

ช่องทางการเผยแพร่ และจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทย



1. โรงภาพยนตร์

ช่องทางการจัดจำหน่ายหลัก

โรงภาพยนตร์ไทยทุกเรื่องจะจัดจำหน่ายผ่านช่องทางนี้ก่อนเป็นอันดับแรก

เจ้าของโรงภาพยนตร์หรือผู้สร้างโรงภาพยนตร์ไทยจะเป็นผู้จัดจำหน่ายด้วยตัวเอง โดยเฉพาะกรณีที่บริษัทที่ผลิตโรงภาพยนตร์ไทยปีละหลายเรื่อง เจ้าของโรงภาพยนตร์จะติดต่อกับโรงภาพยนตร์โดยตรง แต่ส่วนใหญ่จะติดต่อกับบริษัทจัดจำหน่ายมากกว่าที่จะติดต่อกับโรงภาพยนตร์โดยตรง

การกำหนดฉายระยะเวลาการฉายจะได้นานกี่วันขึ้นอยู่กับผลการเจรจาตกลงกัน ซึ่งเจ้าของโรงภาพยนตร์จะกำหนดรายได้ขั้นต่ำต่อวันไว้



แนวทางจัดรอบฉาย กับ 4 วันอันตราย

พารากอน ซีนีเพล็กซ์ ★
PARAGON 13.63 กม.

Theatre 9 EN LASER

11:30 14:00 16:30 19:00 21:30

เมเจอร์ ซีนีเพล็กซ์ เซ็นทรัล ปิ่นเกล้า ★
MAJOR 10.72 กม.

ใกล้เคียง

E-G-V แกรนด์ ฮิลล์ ซิคอน บางแค ★
E-G-V 2.2 กม.

GLS EN LASER

11:30 14:00 16:30 19:00 21:30

เมเจอร์ ซีนีเพล็กซ์ เพชรเกษม ★
MAJOR 4.09 กม.

Theatre3 EN 2D

11:30 14:00 16:30 19:00 21:30

เมเจอร์ ซีนีเพล็กซ์ เซ็นทรัลพลาซ่า ★
MAJOR 2 4.54 กม.

Theatre3 EN 2D

11:30 14:00 16:30 19:00 21:30

หากภาพยนตร์ทำรายได้ไม่ถึงขั้นต่ำ จะถูกถอดออกจากโปรแกรมฉายภายในไม่กี่วัน ซึ่งไม่อาจปฏิเสธได้ว่า ภาพยนตร์ไทยที่ทำรายได้ให้กับโรงภาพยนตร์ผ่านเกณฑ์ขั้นต่ำหรืออาจจะสูงกว่านี้ ส่วนใหญ่อยู่ในสังกัดของค่ายภาพยนตร์ที่มีชื่อเสียงระดับแนวหน้าของประเทศ หรือไม่ก็เป็นภาพยนตร์ต่างประเทศ โดยเฉพาะภาพยนตร์ฮอลลีวูด ส่งผลกระทบให้กับบรรดาค่ายภาพยนตร์ขนาดเล็กที่ไม่สามารถทำการตลาดแข่งกับค่ายภาพยนตร์ขนาดใหญ่ได้

2. สายหนัง

ผู้ผลิตกับโรงภาพยนตร์ซื้อขายผ่านสายหนัง
(มีคนกลางเป็นผู้ประสานการซื้อขาย)

“ผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์

ที่เป็นพ่อค้าคนกลางรับสินค้าตัวหนังภาพยนตร์ไทยที่สมบูรณ์แล้ว
จากผู้ผลิตมาขายต่อให้ร้านค้าอีกทีหนึ่ง โดยสายหนังถือเป็น
หนึ่งตัวละครสำคัญของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ประกอบด้วย

ผู้ผลิต - ผู้จัดจำหน่าย - โรงภาพยนตร์

สำหรับเหตุที่เรียกว่าสายหนัง เพราะผู้จัดจำหน่ายใน
ต่างจังหวัดไม่ได้มีเพียงเจ้าเดียว แต่แบ่งออกไปตามภูมิภาคต่างๆ ดังนี้



