्धन वभाग, पर उपलब्ध है

60. इसके अलावा, अगर कोई नवंबर 2021 में प्रसारकों द्वारा प्रकाशित टेली वजन चैनलों की कीमतों को देखता है, तो इक्यावन टेली वजन चैनलों की कीमत ₹ 20 से ₹ 25 के बीच रखी गई है। इन इक्यावन टेली वजन चैनलों में से 25 चैनलों को केवल ₹ 25/- में पेश किया गया है। चार टेली वजन चैनलों की कीमत ₹ 25/- से अधिक है। ये मूल्य बिंदु अ-ला-कार्टे के लिए सांकेतिक हैं। एक टेली वजन चैनल का राजस्व वजापन राजस्व और सदस्यता राजस्व का एक संयोजन है। बुके की पेशकश में एक टेली वजन चैनल की उपलब्धता से ऐसे चैनल की सदस्यता लेने वाले उपभोक्ताओं की संख्या में वृद्धि होती है। बढ़ी हुई सदस्यता का चैनल के संभावित वजापन राजस्व के साथ सकारात्मक संबंध है। इस लिए, प्रसारक टेली वजन चैनलों की कीमत इस तरह से तय करते हैं कि अधिक से अधिक टेली वजन चैनलों को बुके में (साथ ही साथ अ-ला-कार्टे के आधार पर) पेश किया जाता है। इसलिए, यह स्वाभाविक है कि यदि किसी बुके में किसी चैनल को शामिल करने के लिए उपरोक्त कारकों को ध्यान में रखते हुए एक उचित मूल्य-सीमा तय की जाती है, प्रसारक इनमें से अधिकांश उच्च-कीमत वाले चैनलों की कीमतों को कम कर देंगे ताकि इन्हें बुके का हिस्सा बनाया जा सके। इस लिए मूल्य-सीमा बहुत अधिक या बहुत कम नहीं होनी चाहिए। यदि मूल्य-सीमा बहुत कम है, तो और अधिक चैनल बुके का हिस्सा नहीं होंगे। यदि मूल्य-सीमा बहुत अधिक है, तो अ-ला-कार्टे मूल्य को अधिकतम अनुमेय सीमा के निकट बढ़ाने की प्रवृत्ति हो सकती है। अ-ला-कार्टे आधार पर या बुके में चैनलों के चयन पर उपभोक्ता की पसंद के लिए विनियामक ढांचा तटस्थ होना चाहिए। जो उपभोक्ता बुके पसंद करते हैं, उन्हें बुके में उपलब्ध न होने पर अपनी पसंद के चैनल देखने से वंचित नहीं किया जाना चाहिए।
61. किसी भी बुके में इसे शामिल करने के लिए टेली वजन चैनल की कीमत की उच्चतम सीमा तक पहुंचते समय कार्यान्वयन में आसानी एक और महत्वपूर्ण विचार है। यदि किसी चैनल के बुके का हिस्सा बनने के लिए एमआरपी की अधिकतम सीमा उचित स्तर से कम है, तो कुछ टेली वजन चैनलों को बुके में बिल्कुल भी शामिल नहीं किया जा सकता है। इस तरह की पेशकशों के परिणामस्वरूप उपभोक्ताओं के एक बहुत बड़े वर्ग के लिए वर्तमान योजनाओं में बदलाव हो सकता है। ऐसी स्थिति में उपभोक्ताओं से संशोधित विकल्प प्राप्त करने के लिए भारी प्रयास करने पड़ सकते हैं। बड़ी संख्या में उपभोक्ता अभी भी मैन्युअल रूप से विकल्प प्रदान करते हैं और इस लिए ऐसे उपभोक्ताओं को नए विकल्प प्रस्तुत न करने के कारण असुविधा और सेवा ब्लैकआउट का सामना करना पड़ सकता है।
62. यह ध्यान दिया गया है कि उपभोक्ताओं की पसंद की पेशकश और लाभ के मामले में प्रचलित बाजार को अब तक यथोचित रूप से लागू और व्यवस्थित किया गया है।

63. इसलिए, एक व्यापक विचार पर, बड़े पैमाने पर परिवर्तन से बचने और पिछले पैरा में दिए गए कारणों से, एक बुके में एक चैनल को शामिल करने के लिए वर्तमान में परिचालन सीमा लागू करना एक उचित विकल्प लगता है। संशोधित ढांचे के तहत निर्धारित ₹ 12/- की मौजूदा मूल्य सीमा को देखते हुए वर्तमान परिचालन सीमा सूचकांक आधारित गणना के पंद्रह प्रतिशत के भीतर है। तदनुसार, सेवा प्रदाताओं और उपभोक्ताओं (प्रसारक और डीपीओ) के हितों को संतुलित करते हुए, प्राधिकरण ने निर्णय लिया है कि कसी चैनल के बुके का हिस्सा बनने के लिए एमआरपी पर ₹ 19 की सीमा सही होगी। इससे उपभोक्ताओं को न्यूनतम परेशानी होने की उम्मीद है। प्राधिकरण को उम्मीद है कि प्रसारक संशोधित मूल्य सीमा का लाभ उठाने के लिए टेली वजन चैनलों की कीमत को समायोजित करेंगे और बुके में सभी लोक प्रिय चैनलों और खेल चैनलों को शामिल करेंगे। एक उपभोक्ता के पास अ-ला-कार्टे आधार पर या बुके में किसी भी चैनल को प्राप्त करने के लिए चैनलों की पसंद और सब्सक्रिप्शन का उचित संतुलन होगा। प्राधिकरण यह भी अपेक्षा करता है कि संशोधित उच्चतम सीमा में बुके वन्यास में न्यूनतम परिवर्तन होंगे।
64. प्राधिकरण बाजार के घटनाक्रम पर नजर रखेगा और उस तरीके की समीक्षा कर सकता है, जिसमें कसी चैनल को बुके के हिस्से के रूप में दिया जा सकता है।
- ग. बुके मूल्य निर्धारण पर छूट की संरचना
65. परामर्श पत्र में, हितधारकों को अपनी टिप्पणी देने के लिए कहा गया था कि क्या बुके की कीमत तय करते समय बुके का हिस्सा बनने वाले चैनलों के अ-ला-कार्टे कीमतों के योग पर छूट की सीमा होनी चाहिए। यदि हितधारकों ने माना कि एक सीमा होनी चाहिए, तो उनसे अनुरोध किया गया था कि वे इस तरह की अधिकतम सीमा के साथ-साथ अनुशंसित मूल्य की गणना करने के लिए उपयुक्त पद्धति का सुझाव दें।
66. इसके उत्तर में, प्रसारकों, डीटीएच ऑपरेटरों और कुछ शोध फर्मों और व्यक्तियों सहित कुछ अन्य हितधारकों ने प्रस्तुत किया है कि वे बुके के एमआरपी तय करते समय चैनलों की अ-ला-कार्टे कीमतों के योग पर छूट पर कसी भी सीमा के पक्ष में नहीं हैं। इन हितधारकों ने उल्लेख किया है कि बुके के गठन पर सभी आर्थिक प्रतिबंधों को बंद करने या हटाने पर पूरी नर्मता सुनिश्चित करेगी कि सभी चैनल सभी उपभोक्ताओं के लिए सस्ती कीमतों पर उपलब्ध हैं। इसके पक्ष में दिए गए मुख्य तर्क इस प्रकार हैं:
- (क) बुके और अ-ला-कार्टे चैनल उपभोक्ताओं के व भन्न वर्गों के लिए अलग-अलग पेशकश हैं। इस लिए, बुके पर छूट की एक सीमा बुके पर "फ्लोर प्राइस" के अलावा और कुछ नहीं है।
- (ख) 80% टीवी परिवार बुके की सदस्यता लेते हैं और इस लिए "फ्लोर प्राइस" या छूट पर सीमा तय करना 80% टीवी परिवारों या 98% केवल टीवी परिवारों के हितों के खिलाफ होगा।

