FAQs

Секторальный

СМИ

1. Каков штраф за несоблюдение условий участия?

В случае несоблюдения каким-либо держателем письма о намерениях (LoI) условий приемлемости для Соглашения о предоставлении разрешения или отказа подписать Соглашение о предоставлении разрешения в течение установленного периода, полная сумма заявки должна быть внесена. аннулируется без дополнительного уведомления, а Письмо о намерениях и выделенная частота, если таковая имеется, аннулируются.

2. Что такое разрешение SACFA и распределение частот?

«SACFA» означает «Постоянный консультативный комитет по распределению радиочастот» отдела планирования и координации беспроводной связи Министерства связи и информационных технологий правительства Индии. «Распределение частот» означает конкретную несущую радиочастоты (РЧ) со связанными техническими параметрами, такими как мощность РЧ, полоса пропускания и т. Д., Для конкретного FM-канала, как это назначено отделом планирования и координации беспроводной связи Департамента электросвязи Министерства связи и информационных технологий., Правительство Индии.

3. Каковы критерии приемлемости для

Copyright © 2024 Invest India. All Rights Reserved.

получения разрешения FM-радиоканала?

Только компании, зарегистрированные в соответствии с Законом о компаниях 1956 года, имеют право участвовать в торгах и получать разрешение на использование FM-радиоканалов. Однако следующие типы компаний не имеют права подавать заявки: a) Компании, не зарегистрированные в Индии. б) Любая компания, контролируемая лицом, признанным виновным в совершении преступления, связанного с моральной низостью или отмыванием денег / незаконным оборотом наркотиков, террористической деятельностью, или объявленной неплатежеспособной или поданной с заявлением о признании ее неплатежеспособной. c) Компания, которая является ассоциированной компанией / или контролируется трастом, обществом или некоммерческой организацией. г) Компания, контролируемая религиозной организацией или связанная с ней. д) Компания, контролируемая политическим органом или связанная с ним. е) Любая компания, которая функционирует как рекламное агентство, является партнером рекламного агентства или контролируется рекламным агентством или лицом, связанным с рекламным агентством. ж) Дочерняя компания любого заявителя в том же городе. h) Холдинговая компания любого заявителя в том же городе. i) Компании с тем же руководством, что и у заявителя, в том же городе. j) Более одного взаимосвязанного предприятия в одном городе. k) Компания, которой было отказано в участии в процессе торгов, или ее холдинговая компания, или дочерняя компания, или компания с тем же руководством, или взаимосвязанная компания. l) нарушители условий Фазы-I и Фазы-II, оспорившие отзыв своих писем о намерениях / лицензионных соглашений / банковских гарантий, тем самым по-прежнему лишены права участвовать в любом будущем процессе торгов.

Copyright © 2024 Invest India. All Rights Reserved.

4. Каков обзор сектора средств массовой информации и развлечений в Индии и показателей этого сектора в последнее время?

Индийский сектор СМИ и развлечений оценивается примерно в 12 миллиардов долларов в 2015 году и, как ожидается, удвоится к 2020 году. Из различных подсекторов одним из наиболее быстрорастущих подсекторов будет цифровая реклама с среднегодовым темпом роста 30%. Кроме того, известно, что Индия занимает второе место по величине телевизионного рынка в мире. Эффективность сектора можно найти в отчете о достижениях по следующей ссылке.

Copyright © 2024 Invest India. All Rights Reserved.