- ❖ สายเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันออก
- ❖ สายอีสาน
- ❖ สายใต้
- ❖ สายตะวันออก

สายหนังแต่ละเจ้าจะมีเขตของตน ห้ามขายหนังข้ามเขตกัน
ระบบสายหนังมีมานานแล้ว ตั้งแต่เริ่มมีการฉายภาพยนตร์ในเชิงพาณิชย์

สายเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันออก

- ระบบสายหนึ่งกลุ่มสายเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันออก ครอบคลุม 29 จังหวัดประกอบด้วยเชียงใหม่ ลำปาง ลำพูน แม่ฮ่องสอน เชียงราย พะเยา ตาก สุโขทัย แพร่ พิษณุโลก พิจิตร อุตรดิตถ์ น่าน กำแพงเพชร เพชรบูรณ์ นครสวรรค์ พระนครศรีอยุธยา ลพบุรี สิงห์บุรี อ่างทอง ชัยนาท อุทัยธานี สระบุรี สุพรรณบุรี นครปฐม กาญจนบุรี ราชบุรี เพชรบุรี และประจวบคีรีขันธ์
- ผู้ประกอบการสายหนึ่งทางสายเหนือ ภาคกลางและภาคตะวันตก ได้แก่ บริษัทนาเอ็นเตอร์เทนเมนต์ จำกัด หรือ ธนารุ่งโรจน์ ดำเนินธุรกิจสายหนึ่ง และโรงภาพยนตร์เครือธนาซีนีเพล็กซ์ ธุรกิจหนังแผ่น บริษัทเมโทรโปดิส จำกัด และบริษัทสร้างภาพยนตร์ คือ บริษัทพระนครฟิล์ม



ระบบสายหนังกลุ่มสายอีสาน ครอบคลุม 20 จังหวัด
อุดรธานี เลย หนองคาย สกลนคร นครพนม มุกดาหาร ขอนแก่น
มหาสารคาม กาฬสินธุ์ ร้อยเอ็ด อุบลราชธานี ยโสธร ศรีสะเกษ
สุรินทร์ บุรีรัมย์ นครราชสีมา ชัยภูมิ บึงกาฬ อัญญาเจริญ และ
หนองบัวลำภู

ผู้ประกอบการสายหนังทางสายอีสาน ประกอบด้วย 3 ราย ดังนี้

❑ บริษัทไฟว์สตาร์เน็ทเวอร์ค จำกัด

รับสิทธิจากบริษัทสตูดิโอ เมเจอร์จากต่างประเทศของบริษัทวอร์เนอร์บราเธอर्स จำกัด บริษัท เทวินตี้ เซ็นจูรี ฟอกซ์ จำกัด บริษัทโซนี่ จำกัด และบริษัทวอลท์ ดิสนีย์ จำกัด รวมทั้ง ภาพยนตร์จากค่ายภาพยนตร์ไทย ได้แก่ ค่ายจีดีเอช ค่ายอาร์เอส ค่ายไฟว์สตาร์ และค่ายเอ็ม 39 ซึ่งบริษัทไฟว์สตาร์เน็ทเวอร์ค จำกัด ถือว่าเป็นบริษัทที่ใหญ่ที่สุดได้รับส่วนแบ่งซื้อลิขสิทธิ์ ภาพยนตร์ประมาณ 70% ของสายอีสาน

❑ บริษัทมูฟวี่ พาร์ทเนอร์ จำกัด

รับสิทธิภาพยนตร์จากบริษัท สหมงคลฟิล์ม อินเตอร์เนชั่นแนล จำกัด และบริษัทมงคลเมเจอร์ จำกัด