- (ग) कोई भी छूट उपभोक्ता के हित में है, क्योंकि यह पैसे के लिए बेहतर मूल्य प्रदान करती है और उस कीमत को कम करती है जिस पर उपभोक्ता सेवाओं का लाभ उठा सकते हैं। छूट में कटौती करना गलत होगा।
- (घ) प्रस्तावत बुके पर मौजूदा मूल्य प्रतिबंधों के कारण अनुचित मूल्य निर्धारण हो रहा है।
- (ङ) छूट की सीमा तय करना और मूल्य सीमा तय करना, जहां लागू हो, भारत के संवधान के अनुच्छेद 19 (1) (ए) के तहत प्रसारकों की बोलने और अभिव्यक्ति की स्वतंत्रता में सीधे हस्तक्षेप करता है।
67. एक हितधारक ने सुझाव दिया है कि मौजूदा बाजार की स्थिति के आधार पर अंतरिम उपाय के रूप में भादू वप्रा हर साल समीक्षा और संशोधन के प्रावधान के साथ चैनलों की अ-ला-कार्ट कीमतों के योग पर अधिकतम 33.33% छूट की अनुमति दे सकता है।
68. दूसरी ओर, कुछ हितधारकों, अधिकांशतः एमएसओ और उनके संघों ने, प्रसारकों द्वारा बुके के एमआरपी तय करते समय बुके का हिस्सा बनने वाले चैनलों के अ-ला-कार्ट कीमतों के योग पर छूट के पक्ष में टिप्पणी की है। इन हितधारकों ने अपनी राय के पक्ष में निम्नलिखित तर्क दिए हैं:
- (क) प्रसारकों के साथ-साथ डीपीओ के लिए 33% छूट की सीमा लागू की जा सकती है।
- (ख) संशोधित फ्रेमवर्क के तहत सुझाई गई जुड़वां शर्तों को जारी रखा जा सकता है।
- (ग) अ-ला-कार्ट कीमतों के योग पर वर्तमान में लागू 50% तक की बुके छूट इस तथ्य की ओर भी इशारा करती है कि प्रसारक बहुत अधिक लाभ मार्जिन वाली कीमतों के साथ काम कर रहे हैं और इस लिए चैनल की कीमतों में भारी कमी की गुंजाइश है।
- (घ) डीपीओ पैकेजों पर अधिकतम छूट, जो ग्राहकों की प्राथमिकताओं का विश्लेषण करने और उन्हें पूरा करने के लिए बेहतर स्थिति में हैं, को भी 33% (मौजूदा 15% के बजाय) पर सीमा तय किया जाना चाहिए, ताकि डीपीओ इस तरह के लाभ को ग्राहकों तक पहुंचा सकें।
69. दो हितधारकों की राय है कि प्रसारकों द्वारा बुके का एमआरपी तय करते समय बुके का हिस्सा बनने वाले चैनलों के अ-ला-कार्ट कीमतों के योग पर कोई छूट नहीं होनी चाहिए, क्योंकि वहां लेवल प्लेइंग शुरू होती है।
70. प्राधिकरण बुके बनाते समय कोई छूट नहीं देने के पक्ष में हितधारकों से सहमत नहीं है। बंडल बनाकर छूट देना उपभोक्ता वस्तुओं, घरेलू वस्तुओं आदि सहित सभी उत्पादों में एक आदर्श प्रथा है। यह सेवा प्रदाताओं को उनकी पेशकश में लचीलापन प्रदान करता है। कभी-कभी, बंडल उपभोक्ताओं को बेहतर मूल्य की पेशकश करते हैं।
71. टैरिफ आदेश 2017 में, प्राधिकरण ने 15% की अधिकतम छूट निर्धारित की थी जो एक प्रसारक उस बुके में सभी पे चैनलों के एमआरपी के योग पर पे चैनलों का अपना बुके बनाते समय दे सकता है। बुके के एमआरपी

पर अ धकतम अनुमेय छूट निर्धारित करने का मुख्य कारण अ-ला-कार्टे पेशकश के माध्यम से उपभोक्ता की पसंद को सक्षम करना और वर्षम अ-ला-कार्टे और बुके मूल्य निर्धारण को रोकना था।

72. माननीय मद्रास उच्च न्यायालय ने कहा क पे चैनलों के अ-ला-कार्टे कीमतों के योग के 85% पर बुके की कीमत की सीमा, जैसा क टैरिफ आदेश के खंड 3(3) के तीसरी शर्त में कहा गया है। टैरिफ आदेश 2017, 'ववेकाधीन और अप्रवर्तनीय' है। हालां क, माननीय मद्रास उच्च न्यायालय ने प्रसारण सेवाओं को वनिय मत करने के लए भादू वप्रा की शक्ति को बरकरार रखा। माननीय उच्चतम न्यायालय में माननीय मद्रास उच्च न्यायालय के फैसले के खलाफ या चकाकर्ताओं (मैसर्स स्टार और अन्य) द्वारा एक अपील दायर की गई थी। माननीय उच्चतम न्यायालय ने दिनांक 30.10.2018 के अपने निर्णय में भादू वप्रा के फ्रेमवर्क और शक्तियों को बरकरार रखा। अन्य बातों के साथ-साथ प्रसारण सेवाओं को वनिय मत करने के लए भादू वप्रा की शक्तियों के सी मत प्रश्न पर वचार करते हुए, माननीय सर्वोच्च न्यायालय ने कहा क यदि पे चैनलों की अ-ला-कार्टे दरें बहुत अ धक हैं, तो ग्राहक बुके लेने के लए मजबूर हैं। इस संबंध में, दिनांक 30.10.2018 के निर्णय का पैरा 37 नीचे पुनः प्रस्तुत कया गया है:

“37. इस प्रकार यह देखा जा सकता है क वनियमन और टैरिफ आदेश दोनों ही भादू वप्रा, सभी हितधारकों और उपभोक्ताओं के बीच व्यापक चर्चा का वषय रहे हैं, जिसके अनुसरण में स्वयं प्रसारकों द्वारा दिए गए अ धकांश सुझावों को स्वीकार कर लया गया है और वनियमन और टैरिफ आदेश में शा मल कर लया गया है। व्याख्यात्मक जापन से पता चलता है क प्रा धकरण का ध्यान हमेशा प्रसारक और ग्राहक दोनों के लए समान अवसर प्रदान करने पर रहा है। उदाहरण के लए, जब प्रसारकों द्वारा पेश कए जाने वाले बुके के लए उच्च छूट की पेशकश की जाती है, तो इसका प्रभाव यह होता है क उपभोक्ता केवल बुके लेने के लए मजबूर होते हैं, क्यों क इन बुके में मलने वाले पे चैनलों की अ-ला-कार्टे दरें बहुत अ धक होती हैं। इसके परिणामस्वरूप अलग-अलग पे चैनलों की तुलना में बुके का गलत मूल्य निर्धारण होता है। इस प्र क्रया में, जनता अवांछित चैनलों के लए भुगतान करती है, जिससे नए और बेहतर टीवी चैनल अवरुद्ध हो जाते हैं और ग्राहकों की पसंद सी मत हो जाती है। यही वजह है क छूट की सीमा तय की गई है। हालां क, ऐसा करते समय, प्रसारकों को अपने पे चैनलों की कीमतों को अ-ला-कार्टे आधार पर घोषित करने के लए पूर्ण लचीलापन दिया गया है। प्रा धकरण ने दिखाया है क यह प्रसारकों की उनके व्यवसाय की व्यवस्था करने की स्वतंत्रता का अतिक्रमण नहीं करता है, जैसा वे चुनते हैं। साथ ही, जब इस तरह की छूट सी मत होती है, तब ग्राहक अपनी पसंद के अ-ला-कार्टे चैनल चुनने के लए स्वतंत्र हो सकता है। इस प्रकार, बुके बनाने का लचीलापन, अर्थात्, ऐसे चैनलों की कंटेंट के साथ बुके में शा मल कए जाने वाले चैनलों का वकल्प प्रा धकरण द्वारा छुआ नहीं गया है। यह केवल प्रतिस्पर्धा को कम करने और अ-ला-कार्टे पसंद को कम करने के उद्देश्य से कए गए प्रयास हैं, इस लए इसमें हस्तक्षेप कया जा रहा है।.....” (जोर दिया गया है।)

73. इस लए, माननीय सर्वोच्च न्यायालय ने बुके का हिस्सा बनने वाले चैनलों के अ-ला-कार्टे मूल्य के योग पर एक सीमा निर्धारित करने की आवश्यकता को मान्यता दी। इसके दो कारण हैं। सबसे पहले, बुके पर छूट की एक अनियमित उच्च दर केवल बुके के पक्ष में उपभोक्ताओं की पसंद को भारी रूप से विकृत करती है, जिससे प्रसारकों को अवांछित चैनलों को उपभोक्ताओं तक पहुँचाने की अनुमति मिलती है। दूसरा, प्रसारक कृत्रिम रूप से एक टीवी चैनल के अ-ला-कार्टे मूल्य को बढ़ा सकता है जिससे उपभोक्ता अ-ला-कार्टे आधार पर चैनलों का चयन करने के लिए हतोत्साहित होता है और उपभोक्ता के लिए किसी चैनल के वास्तविक अ-ला-कार्टे मूल्य का पता लगाना असंभव बन जाता है।
74. हालांकि, माननीय मद्रास उच्च न्यायालय ने एक बुके के लए घटक चैनलों के अ-ला-कार्टे मूल्य के योग पर अनुमेय छूट पर 15% की निर्धारित सीमा को 'ववेकाधीन और अप्रवर्तनीय' घोषित किया था। इस लए, टैरिफ आदेश 2017 के खंड 3(3) की तीसरी शर्त में प्रावधान के अनुसार पे चैनलों के बुके बनाने वाले अ-ला-कार्टे कीमतों के योग पर अनुमेय छूट पर बिना किसी सीमा के नियामक फ्रेमवर्क को लागू किया गया था। यह उम्मीद थी कि सेवा प्रदाता अपने अ-ला-कार्टे चैनलों और बुके की कीमतों की घोषणा करते समय अपने उपभोक्ताओं के प्रति संवेदनशील होंगे और किसी चैनल के अ-ला-कार्टे मूल्य को बढ़ाकर और बुके की कीमत को कम करके उपभोक्ता की पसंद को बदलने के साधन के रूप में छूट पर स्वतंत्रता का फायदा नहीं उठाएगा।
75. प्राधकरण ने 2019 में, नई व्यवस्था के कार्यान्वयन के बाद सेवा प्रदाताओं द्वारा प्रस्तुत किए गए डेटा का विश्लेषण किया और कुछ प्रथाओं का अवलोकन किया, जिन्होंने उपभोक्ताओं की पसंद को तोड़-मरोड़ दिया। भादू वप्रा के पास उपलब्ध आंकड़ों के अनुसार, कुछ बुके इन बुके बनाने वाले पे चैनलों के अ-ला-कार्टे दरों के योग के 60% तक की छूट पर पेश किए जाते हैं। प्राधकरण ने ध्यान दिया कि प्रसारकों की व्यावसायिक रणनीतियों ने, सामान्य रूप से, नई टैरिफ व्यवस्था के उद्देश्यों, न्यायिक निर्णय की भावना (जिसने व्यवस्था को बरकरार रखा) और उपभोक्ता हितों पर उचित ध्यान नहीं दिया है।
76. इसी पृष्ठभूमि में प्राधकरण ने प्रसारकों के लए बुके बनाने के लए शर्तें निर्धारित करने पर विचार किया। प्राधकरण, हितधारकों के सुझाव के अनुसार, नए फ्रेमवर्क के कार्यान्वयन से पहले मौजूद जुड़वां शर्तों को निर्धारित करता है। अ-ला-कार्टे चैनलों और बुके के मूल्य निर्धारण के बीच संबंध के रूप में जुड़वां शर्तों को निर्धारित करते हुए, प्राधकरण ने टैरिफ आदेश, 2020 के व्याख्यात्मक ज्ञापन में निम्नलिखित का उल्लेख किया:

“30. बुके को तैयार करते समय अधिकतम छूट पर सीमा निर्धारण करना दिनांक 30 अक्टूबर, 2018 के अपने निर्णय के पैरा 37 में माननीय उच्चतम न्यायालय के अवलोकन के अनुरूप है, जिसे पैरा 6 में पहले ही पुनर्प्रस्तुत किया गया है। हालांकि, प्राधकरण ने देखा कि छूट पर सीमा निर्धारण के रूप में कार्य करने के लए एकल आंकड़ा प्राप्त करने के वैज्ञानिक पद्धति के अभाव और पहले से ही लागू वनियामक ढांचे पर इसका संभावित प्रभाव, जैसा कि हितधारकों ने व्यक्त किया है, प्राधकरण के समक्ष दूसरा विकल्प एक पद्धति की पहचान करना है जो बुके के मूल्यों और अलाकार्टे के मूल्यों में बीच संबंध स्थापित कर सके और जो प्रसारकों के चैनलों का मूल्य निर्धारित करने के अधिकार और उपभोक्ताओं के बुके के रूप में या अलाकार्टे के रूप में

चैनल चुनने के अधिकार के बीच संतुलन बना सके। जैसा कि कुछ हितधारकों ने व्यक्त किया है, प्राधकरण ने नोट किया कि एक उद्योग स्वीकृत पद्धति है जो अलग-अलग चैनलों और बुके के मूल्यों में संबंध स्थापित करती है, जो काफी पहले प्रचलित था। तदनुसार, टैरिफ आदेश 2020 में, प्राधकरण ने चैनलों के अ-ला-कार्ट मूल्य के योग और बुके कीमतों के बीच एक संबंध निर्धारित किया है, जो दो शर्तों के रूप में है:

“ ...

2.1 कसी बुके का भाग बनने वाले अलाकार्ट पे- चैनलों के प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्यों का योग कसी भी मामले में ऐसे बुके के प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य के डेढ़ गुना से अधिक नहीं होगा; और

2.2 ऐसे बुके का भाग बनने वाले कसी भी अलाकार्ट पे- चैनल का प्रतिमाह अधिकतम खुदरा मूल्य, कसी भी मामले में उस बुके के एक पे- चैनल के प्रतिमाह औसत अधिकतम खुदरा मूल्य के तीन गुना से अधिक नहीं होगा।

यह स्पष्ट किया जाता है कि यदि कसी बुके का अधिकतम खुदरा मूल्य 'एक्स' रुपये प्रतिमाह, प्रति सब्सक्राइबर है, और उस उस बुके में पे चैनलों की संख्या 'वाई' है, तो उस बुके के एक पे चैनल का प्रतिमाह औसत अधिकतम खुदरा मूल्य 'एक्स' रुपये को, 'वाई' द्वारा वभाजित कर परिकलित होगा।

77. मुंबई में माननीय उच्च न्यायालय ने अपने 30 जून 2021 के निर्णय के माध्यम से जुड़वां शर्तों में से एक को छोड़कर नए नियामक फ्रेमवर्क 2020 की वैधता को बरकरार रखा। माननीय न्यायालय ने यह सुनिश्चित किया कि जुड़वां शर्तों की दूसरी शर्त के रूप में प्रदान की गई औसत परीक्षण की शर्त संशोधित फ्रेमवर्क के अन्य प्रावधानों से अलग करने योग्य है। माननीय न्यायालय ने देखा कि:

“97. इस प्रकार, बुके का हिस्सा बनने वाले अ-ला-कार्ट चैनलों के योग पर छूट की सीमा पर टिप्पणी प्राप्त करते हुए, अर्थात् पहली जुड़वां शर्त (सकल परीक्षण) जिसे परामर्श के लिए प्रस्तावित किया गया था, प्राधकरण ने स्पष्ट रूप से अभ्यक्ति का उपयोग किया है “क्या वहाँ पुनः पेश करने की जरूरत है...”। हालांकि, हम पाते हैं कि 2020 टैरिफ आदेश संशोधन के लिए प्रस्तुत किए गए परामर्श पत्र में दूसरी जुड़वां स्थिति (औसत परीक्षण) पर टिप्पणी मांगने के लिए कोई प्रश्न नहीं किया गया है। जुड़वां शर्तों में कुछ नया नहीं था। तथ्य की बात यह है कि “जुड़वां शर्तों” का उल्लेख परामर्श पत्र के अध्याय -2 में ही “प्रसारण एवं केबल सेवाओं के लिए टैरिफ आदेश का विकास” शीर्षक के तहत मिलता है, जो इस बात का संक्षिप्त ववरण देता है कि कैसे प्रसारण के लिए टैरिफ आदेश और केबल सेवाओं का विकास हुआ था। यदि प्राधकरण दूसरी जुड़वां शर्त (औसत परीक्षण) शुरू करना चाहता है, तो हमारे विचार में, यह स्पष्ट होना चाहिए था और यह प्रश्न किया जाना चाहिए था कि क्या दूसरी जुड़वां शर्त (औसत परीक्षण) को खुदरा स्तर पर “प्रस्तुत” या “पुनः प्रस्तुत” करने की आवश्यकता है, यानी कि क्या एक अ-ला-कार्ट पे चैनल के प्रति माह औसत मूल्य पर “प्रस्तुत” या

"पुनः प्रस्तुत" करने की आवश्यकता थी जो एक बुके का हिस्सा बनता है और उसे कतनी बार करना चाहिए क औसत तय किया जाए। यह ध्यान में रखने की आवश्यकता है क आक्षेप 2020 टैरिफ आदेश मूल 2017 टैरिफ आदेश में केवल एक संशोधन था और परामर्श पत्र में परामर्श के लए उठाए गए प्रश्न इस लए उ चत प्रति क्रियाओं को प्राप्त करने के लए अ धक स्पष्ट होने चाहिए और इस अर्थ में परामर्श होना चाहिए क वह एक प्रभावी और सार्थक परामर्श हो।

.....

.....