❑ บริษัทเนวาด้าเอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด

รับสิทธิจากค่ายภาพยนตร์ยูไอพี และ ค่ายเอ็มพิคเจอร์ส และพระนครฟิล์ม



สายใต้

- ❖ ระบบสายหนังกลุ่มสายใต้มีทั้งหมด 14 จังหวัดภาคใต้ ได้แก่ ระนอง ชุมพร สุราษฎร์ธานี พังงา ภูเก็ต กระบี่ นครศรีธรรมราช ตรัง พัทลุง สตูล สงขลา ปัตตานี ยะลา และนราธิวาส โดยมีมีศูนย์กลางการจัดจำหน่ายอยู่ที่อำเภอหาดใหญ่ จังหวัดสงขลา
- ❖ ผู้ประกอบการสายหนังทางสายใต้ ได้แก่ บริษัทโคลิเซียม เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด ดำเนินทั้งกิจการโรงภาพยนตร์มัลติเพล็กซ์เครือโคลิเซียม ในเขตสายใต้ และกิจการสายหนังทั้ง 14 จังหวัด อย่างไรก็ตามโรงภาพยนตร์เครือเมเจอร์ซีเนเพล็กซ์ และเครือเอสเอฟ ซีเนม่า ซีตี้ ก็มีในจังหวัดใหญ่ เช่น ภูเก็ต สุราษฎร์ธานี และกระบี่ และร่วมหุ้นระหว่างเครือโคลิเซียม และเครือเอสเอฟ ซีเนม่า ซีตี้ ในชื่อ SFX Coliseum Cinema ที่จังหวัดภูเก็ต



สายตะวันออก

- ระยอง ฉะเชิงเทรา นครนายก ปราจีนบุรี จันทบุรี ตราด และสระแก้ว โดยมีศูนย์กลางอยู่ที่จังหวัดชลบุรี
- ผู้ประกอบการสายหน้ทางสายตะวันออก ได้แก่ บริษัทเอสเอฟ เอ็นเตอร์เทนเมนท์ จำกัด หรือ สمانฟิล์ม ดำเนินกิจการสายหน้ และโรงภาพยนตร์ มัลติเพล็กซ์เครือเอสเอฟ ซีเนม่าซิตี เป็นสายหน้ที่ครอบคลุม 5 จังหวัดภาคตะวันออก โดยเป็นตัวแทนรับภาพยนตร์จากค่ายภาพยนตร์แทบทุกค่าย

วิธีการซื้อขายภาพยนตร์ไทย



ผู้บริหารประกาศ
สร้างภาพยนตร์

บอกราคาผ่านBOOKERล่วงหน้า



พิจารณาว่าเรื่องนั้นใครกำกับ
ใครแสดงนำ จนมั่นใจว่าทำเงิน

สอบถามราคา ต่อรอง
และตรวจสอบโปรแกรมเข้าฉาย

BOOKER

ทำหน้าที่
ติดต่อการซื้อขายและจอง
ภาพยนตร์



สายหนังต่างจังหวัด
ที่เป็นเจ้าของโรงภาพยนตร์



กรณี OK

มีการสั่งจองภาพยนตร์

ติดต่อจองและวางเงินมัดจำ ผ่าน BOOKER

หมายเหตุ

กรณีผู้บริหารค่ายภาพยนตร์ รู้จักกับเจ้าของโรงภาพยนตร์หรือค่ายหนัง
ก็จะติดต่อซื้อขายหนังโดยตรง โดยไม่ผ่านการบอกราคาผ่าน Booker



สายโรงหนังต่างจังหวัดที่
เป็นเจ้าของโรงภาพยนตร์
มีการสั่งจองภาพยนตร์



- สามารถซื้อได้ไม่จำกัดเรื่อง
- แต่ในทางปฏิบัติจะไม่ซื้อทุกเรื่อง เพราะถ้าซื้อทุกเรื่องไม่สามารถปล่อยฉายออกให้ทัน บางเรื่องถ้าทิ้งไว้นานๆจะกลายเป็น **“หนังเย็น”** ความนิยมของคนดูจะเปลี่ยนไป
- ภาพยนตร์จึงไม่เหมือนกับสินค้าอื่น ถ่ายทำเสร็จต้องรีบออกฉายทันที