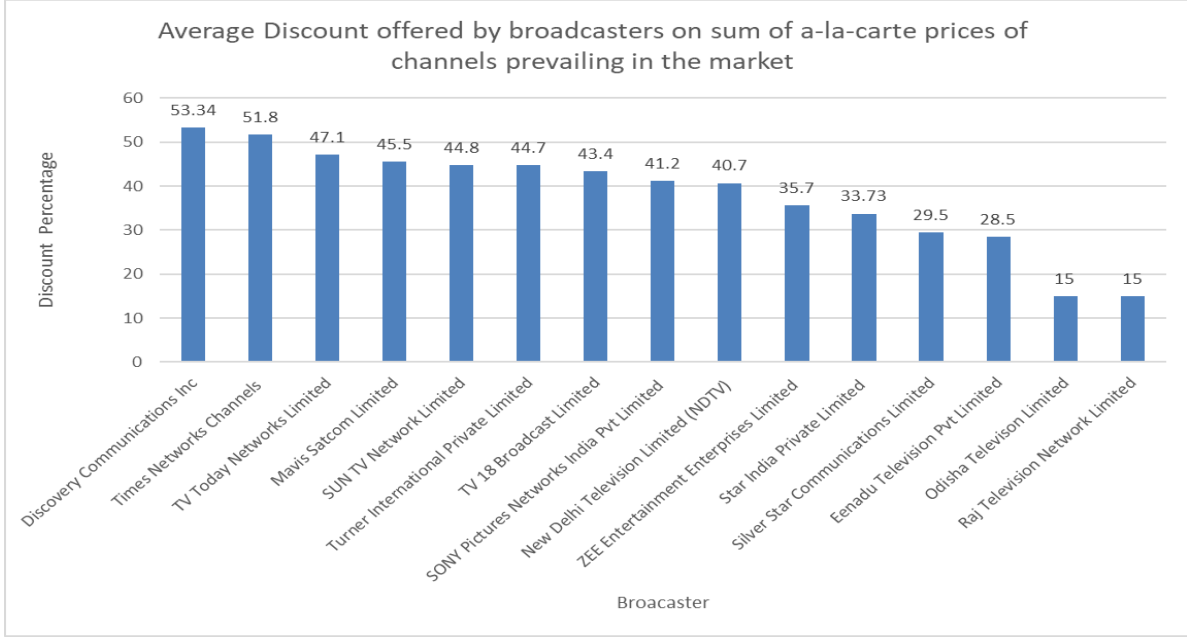
100. इस लए हम मानते हैं क दूसरी जुडवां शर्त (औसत परीक्षण) 2020 के टैरिफ आदेश संशोधन के खंड (3) (बी) के प्रावधान में निहित है- कसी भी ए-ला-कार्टे पे चैनल का प्रति माह अ धकतम खुदरा मूल्य, जो ऐसे बुके का हिस्सा है, कसी भी स्थिति में उस बुके के पे चैनल के प्रति माह औसत अ धकतम मूल्य के तीन गुना से अ धक नहीं होगा - स्पष्ट रूप से ववेकाधीन है और संवधान के अनुच्छेद 14 के तहत या चकाकर्ताओं के मौ लक अ धकारों का उल्लंघन करता है। दूसरी जुडवां शर्त (औसत परीक्षण) भादू वप्रा अ धनियम के खंड 11(4) के वपरीत है, जो प्रा धकरण को पारद शता सुनिश्चित करने के लए बाध्य करती है, और इसे अलग रखा जा सकता है और तदनुसार अलग रखा गया है। तथ्य यह है क उक्त दूसरी जुडवां शर्त (औसत परीक्षण) को प्रा धकरण द्वारा मूल 2017 टैरिफ आदेश में भी प्रस्ता वत नहीं किया गया था, यह दर्शाता है क दूसरी जुडवां शर्त (औसत परीक्षण) आक्षेप 2020 टैरिफ आदेश संशोधन के बाकी प्रावधानों से अलग करने योग्य है।⁶

78. प्रसारकों द्वारा बुके बनाते समय अ-ला-कार्टे चैनलों के योग पर छूट के मुद्दे पर हितधारकों ने अलग-अलग वचार प्रस्तुत कए हैं। प्रा धकरण मानता है क व भन्न क्षेत्रों और बाजारों में सेवाओं और उत्पादों को व भन्न रूपों में बंडल करने की व्यापक प्रथा है। यह भी स्वीकार किया गया है क उत्पादों और सेवाओं का बंडल, यदि उ चत तरीके से किया जाता है, तो आ र्थक दक्षता पैदा कर सकता है, परिचालन खर्च कम कर सकता है, उपभोक्ताओं को व्यापक वकल्प और उत्पादों और सेवाओं तक पहुंच प्रदान कर सकता है।
79. प्रा धकरण ने प्रसारकों द्वारा बुके बनाते समय अ-ला-कार्टे चैनलों के योग पर छूट पर नर्मता के पक्ष में हितधारकों के वचारों पर ध्यान दिया। इस संबंध में, प्रा धकरण, माननीय सर्वोच्च न्यायालय के दिनांक 30.10.2018 के निर्णय के आलोक में (पैरा 71 देखें) का वचार है क हालां क अ धक छूट उपभोक्ताओं के पक्ष में प्रतीत हो सकती है, ले कन इसका परिणाम उपभोक्ताओं के अ-ला-कार्टे वकल्पों को प्रभा वत करने वाले बुके के अनु चत मूल्य निर्धारण में नहीं होना चाहिए। बायफोर्ड और कंग ने 'कै पंग बंडल डस्काउंट्स: टू रेगुलेटरी रैशनल्स'⁶ शीर्षक वाले अपने पेपर में सुझाव दिया है क, "बंडल छूट पर सीमा उन उपभोक्ताओं के लए अच्छी हो सकती है जिन्हें बंडल छूट से नुकसान होता है"। वे आगे कहते हैं क अन्य स्वतंत्र खुदरा वक्रेताओं को संभा वत नुकसान (हमारे

⁶ मार्टिन सी. बायफोर्ड और स्टीफन कंग, नवंबर 2019, 'कै पंग बंडल डस्काउंट्स: टू रेगुलेटरी रैशनल्स', व कंग पेपर, नवंबर 2019, इलेक्ट्रॉनिक कॉपी यहां उपलब्ध है: <https://ssrn.com/abstract=3446896>

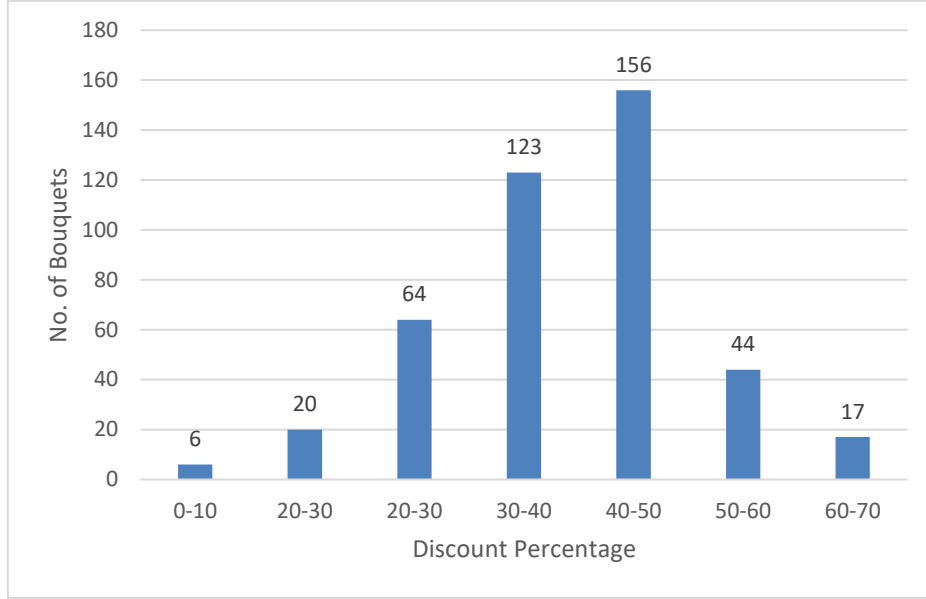
वश्लेषण के मामले में प्रसारक) नियामक हस्तक्षेप के लए एक और तर्क है। इस लए, प्रा धकरण का मानना है क प्रसारकों द्वारा बुके बनाते समय अ-ला-कार्टे चैनलों के योग पर छूट की एक उ चत सीमा होनी चाहिए।

80. प्रा धकरण ने प्रसारकों द्वारा टैरिफ संशोधन आदेश 2020 से पहले प्रस्तुत कए गए आंकड़ों का वश्लेषण कया। नीचे दिए गए चत्र 1 से पता चलता है क प्रमुख प्रसारकों के व भन्न बुके पर दी जा रही औसत छूट 33-54 प्रतिशत तक है:



चत्र 1: प्रसारकों द्वारा उनके बुके पर दी जाने वाली औसत छूट

81. प्रा धकरण ने पाया क प्रसारकों द्वारा लगभग 435 बुके की पेशकश की गई है। इन बुके पर दी जाने वाली छूट का माध्य और मधिका लगभग 39% है। हालां क बहुलक 45 से 50% के बीच आता है। नीचे चत्र 2 व भन्न छूट बैंडों में बुके की संख्या दर्शाता है:



चित्र 2: व भन्न छूट श्रेणी में बुके की संख्या

82. उपरोक्त चित्र 2 स्पष्ट रूप से इंगित करता है कि अधिकतम बुके 40-50% तक की छूट प्रदान करते हैं। इसके अलावा, भादू वप्रा के पास उपलब्ध आंकड़ों के अनुसार, डीटीएच ग्राहकों द्वारा सदस्यता लिए गए शीर्ष 5 प्रसारकों के बुके में अ-ला-कार्टे चैनलों के एमआरपी के योग पर प्रसारकों द्वारा दी जाने वाली छूट नीचे तालिका 5 में दी गई है:

तालिका 5: डीटीएच ग्राहकों द्वारा सदस्यता लिए गए शीर्ष 5⁷ प्रसारकों के बुके में प्रसारकों द्वारा दी जाने वाली छूट

क्रमांक	प्रसारक का नाम	बुके का नाम	अ-ला-कार्टे चैनलों के एमआरपी के योग पर दी जाने वाली छूट (%)
1	टीवी टुडे नेटवर्क ल मटेड	टीवी टुडे हिंदी समाचार	50.0
2	टर्नर इंटरनेशनल	टर्नर कड्स पैक	50.0
3	जी एंटरटेनमेंट	जी फै मली पैक हिंदी एसडी	24.4
4	डस्कवरी	डस्कवरी बुके 1 बे सक इंफोटेनमेंट पैक	55.56
5	स्टार इंडिया	डज्नी कड्स पैक	45.5

⁷ सेवा प्रदाताओं द्वारा ट्राई को उपलब्ध कराए गए आंकड़ों के अनुसार

83. कोई भी यह देख सकता है कि शीर्ष पांच प्रसारकों के बुके में अ-ला-कार्टे चैनलों के एमआरपी के योग पर दी जाने वाली औसत छूट लगभग 45% है।
84. भारत का प्रसारण बाजार कई क्षेत्रीय भाषा बाजारों के साथ काफी विविध है। यहां तक कि हिंदी चैनलों के बाजार में भी, विभिन्न राज्यों में दर्शकों की रुचि में व्यापक अंतर है। इसलिए, विभिन्न बाजारों का अलग-अलग विश्लेषण अलग-अलग रणनीतियों और छूट की संरचना को दर्शाता है। श्री पाउलो मार्टिस और अन्य का एक लेख⁴, 'पुर्तगाल में पूरक, मूल्य और छूट स्तर के व्यक्तिगत उत्पादों और बंडलों के प्रभावों के बीच वरीयता' काफी प्रासंगिक लगता है। लेख के अनुसार⁸, बंडल बनाने पर 20% तक की छूट के मामले में, व्यक्तिगत उत्पादों को प्राथमिकता दी जाती है। हालांकि, 45% के छूट के स्तर पर, व्यक्तिगत उत्पादों पर बंडल को प्राथमिकता दी जाती है। कोई यह विचार कर सकता है कि बाजारों के पूरी तरह से कार्य करने के लिए, छूट की संरचना इन सीमाओं के भीतर हो सकती है।
85. इसलिए, चित्र 2 (पैरा 84) के आंकड़ों से यह माना जा सकता है कि बुके पर औसत छूट लगभग 39% है। डेटा की उच्चतम आवृत्ति (बहुलक) 45 से 50% के बीच है। यदि कोई 67 मलियन⁹ पे डीटीएच ग्राहकों में से शीर्ष 5 सदस्यताएं लिए गए बुके पर विचार करता है, तो घटक चैनलों की अ-ला-कार्टे कीमतों के योग पर छूट 24.4 से 55.5% के बीच होती है। शीर्ष पांच बुके की औसत छूट 45% है। बंडल बनाने पर शोध पत्र⁴ में प्रदान की गई परिकल्पना पर विचार करने के बाद इन विवरणों का विश्लेषण करते हुए, प्राधिकरण का विचार है कि छूट की सीमा आवश्यक है। इसके अलावा, विश्लेषण से पता चलता है कि टेली वजन चैनलों की अ-ला-कार्टे कीमतों के योग पर छूट 45 से 50% के बीच हो सकती है। प्राधिकरण का मानना है कि इस तरह की अधिकतम सीमा से टेली वजन प्रसारण पे टेली वजन बाजार में समानता आएगी। इससे प्रसारकों द्वारा चैनलों के अ-ला-कार्टे मूल्य को बढ़ाने की प्रवृत्ति पर भी अंकुश लगेगा और अवांछित चैनलों को बुके के सब्सक्राइबर तक पहुंचाया जा सकेगा जिससे उपभोक्ताओं को अ-ला-कार्टे आधार पर चैनल या बुके के बीच चयन करने के लिए उचित संतुलन की अनुमति मिलेगी।
86. एक अन्य महत्वपूर्ण कारक, जिस पर विनियम निर्धारित करते समय विचार किया जाना चाहिए, वह है कार्यान्वयन। प्राधिकारी देखते हैं कि निर्धारित सीमा की वजह से अधिकांश बुके की वर्तमान संरचना में व्यापक परिवर्तन नहीं होना चाहिए। इसके अलावा, एक निर्धारित सीमा हितधारकों के लिए उपलब्ध कराया गया अधिकतम संभव छूट विकल्प है। सीमा का मतलब यह नहीं है कि प्रत्येक बुके का गठन अधिकतम अनुमेय छूट के आधार पर किया जाएगा। बुके की मौजूदा छूट संरचना पर एक नज़र डालें (चित्र 2), जो यह दर्शाता है कि घटक टेली वजन चैनलों के अ-ला-कार्टे कीमतों के योग के 40% से कम मूल्य के साथ दो सौ से अधिक बुके की पेशकश की गई है।

⁸ व्यक्तिगत उत्पादों और बंडलों के बीच वरीयता: पुर्तगाल में पूरक, मूल्य और डिस्काउंट स्तर के प्रभाव <https://www.mdpi.com/1911-8074/14/5/192/htm> पर उपलब्ध

⁹ सक्रिय डीटीएच ग्राहकों की कुल संख्या। सभी चार डीटीएच ऑपरेटरों द्वारा उपलब्ध कराए गए आंकड़ों के अनुसार

87. प्राधकरण ने इन सभी कारकों पर वचार करने के बाद बुके की कीमतें तय करने के लए अ-ला-कार्टे चैनलों के योग पर 45% की अधिकतम छूट निर्धारित की है। मौजूदा बुके का सावधानीपूर्वक विश्लेषण दर्शाता है कि निर्धारित अधिकतम छूट मौजूदा बुके की पेशकशों के लगभग 70% को शामिल करेगी। वास्तव में प्रसारकों को अपने बुके की संरचना या कीमतों में बदलाव करने की आवश्यकता नहीं होगी। यह केवल बाहरी बुके हैं जो बहुत अधिक छूट की पेशकश कर रहे हैं, शायद विकृत मूल्य निर्धारण के लिए, संशोधित छूट सीमा के अनुसार पुनर्मूल्यांकन की आवश्यकता होगी। कुछ बुके पर अधिक मात्रा में छूट पर नियंत्रण रखते हुए, यह बुके बनाते समय प्रसारकों को पर्याप्त लचीलापन प्रदान करेगा।

88. प्राधकरण बुके के गठन, बाजार पर इसके प्रभाव पर कड़ी नजर रखना जारी रखेगा और परिस्थिति पैदा होने पर आगे उपयुक्त उपाय करेगा।

घ. प्रसारकों द्वारा डीपीओ को दी जाने वाली अतिरिक्त छूट

89. प्रसारकों द्वारा डीपीओ को दी जाने वाली अतिरिक्त छूट का मुद्दा तत्काल परामर्श पत्र का भी हिस्सा था। हितधारकों ने इस मुद्दे पर भी अपनी टिप्पणियां प्रति-टिप्पणियां प्रदान की हैं। हालांकि, यह मामला इंटरकनेक्शन वनियम 2017 द्वारा कवर किया गया है और इस मुद्दे पर प्राधकरण के निर्णय को संबंधित नियमों में संशोधन के माध्यम से अलग से निपटाया जा रहा है।

90. इंटरकनेक्शन वनियम 2017 के वनियम 19 के उप वनियम (1) प्राधकरण को सेवा प्रदाताओं द्वारा ववरण की रिपोर्टिंग के उद्देश्य से वेबसाइट निर्दिष्ट करने का अधिकार देता है। वर्तमान में टैरिफ रिपोर्ट करने के उद्देश्य के लिए पोर्टल <https://bips.traai.gov.in> उपलब्ध है। सभी प्रसारकों और डीपीओ को इस वेबसाइट पर भादू वप्रा द्वारा अधसूचित टैरिफ आदेशों और वनियमों के अनुपालन की सूचना देना आवश्यक है।