หนังไทยเป็นการซื้อขายล่วงหน้าก่อนที่จะลงมือสร้างแล้วจึงขายภาพยนตร์ให้กับสายหนัง โดยการส่งสำเนา (Copy) เรื่องนั้นให้กับสายหนัง จำนวนสำเนาขึ้นอยู่กับความใหญ่ของสายหนัง และความนิยมประเภทของภาพยนตร์ รสนิยมความคลั่งไคล้นักแสดงผู้กำกับในแต่ละพื้นที่ของสายนั้นๆ

กรณีหนังเรื่องนั้นหมดโปรแกรมฉาย (ถอดจากโรง)

“ม้วนฟิล์มจะถูกขายต่อให้ “หน่วยเร่” รับฉายเป็นทอดๆ ในพื้นที่ต่างๆ“
เป็นหนังกลางแปลง” (กากหนัง) เพราะคุณภาพภาพยนตร์ลดลงไปมากแล้ว
โดย หน่วยเร่ จะควบคุมการฉายเองในแต่ละเขตไม่ข้ามพื้นที่กัน

สำหรับรูปแบบเจ้าของโรงภาพยนตร์เป็นทั้งผู้ขายและจัดจำหน่าย คือเป็นทั้งเจ้าของพื้นที่ผู้ขายภาพยนตร์ และเป็นสายหนังผู้จัดจำหน่าย ภาพยนตร์ ซึ่งเป็นการสร้างฐานธุรกิจที่แผ่ขยายอำนาจในเชิงธุรกิจ สามารถต่อรองกับผู้สร้างภาพยนตร์และธุรกิจที่เกี่ยวข้องได้มาก ลักษณะการดำเนินธุรกิจ เริ่มจากเจ้าของโรงภาพยนตร์ลงทุนสร้าง ภาพยนตร์ไทยเอง หรือซื้อภาพยนตร์จากผู้สร้าง แล้วนำเข้ามาฉายในโรง ภาพยนตร์ที่ตัวเองเป็นเจ้าของ ซึ่งเป็นโรงภาพยนตร์ชั้นหนึ่ง หลังจาก ฉายที่กรุงเทพแล้วก็ส่งไปฉายที่โรงภาพยนตร์ในเครือของตนเองตาม ต่างจังหวัด หรือให้สายหนังต่างจังหวัดเช่าหรือซื้อต่อไป



เมื่อทำภาพยนตร์สร้างเสร็จแล้วเรียบร้อยแล้วจึงขายภาพยนตร์ให้กับสายหนัง ซึ่งหมายถึงการส่งสำเนาหรือที่เรียกว่า **copy** ภาพยนตร์ให้กับสายหนัง สายละประมาณ 4 - 20 สำเนา ขึ้นอยู่กับความใหญ่ของสายหนัง รสนิยมหรือความ คลั่งไคล้ดารานักแสดง ผู้กำกับ และความนิยมประเภทของภาพยนตร์ในแต่ละสาย ที่ผู้ชมอาจมีแตกต่างกัน

Movie Storage

ในขณะที่ระบบการถ่ายทำและฉายภาพยนตร์เริ่มเปลี่ยนมาเป็นระบบดิจิทัลแทนการใช้ฟิล์ม ส่งผลกระทบต่อสายหนังด้วยทำให้สายหนังรับภาพยนตร์ได้เร็วขึ้น การเดินสายที่ใช้กล่อง Movie Storage ซึ่งดูแลรักษาง่ายกว่าฟิล์ม และจำนวนก็อปปี (Copy) ก็จะต่างจากเดิมมาเป็นไฟล์ภาพยนตร์ จาก Movie Storage (1 กล่อง) สามารถโหลดลงเครื่องฉายได้หลายเครื่องผ่านการตั้งรหัสของค่าภาพยนตร์ เมื่อสายหนังนำไปฉายครบตามช่วงเวลาที่กำหนดสามารถขอต่อรหัสใหม่เพื่อนำไปฉายต่อไป หรือถ้าไม่ต่อสัญญา ก็จะส่ง Movie Storage คืนให้แก่ค่าภาพยนตร์ จะไม่มีการเก็บไว้ในโกดังของสายหนังเพื่อให้หน่วยหนังกลางแปลงมาเช่าไปฉายต่อเหมือนระบบ