91. भादू वप्रा ने वर्तमान टैरिफ संशोधन आदेश में केवल उन महत्वपूर्ण मुद्दों को संबोधित किया, जो उपभोक्ताओं को असुविधा से बचने के लए हितधारकों की समति द्वारा तत्काल वचार करने के लए सुझाए गए थे। जैसा कि पहले पैरा 20 में उल्लेख किया गया है, हितधारकों की समति ने भादू वप्रा द्वारा बाद में वचार करने के लए अन्य मुद्दों को भी सूचीबद्ध किया है। इसके अलावा, प्राधकरण ने एक ऑनलाइन बैठक सहित एलसीओ के प्रतिनिधियों के साथ कई बैठकें कीं, जिसमें देश भर से 200 से अधिक एलसीओ ने भाग लिया। इन बैठकों के दौरान कई मुद्दे रखे गए। भादू वप्रा ने सुझावों को नोट कर लिया है और परिस्थिति उत्पन्न होने पर आगे उपयुक्त उपाय कर सकता है।

प्रसारकों द्वारा प्रचलित बुके में दी जाने वाली छूट			
क्र.सं.	प्रसारक का नाम	बुके का नाम	छूट (%)
1	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एसडी बुके 1 - बेसिक इन्फोटेनमेंट पैक	55.56
2	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एसडी बुके 2 - इन्फोटेनमेंट + स्पोर्ट्स पैक	53.3
3	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एसडी बुके 3 - इन्फोटेनमेंट पैक	36.4
4	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एसडी बुके 4	45.5
5	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एसडी बुके 5 -	63.6
6	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एसडी बुके 6	63.2
7	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एसडी बुके 7 - इन्फोटेनमेंट (तमिल) पैक	53.3
8	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एसडी बुके 8	60.0
9	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एचडी बुके 1	63.0
10	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एचडी बुके 2 -	56.5
11	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एचडी बुके 3 -	52.6
12	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एचडी बुके 4 -	43.8
13	डिस्कवरी कम्युनिकेशन्स	एचडी बुके 5 -	46.7
14	ईनाडु टेलीविजन प्राइवेट लिमिटेड	बुके 1	31.4
15	ईनाडु टेलीविजन प्राइवेट लिमिटेड	बुके 2	32.6
16	ईनाडु टेलीविजन प्राइवेट लिमिटेड	ईटीवी एचडी मिनी फैमिली पैक	21.6
17	मेविस सैटकॉम लिमिटेड	बुके 1	45.5
18	एनडीटीवी	एनडीटीवी अल्ट्रा	46.2
19	न्यू देलही टेलीविजन लिमिटेड	यूडीटीवी नॉर्थ इन्फो	40.0
20	न्यू देलही टेलीविजन लिमिटेड	एनडीटीवी नॉर्थ लाइफ	40.9
21	न्यू देलही टेलीविजन लिमिटेड	एनडीटीवी साउथ	40.9
22	न्यू देलही टेलीविजन लिमिटेड	एनडीटीवी साउथ इंफो	37.5
23	न्यू देलही टेलीविजन लिमिटेड	एनडीटीवी साउथ लाइफ	38.9
24	ओडिशा टेलीविजन लिमिटेड	बुके 1	15.0
25	राज टेलीविजन नेटवर्क	बुके 1	15.0
26	सिल्वर स्टार कम्युनिकेशंस	बुके 1	40.0
27	सिल्वर स्टार कम्युनिकेशंस	बुके 2	31.0

28	सिल्वर स्टार कम्युनिकेशंस	बुके 3	17.5
29	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया 31	32.6
30	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया 31ए	26.2
31	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया 31बी	22.5
32	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया बांग्ला 31	32.6
33	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया 39	41.8
34	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया बांग्ला 39	41.8
35	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया 39ए	38.1
36	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया प्लेटिनम 69	49.3
37	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया प्लेटिनम बांग्ला 69	49.3
38	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया प्लेटिनम 69ए	47.7
39	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया साउथ 19	52.5
40	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया फुटबॉल 17	52.8
41	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया प्लेटिनम साउथ 35	50.0
42	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया साउथ फुटबॉल 33	50.0
43	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया स्पोर्ट्स 31	42.6
44	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया स्पोर्ट्स 39	45.1
45	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया इंग्लिश 12	36.8
46	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया स्पोर्ट्स + इंग्लिश 47	47.8
47	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया एचडी 59	25.3
48	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया स्पोर्ट्स एचडी 48	22.6
49	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया स्पोर्ट्स एचडी 59	25.3
50	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया इंग्लिश एचडी 20	37.5
51	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया स्पोर्ट्स + इंग्लिश एचडी 50	47.9
52	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया प्लेटिनम एचडी 90	48.9
53	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया प्लेटिनम बांग्ला एचडी 90	48.9
54	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया प्लेटिनम एचडी 90ए	47.7
55	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया प्लेटिनम एचडी 93	48.3
56	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया साउथ 25	54.5
57	सोनी पिक्चर्स नेटवर्क	हैप्पी इंडिया एचडी 70	27.1
58	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी हिंदी	23.68
59	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी हिंदी	42.42
60	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी मराठी	41.81

61	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी मराठी	45.96
62	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी मराठी (ए)	41.57
63	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी बंगाली	38.83
64	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी बंगाली (ए)	26.97
65	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी बंगाली	42.80
66	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी बंगाली (ए)	36.85
67	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी बंगाली-हिंदी	37.96
68	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी बंगाली-हिंदी (ए)	26.30
69	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी बंगाली - हिंदी	42.65
70	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी बंगाली - हिंदी (ए)	37.41
71	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी तमिल	34.38
72	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी तमिल	33.72
73	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी कन्नड (ए)	19.14
74	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी कन्नड (बी)	38.90
75	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी कन्नड (बी)(1)	38.90
76	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी कन्नड (बी) (2)	38.90
77	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी कन्नड (बी) (3)	34.92
78	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी कन्नड (सी)	46.52
79	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी कन्नड	33.07
80	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी मलयालम	30.48
81	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी मलयालम	33.07
82	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी तेलुगु	25.14
83	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी तेलुगु	41.57
84	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी हिंदी-मलयालम	36.70
85	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी हिंदी-मलयालम	42.84
86	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी हिंदी - कन्नड	33.96
87	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी हिंदी-कन्नड	35.46
88	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी हिंदी- तेलुगु	38.34
89	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी हिंदी- तेलुगु	41.43
90	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी हिंदी-तमिल	28.76
91	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी हिंदी-तमिल (ए)	26.86
92	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी हिंदी- तमिल	27.59
93	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी हिंदी- तमिल (ए)	35.90

94	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी मराठी- कन्नड	41.11
95	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी मराठी- कन्नड (ए)	36.53
96	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी मराठी- कन्नड	39.18
97	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी मराठी- कन्नड (ए)	36.75
98	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी कन्नड- मलयालम	39.49
99	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी कन्नड- मलयालम	32.63
100	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी तमिल- मलयालम	26.97
101	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी तमिल- मलयालम (ए)	29.09
102	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी तमिल- मलयालम	33.13
103	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी तमिल- तेलुगु	28.68
104	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी तमिल- तेलुगु (ए)	30.88
105	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी तमिल-तेलुगु	38.81
106	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी तमिल- तेलुगु (ए)	39.74
107	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी तेलुगू-कन्नड	37.20
108	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी तेलुगु-कन्नड	38.33
109	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी कन्नड- तमिल	40.12
110	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी कन्नड- तमिल (ए)	37.63
111	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी कन्नड- तमिल	31.96
112	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी कन्नड- तमिल (ए)	30.76
113	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी ऑल साउथ	27.95
114	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी ऑल साउथ (ए)	26.54
115	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी ऑल साउथ	35.33
116	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी ऑल साउथ (ए)	34.56
117	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	स्टार इंग्लिश स्पेशल पैक	28.57
118	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी इंग्लिश	33.87
119	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी लाइट हिंदी	25.62
120	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी हिंदी	27.47
121	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी हिंदी	45.99
122	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी मराठी	39.37
123	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी मराठी	49.41
124	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी बंगाली	45.23
125	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी बंगाली (ए)	40.23
126	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी बंगाली	46.93

127	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी बंगाली (ए)	43.69
128	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी बंगाली - हिंदी	48.12
129	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी बंगाली - हिंदी (ए)	45.39
130	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तमिल	-4.02
131	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तमिल (ए)	-18.86
132	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी तमिल	34.95
133	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी तमिल (ए)	31.29
134	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी कन्नड़	-1.21
135	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी कन्नड़	35.71
136	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी मलयालम	16.76
137	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी मलयालम	34.56
138	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तेलुगु	21.14
139	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तेलुगु (ए)	12.89
140	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी तेलुगु	42.74
141	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी तेलुगु (ए)	39.92
142	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी हिंदी- मलयालम	37.99
143	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी हिंदी- मलयालम	47.71
144	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी हिंदी-कन्नड़	30.76
145	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी हिंदी-कन्नड़	46.33
146	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी हिंदी- तेलुगु	39.95
147	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी हिंदी- तेलुगु (ए)	36.33
148	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी हिंदी- तेलुगु	48.71
149	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी हिंदी- तेलुगु (ए)	46.89
150	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी हिंदी - तमिल	30.76
151	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी हिंदी - तमिल (ए)	29.73
152	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी हिंदी - तमिल (बी)	25.90
153	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी हिंदी - तमिल (सी)	29.73
154	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी हिंदी- तमिल	46.33
155	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी हिंदी- तमिल (ए)	43.77
156	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी हिंदी- तमिल (बी)	44.25
157	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी हिंदी- तमिल (सी)	45.88
158	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी मराठी-कन्नड़	37.58
159	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी मराठी- कन्नड़ (ए)	32.72