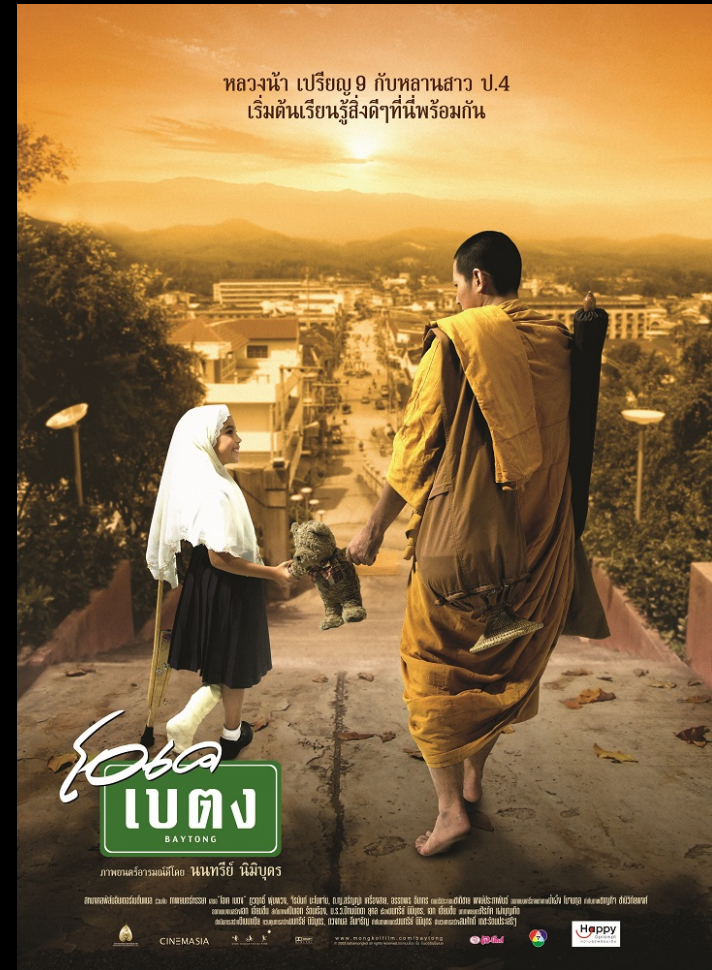
- **ข้อดี-ข้อเสีย ประเภทการซื้อขายภาพยนตร์ไทย**

- **ผู้ผลิตกับโรงภาพยนตร์ซื้อขายผ่านสายหนัง**
(มีคนกลางเป็นผู้ประสานการซื้อขาย)

ข้อดี : สายหนังเข้ามามีบทบาท เพราะจะเป็นผู้รับหน้าที่นำภาพยนตร์จากผู้ผลิตไปขายต่อเองในต่างจังหวัด ลดภาระผู้ผลิตลงไป

ข้อเสีย : ต้องเสียค่าใช้จ่ายเพิ่มให้กับพ่อค้าคนกลาง ในขณะที่ความที่อยู่นานทำให้ระบบสายหนังมีลักษณะคล้ายสัมปทานและกึ่งผูกขาด มีอิทธิพลโดยเฉพาะสมัยก่อนที่สายหนังบางเจ้ามีอำนาจในการกำหนดทิศทางภาพยนตร์ไทยได้ การตั้งชื่อภาพยนตร์ก็ต้องตั้งให้ถูกใจสายหนัง หรือบางเรื่องถึงขนาดมีตอจนจบที่ต่างจากการฉายในกทม. เพื่อจูงใจให้สายหนังซื้อไปฉายให้ได้

สายหนังกับผลกระทบวัฒนธรรม จารีตประเพณี ศาสนา และความเชื่อ



กรณี

ผู้ผลิตกับโรงภาพยนตร์ซื้อขายโดยตรง (ค่ายหนังหรือผู้ผลิตเป็นผู้จัดจำหน่ายเอง)

ข้อดี : ตัดพ่อค้าคนกลางไปทำให้ผู้ผลิตได้รายได้เต็มเม็ดเต็มหน่วย ประเทศไทยใช้กันในเขตกรุงเทพและเชียงใหม่เป็นหลัก ค่ายหนังหรือผู้ผลิตจะดีลกับโรงภาพยนตร์โดยตรง และตกลงแบ่งรายได้เป็นสัดส่วนที่แน่นอน (ส่วนใหญ่ 50-50) คำนวณจากตั๋วที่ขายได้ ตัวเลขรายได้ก็จะสะท้อนความสำเร็จของโรงภาพยนตร์ได้อย่างแท้จริง

ข้อเสีย : การดีลโดยตรงเป็นการเพิ่มภาระให้กับผู้ผลิต เพราะต้องเป็นผู้ติดต่อเอง และยังต้องส่ง Checker ไปตรวจสอบที่โรงภาพยนตร์ว่าขายตั๋วได้ตามจำนวนที่แจ้งมาจริงๆหรือไม่ ซึ่งผู้ผลิตภาพยนตร์ในไทยเองก็ไม่ได้ทุนสูงขนาดนั้น จึงไม่สามารถเดินทางไปตรวจสอบตามโรงภาพยนตร์ต่างจังหวัดทั่วประเทศได้

3. สื่อวีดิทัศน์

ช่องทางการเผยแพร่และจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยผ่านสื่อวีดิทัศน์ไม่ได้รับความนิยมแล้ว คงเหลือแต่แผ่นบลูเรย์ที่ถูกผลิตออกมาไม่กี่เรื่อง เพราะปัจจุบันผู้ชมดาว์นโหลดภาพยนตร์ไทย จากสื่อออนไลน์ได้ทันที



ในขณะที่ตัวอุปกรณ์ไม่มีช่องใส่แผ่นบลูเรย์แล้ว จึงทำให้ผู้ชมไม่จำเป็นจะต้องเสียเงินซื้อแผ่นมาเปิดจากเครื่องคอมพิวเตอร์อีกต่อไป การทำธุรกิจจัดจำหน่ายทั้งระบบเช่าและระบบขายปลีกที่ต้องปิดตัวไปโดยช่องทางการเผยแพร่และการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยผ่านสื่อวีดิทัศน์ จะสูญหายไปในเวลาไม่นานจากนี้



4. สื่อโทรทัศน์

การที่สถานีโทรทัศน์ซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ไทยจากค่ายหรือผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทยนำไปแพร่ภาพในช่องทางของตัวเอง

Free TV

ผู้ชมสามารถรับชมรายการต่าง ๆ จากสถานีโทรทัศน์ฟรีโดยไม่ต้องจ่ายเงิน



Pay TV

ผู้ชมต้องสมัครเป็นสมาชิกกับผู้ประกอบการสถานีโทรทัศน์ รวมถึงชำระค่าบริการตามวาระและเงื่อนไขที่กำหนดเพื่อที่จะสามารถรับชมรายการต่าง ๆ ได้ เนื่องจากมีช่องรายการให้รับชมหลากหลาย มีเนื้อหารายการที่แตกต่างกันไป และสมาชิกสามารถเลือกซื้อช่องรายการแบบ Premium เพิ่มเติมได้ด้วย เช่น บริษัททรูวิชั่นส์ ซื้อลิขสิทธิ์ภาพยนตร์ไทยจากค่ายสหมงคลฟิล์มทุกเรื่องที่ออกฉายในปีพุทธศักราช 2567 นำมาออกอากาศในช่อง True Film1 ซึ่งเป็นช่องรายการแบบ Premium ถ้าผู้ชมที่สนใจและชื่นชอบในการชมภาพยนตร์ไทยจะต้องสมัครเป็นสมาชิกและเลือกซื้อช่องนี้