160	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी मराठी-कन्नड	49.46
161	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी मराठी- कन्नड (ए)	47.20
162	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी कन्नड- मलयालम	22.80
163	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी कन्नड- मलयालम	42.06
164	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तमिल- मलयालम	21.37
165	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तमिल- मलयालम (ए)	15.92
166	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तमिल- मलयालम (बी)	14.23
167	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तमिल- मलयालम (सी)	22.80
168	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी तमिल- मलयालम	41.49
169	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी तमिल- मलयालम (ए)	38.81
170	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तमिल- तेलुगु	24.85
171	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तमिल- तेलुगु (ए)	18.35
172	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तमिल- तेलुगु (बी)	26.15
173	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तमिल- तेलुगु (सी)	19.89
174	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी तमिल-तेलुगु	42.88
175	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी तमिल- तेलुगु (ए)	40.33
176	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी तमिल- तेलुगु (बी)	43.42
177	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी तमिल- तेलुगु (सी)	40.92
178	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तेलुगु-कन्नड	26.15
179	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी तेलुगु- कन्नड (ए)	19.89
180	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी तेलुगु-कन्नड	43.42
181	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी तेलुगु- कन्नड (ए)	40.92
182	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी कन्नड- तमिल	9.67
183	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी कन्नड- तमिल (ए)	0.12
184	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी कन्नड- तमिल (बी)	7.71
185	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी कन्नड- तमिल (सी)	-2.29
186	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी कन्नड- तमिल	37.21
187	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी कन्नड- तमिल (ए)	34.10
188	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी कन्नड- तमिल (बी)	36.54
189	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी कन्नड- तमिल (सी)	33.37
190	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी ऑल साउथ	41.39
191	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी ऑल साउथ (ए)	44.48
192	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी ऑल साउथ (बी)	43.82

193	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी ऑल साउथ (सी)	40.66
194	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी ऑल साउथ	44.04
195	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी ऑल साउथ (ए)	45.92
196	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी ऑल साउथ (बी)	45.51
197	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी ऑल साउथ (सी)	43.60
198	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	स्टार इंग्लिश स्पेशल पैक एचडी	47.92
199	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसपीपी एचडी इंग्लिश	35.65
200	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी लाइट हिंदी जीईसी	25.60
201	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी लाइट हिंदी स्पोर्ट्स	30.01
202	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी लाइट मराठी जीईसी	42.33
203	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी लाइट मराठी स्पोर्ट्स	41.76
204	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी लाइट बंगाली जीईसी	42.33
205	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी लाइट बंगाली स्पोर्ट्स	41.18
206	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी लाइट बंगाली स्पोर्ट्स (ए)	32.42
207	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी लाइट तमिल	20.81
208	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी लाइट कन्नड़	13.42
209	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी लाइट मलयालम	21.22
210	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	एसवीपी एचडी लाइट तेलुगु	15.81
211	स्टार इंडिया प्राइवेट लिमिटेड	डिज्नी किड्स पैक	33.33
212	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 1 - तमिल बेसिक	42.0
213	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 2 - तमिल प्राइम	55.0
214	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 3 - तमिल सुपर	60.9
215	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 4 - तेलुगु बेसिक	44.5
216	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 5 - तेलुगु प्राइम	56.6
217	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 6 - तेलुगु सुपर	63.5
218	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 7 - कन्नड़ बेसिक	41.3
219	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 8 - कन्नड़ प्राइम	58.4
220	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 9 - कन्नड़ सुपर	61.9
221	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 10 - केरल बेसिक	44.4
222	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 11 - केरल प्राइम	61.5
223	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 12 - केरल सुपर	63.1
224	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 13 - सन अल्टीमेट	69.1
225	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 14 - तमिल बेसिक (एचडी)	14.6

226	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 15 - तमिल प्राइम (एचडी)	33.6
227	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 16 - तमिल सुपर (एचडी)	46.7
228	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 17 - तेलुगु बेसिक (एचडी)	15.6
229	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 18 - तेलुगु प्राइम (एचडी)	31.3
230	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 19 - तेलुगु सुपर (एचडी)	51.0
231	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 20 - कन्नड़ बेसिक (एचडी)	5.8
232	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 21 - कन्नड़ प्राइम (एचडी)	36.4
233	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 22 - कन्नड़ सुपर (एचडी)	46.0
234	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 23 - केरल बेसिक (एचडी)	30.2
235	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 24 - केरल प्राइम (एचडी)	30.0
236	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 25 - केरल सुपर (एचडी)	44.4
237	सन टीवी नेटवर्क लिमिटेड	बुके 26 - सन अल्टीमेट पैक (एचडी)	55.9
238	टाइम्स नेटवर्क चैनल	बुके 1	28.6
239	टाइम्स नेटवर्क चैनल	बुके 2	55.2
240	टाइम्स नेटवर्क चैनल	बुके 3	61.5
241	टाइम्स नेटवर्क चैनल	बुके 4	50.0
242	टाइम्स नेटवर्क चैनल	बुके 5	63.6
243	टर्नर इंटरनेशनल प्राइवेट लिमिटेड	टर्नर किड्स पैक	50.0
244	टर्नर इंटरनेशनल प्राइवेट लिमिटेड	टर्नर फैमिली पैक	50.0
245	टर्नर इंटरनेशनल प्राइवेट लिमिटेड	टर्नर एचडी पैक	26.5
246	टर्नर इंटरनेशनल प्राइवेट लिमिटेड	टर्नर फैमिली एचडी पैक	43.2
247	टर्नर इंटरनेशनल प्राइवेट लिमिटेड	टर्नर फैमिली एचडी प्लस पैक	53.7
248	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला हिंदी बजट	12.5
249	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला हिंदी बजट प्लस	25.8
250	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला हिंदी वैल्यू	26.8
251	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला हिंदी वैल्यू प्लस	35.3
252	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला हिंदी फॅमिली	38.3
253	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला नॉर्थ ईस्ट बजट	13.5
254	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला नॉर्थ ईस्ट बजट प्लस	31.4
255	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला नॉर्थ ईस्ट वैल्यू	29.2
256	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला नॉर्थ ईस्ट वैल्यू प्लस	51.4
257	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला केरल बजट	43.1
258	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला केरल बजट प्लस	62.0

259	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला केरेला वैल्यू	51.7
260	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला कर्नाटक बजट	23.0
261	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला कर्नाटक बजट प्लस	32.3
262	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला कर्नाटक वैल्यू	34.8
263	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला कर्नाटक वैल्यू प्लस	48.4
264	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला कर्नाटक फॅमिली	59.3
265	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला गुजरात बजट	30.5
266	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला गुजरात बजट प्लस	39.1
267	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला गुजरात वैल्यू	38.5
268	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला गुजरात वैल्यू प्लस	44.6
269	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला गुजरात फॅमिली	46.3
270	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला बंगाल बजट	40.3
271	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला बंगाल बजट प्लस	46.8
272	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला बंगाल वैल्यू	45.5
273	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला बंगाल वैल्यू प्लस	50.3
274	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला बंगाल फॅमिली	50.7
275	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला महाराष्ट्र बजट	27.8
276	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला महाराष्ट्र बजट प्लस	43.8
277	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला महाराष्ट्र वैल्यू	35.9
278	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला महाराष्ट्र वैल्यू प्लस	48.1
279	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला महाराष्ट्र फॅमिली	49.0
280	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला उड़िया बजट	28.2
281	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला उड़िया बजट प्लस	37.4
282	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला उड़िया वैल्यू	36.9
283	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला उड़िया वैल्यू प्लस	43.4
284	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला उड़िया फॅमिली	45.3
285	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तेलुगु बजट	46.5
286	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तेलुगु बजट प्लस	57.8
287	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तेलुगु वैल्यू	48.2
288	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तमिल बजट	52.8
289	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तमिल बजट प्लस	61.8
290	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तमिल वैल्यू	51.5
291	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला हिंदी बजट एचडी	27.4