5. สื่ออินเทอร์เน็ต

การฉายภาพยนตร์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ต หมายถึง การเผยแพร่ภาพยนตร์ไทยในสื่ออินเทอร์เน็ตผ่านเครือข่ายคอมพิวเตอร์ขนาดใหญ่ โดยมีการเชื่อมต่อระหว่างเครือข่ายคอมพิวเตอร์หลาย ๆ เครือข่ายทั่วโลกเข้าด้วยกัน

□ แบบสตรีมมิ่ง (streaming)

Advertising-Based Video on Demand (AdVOD)

Free to User VOD (FVOD)

Subscription Video on Demand (SVoD)

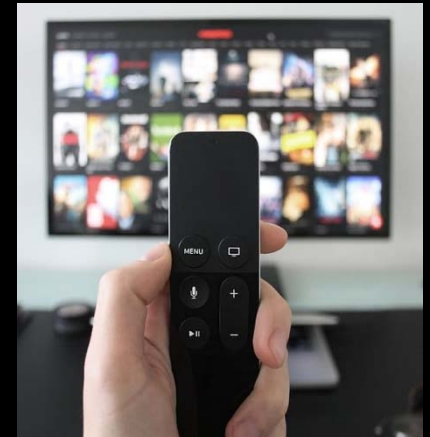
Transactional Video on Demand (TVoD)

□ แบบดาวน์โหลด (downloading)

-การบริการแบบครั้งเดียว (Single Use EST)

-การบริการแบบมีระยะเวลาจำกัด (Limited Use EST)

-การบริการแบบขยายเวลาการชม (Extended Use EST)



□ แบบสตรีมมิ่ง (streaming)

Advertising-Based Video on Demand (AdVOD)

สามารถรับชมด้วยระบบอินเทอร์เน็ตแบบสตรีมมิ่ง โดยที่ผู้ชมไม่ต้องจ่ายค่าบริการให้แก่ผู้ให้บริการ เพียงแต่ต้องรับชมสื่อโฆษณาหรือภาพยนตร์ ตัวอย่างที่แทรกเข้ามาระหว่างที่ภาพยนตร์กำลังแพร่ภาพ ทำให้ผู้ให้บริการลักษณะนี้มีรายได้จากการโฆษณา



□ แบบสตรีมมิ่ง (streaming)

Subscription Video on Demand (SVoD)

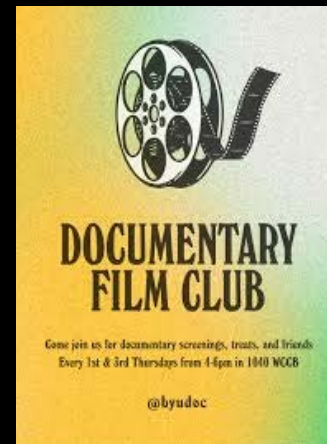
สามารถรับชมด้วยระบบอินเทอร์เน็ตแบบสตรีมมิ่ง โดยที่ผู้ชมต้องสมัครเป็นสมาชิกของบริษัทผู้ให้บริการตามระยะเวลาที่กำหนดและเมื่อเป็นสมาชิกแล้วสามารถรับชมภาพยนตร์เรื่องต่าง ๆ ที่ผู้ให้บริการได้รับสิทธิจัดจำหน่าย แต่ไม่สามารถจัดเก็บภาพยนตร์หรือเนื้อหาใด ๆ ไว้ในเครื่องรับอย่างถาวรได้



☐ แบบสตรีมมิ่ง (streaming)

Transactional Video on Demand (TVoD)

สามารถรับชมด้วยระบบอินเทอร์เน็ตแบบสตรีมมิ่งโดยผู้ชมต้องชำระค่า
ภาพยนตร์ต่อการชมภาพยนตร์ที่ต้องการชม หรือต่อเรื่องที่รับชมโดยจะรับชม
กี่ครั้งก็ได้ในระยะเวลาที่กำหนด ซึ่งหลังจากพ้นระยะเวลาที่กำหนดแล้วก็ไม่
สามารถรับชมได้ต่อไป อีกทั้งไม่สามารถบันทึกเก็บภาพยนตร์ไว้ในเครื่องรับ
อย่างถาวรได้



□ แบบดาวน์โหลด (downloading)

-การบริการแบบครั้งเดียว (Single Use EST)



ผู้ชมต้องชำระค่าบริการต่อการดาวน์โหลดภาพยนตร์หนึ่งครั้งให้กับผู้ให้บริการจึงสามารถเก็บสำเนาและรับชมได้ หรือผู้ชมสามารถชมภาพยนตร์ในช่วงเวลาที่ระยะเวลาของการดาวน์โหลดกำหนดไว้ เช่น ผู้ให้บริการ กำหนดให้ผู้ชมสามารถดาวน์โหลดชมภาพยนตร์ไทยเรื่องแสงกระสือใน 24 ชั่วโมง ผู้ชมหลังจากดาวน์โหลดเสร็จก็ต้องชมภาพยนตร์เรื่องนั้นทันทีตามเวลาที่กำหนด

□ แบบดาวน์โหลด (downloading)

-การบริการแบบมีระยะเวลาจำกัด (Limited Use EST)

* ผู้ชมต้องทำการจ่ายค่าชมหนึ่งครั้ง เพื่อการดาวน์โหลดตามจำนวนครั้งที่ระบุไว้ หรือระยะเวลาของการดาวน์โหลด เช่น หลังจากทำการชำระเงิน ผู้ชมสามารถดาวน์โหลดภาพยนตร์ที่ต้องการชมได้กี่ครั้งก็ได้ ภายใต้เงื่อนไขที่กำหนด



* ข้อแตกต่างระหว่าง Single Use EST และ Limited Use EST อยู่ตรงที่ ขณะที่ผู้ชมแบบ Single Use EST เมื่อชำระค่าชมสามารถชมภาพยนตร์ได้แค่ครั้งเดียวภายในเวลาที่กำหนด ถ้าอยากดูซ้ำต้องชำระค่าบริการดาวน์โหลดใหม่ แต่บริการแบบ Limited Use EST ผู้ชมชำระค่าบริการเพียงครั้งเดียว แต่สามารถดาวน์โหลดกี่ครั้งก็ได้ ภายในระยะเวลาที่กำหนด

□ แบบดาวน์โหลด (downloading)

-การบริการแบบขยายเวลาการชม (Extended Use EST)



ผู้ชมต้องชำระค่าบริการเพิ่มเพื่อขยายเวลาการครอบครอง
สำเนาดีจิทัลภาพยนตร์ออกไป แม้ว่าผู้ชมจะชมภาพยนตร์
เรื่องนั้นไปแล้ว แต่ผู้ชมไม่สามารถทำสำเนาต่อได้ ตัวอย่าง
เช่น ผู้ชมได้ดาวน์โหลดภาพยนตร์ไทยเรื่อง แสงกระสือ มา
ชมแล้วประทับใจอยากชมต่อ แต่ระยะเวลาที่กำหนดให้ไม่
เพียงพอ จึงได้ชำระเงินเพิ่มเพื่อขยายเวลาการชมซ้ำต่อไป
โดยไม่ต้องดาวน์โหลด

□ สรุปช่องทางการจัดจำหน่ายภาพยนตร์ไทย

1. โรงภาพยนตร์
2. สายหนัง
3. สื่อวีดีทัศน์
4. สื่อวิทยุโทรทัศน์
5. สื่ออินเทอร์เน็ต
6. สื่ออื่นๆ