292	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला हिंदी बजट प्लस एचडी	34.1
293	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला हिंदी वैल्यू एचडी	39.4
294	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला हिंदी वैल्यू प्लस एचडी	48.8
295	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला हिंदी वैल्यू प्लस एचडी (ए)	45.1
296	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला हिंदी फैमिली एचडी	36.9
297	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला हिंदी फैमिली प्लस एचडी	41.4
298	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला नॉर्थ ईस्ट बजट एचडी	30.5
299	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला नॉर्थ ईस्ट बजट प्लस एचडी	28.2
300	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला नॉर्थ ईस्ट वैल्यू एचडी	42.1
301	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला नॉर्थ ईस्ट वैल्यू प्लस एचडी	52.3
302	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला केरल बजट एचडी	35.2
303	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला केरल बजट प्लस एचडी	61.6
304	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला केरल वैल्यू एचडी	54.8
305	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला कर्नाटक बजट एचडी	38.7
306	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला कर्नाटक बजट प्लस एचडी	37.8
307	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला कर्नाटक वैल्यू एचडी	42.1
308	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला कर्नाटक वैल्यू प्लस एचडी	48.3
309	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला कर्नाटक फैमिली एचडी	45.8
310	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला कर्नाटक फैमिली प्लस एचडी	48.6
311	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला गुजरात बजट एचडी	35.1
312	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला गुजरात बजट प्लस एचडी	40.5
313	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला गुजरात वैल्यू एचडी	43.8
314	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला गुजरात वैल्यू प्लस एचडी	51.9
315	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला गुजरात फैमिली एचडी	42.2
316	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला गुजरात फैमिली प्लस एचडी	45.9
317	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला बंगाल बजट एचडी	44.3
318	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला बंगाल बजट प्लस एचडी	48.4
319	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला बंगाल वैल्यू एचडी	44.7
320	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला बंगाल वैल्यू प्लस एचडी	56.8
321	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला बंगाल वैल्यू प्लस एचडी (ए)	54.2
322	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला बंगाल फैमिली एचडी	47.1
323	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला बंगाल फैमिली प्लस एचडी	50.2
324	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला महाराष्ट्र बजट एचडी	46.0

325	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला महाराष्ट्र बजट प्लस एचडी	49.8
326	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला महाराष्ट्र वैल्यू एचडी	46.1
327	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला महाराष्ट्र वैल्यू प्लस एचडी	52.9
328	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला महाराष्ट्र वैल्यू प्लस एचडी (ए)	50.2
329	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला महाराष्ट्र फैमिली एचडी	48.2
330	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला महाराष्ट्र फैमिली प्लस एचडी	51.2
331	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला उड़िया बजट एचडी	33.7
332	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला उड़िया बजट प्लस एचडी	39.4
333	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला उड़िया वैल्यू एचडी	42.9
334	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला उड़िया वैल्यू प्लस एचडी	51.3
335	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला उड़िया फैमिली एचडी	41.5
336	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला उड़िया फैमिली प्लस एचडी	45.4
337	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तेलुगु बजट एचडी	37.5
338	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तेलुगु बजट प्लस एचडी	55.1
339	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तेलुगु वैल्यू एचडी	44.4
340	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तेलुगु वैल्यू प्लस एचडी	50.5
341	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तमिल बजट एचडी	47.9
342	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तमिल बजट प्लस एचडी	60.7
343	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तमिल वैल्यू एचडी	49.7
344	टीवी 18 ब्रॉडकास्ट लिमिटेड	कलर्स वाला तमिल वैल्यू प्लस एचडी	54.8
345	टीवी टुडे नेटवर्क लिमिटेड	हिंदी न्यूज़ बुके	50.0
346	टीवी टुडे नेटवर्क लिमिटेड	टीवीटीएन न्यूज़ बुके	50.0
347	टीवी टुडे नेटवर्क लिमिटेड	हिंदी न्यूज़ एचडी बुके	42.9
348	टीवी टुडे नेटवर्क लिमिटेड	टीवीटीएन न्यूज़ एचडी बोक्वेट	45.5
349	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक हिंदी एसडी	24.4
350	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक हिंदी एसडी	28.6
351	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक इंग्लिश एसडी	53.1
352	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक मराठी एसडी	40.5
353	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक मराठी एसडी	38.9
354	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक बांग्ला एसडी	39.5
355	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक बांग्ला एसडी	38.2
356	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक उड़िया एसडी	37.6
357	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक उड़िया एसडी	36.9

358	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक तमिल एसडी	25.9
359	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक तमिल एसडी	21.6
360	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक तमिल एसडी	39.5
361	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक तमिल एसडी	27.9
362	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक तेलुगु एसडी	21.6
363	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक तेलुगु एसडी	30.7
364	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक तेलुगु एसडी	38.5
365	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक तेलुगु एसडी	36.2
366	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक कन्नड़ एसडी	-9.7
367	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक कन्नड़ एसडी	12.7
368	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक कन्नड़ एसडी	28.8
369	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक कन्नड़ एसडी	29.4
370	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक तमिल- तेलुगु एसडी	29.6
371	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक तमिल-तेलुगु एसडी	26.3
372	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक तमिल-तेलुगु एसडी	33.9
373	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक तमिल-तेलुगु एसडी	33.0
374	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक तमिल-कन्नड़ एसडी	2.0
375	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक तमिल-कन्नड़ एसडी	6.7
376	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक तमिल-कन्नड़ एसडी	24.9
377	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक तमिल-कन्नड़ एसडी	26.6
378	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक तेलुगु-कन्नड़ एसडी	25.3
379	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक तेलुगु-कन्नड़ एसडी	29.3
380	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक तेलुगु-कन्नड़ एसडी	35.4
381	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक तेलुगु-कन्नड़ एसडी	34.2
382	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक ऑल साउथ एसडी	28.4
383	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक ऑल साउथ एसडी	24.4
384	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक ऑल साउथ एसडी	31.7
385	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक ऑल साउथ एसडी	32.3
386	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक ओडिया-तेलुगु एसडी	30.2
387	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक उड़िया-तेलुगु एसडी	31.0
388	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक उड़िया-तेलुगु एसडी	31.6
389	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक उड़िया-बांग्ला एसडी	10.4
390	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक मराठी-कन्नड़ एसडी	24.8

391	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक मराठी-कन्नड़ एसडी	27.2
392	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक हिंदी एचडी	37.2
393	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक हिंदी एचडी	44.7
394	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक इंग्लिश एचडी	63.2
395	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक मराठी एचडी	40.1
396	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल इन वन पैक मराठी एचडी	45.2
397	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक बांग्ला एचडी	39.4
398	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक बांग्ला एचडी	45.2
399	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक उड़िया एचडी	39.0
400	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक उड़िया एचडी	45.3
401	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक तमिल एचडी	36.5
402	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक तमिल एचडी	40.1
403	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक तमिल एचडी	46.8
404	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक तमिल एचडी	47.0
405	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक तेलुगु एचडी	36.8
406	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक तेलुगु एचडी	39.5
407	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक तेलुगु एचडी	49.3
408	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल इन-वन पैक तेलुगु एचडी	48.8
409	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक कन्नड़ एचडी	36.5
410	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक कन्नड़ एचडी	40.1
411	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक कन्नड़ एचडी	42.7
412	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक कन्नड़ एचडी	44.3
413	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक तमिल-तेलुगु एचडी	46.2
414	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक तमिल-तेलुगु एचडी	46.5
415	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक तमिल-तेलुगु एचडी	49.1
416	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक तमिल-तेलुगु एचडी	48.7
417	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक तमिल-कन्नड़ एचडी	31.5
418	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक तमिल-कन्नड़ एचडी	35.4
419	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक तमिल-कन्नड़ एचडी	43.3
420	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक तमिल-कन्नड़ एचडी	44.6
421	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक तेलुगु-कन्नड़ एचडी	46.2
422	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक तेलुगु-कन्नड़ एचडी	46.5
423	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक तेलुगु-कन्नड़ एचडी	49.1

424	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक तेलुगु-कन्नड़ एचडी	48.7
425	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक ऑल साउथ एचडी	46.5
426	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी सुपर पैक ऑल साउथ एचडी	46.6
427	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक ऑल साउथ एचडी	48.9
428	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक ऑल साउथ एचडी	48.6
429	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक ओडिया-तेलुगु एचडी	28.3
430	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक ओडिया-तेलुगु एचडी	43.9
431	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक उडिया-तेलुगु एचडी	44.9
432	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी प्राइम पैक ओडिया-बांगला एचडी	14.0
433	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी फैमिली पैक मराठी-कन्नड़ एचडी	41.4
434	ज़ी एंटरटेनमेंट	ज़ी ऑल-इन-वन पैक मराठी-कन्नड़ एचडी	43.0
		मध्य छूट	38.45 %
		मधिका छूट	39.97%
		बहुलक छूट	40-50%