

คาดการณ์จำนวนผู้ชมทีวีออนไลน์ OTT เปรียบเทียบกับสภาพตลาดโลกและ OTT ไทย (2019-2023)

จำนวนผู้ชม OTT ในประเทศไทยปีนี้ คาดมีจำนวนผู้ชมทั่วประเทศรวม 1.3 ล้านราย และจะเติบโตต่อเนื่องไปถึง 2 ล้านรายในปี 2023 ขณะที่จำนวนผู้ชม OTT ในตลาดโลกปีนี้จะอยู่ที่ 657.41 ล้านราย และจะเพิ่มขึ้นไปถึงเกือบ 1 พันล้านรายในปี 2023

พัฒนาการทางเทคโนโลยีมีผลต่อพฤติกรรมการรับชมของผู้ชมทีวีทั่วไป เมื่อการสื่อสารและอินเทอร์เน็ตบรอดแบนด์มีความรวดเร็วมากขึ้น ส่งผลให้ช่องทางการรับชมรายการโทรทัศน์และคอนเทนต์ต่างๆ ไม่ได้ถูกจำกัดไว้เพียงแค่การรับชมทางโทรทัศน์เท่านั้น บริการ OTT (Over The Top) หรือ บริการส่งผ่านข้อมูล ทั้งรูปแบบข้อความ เสียง หรือภาพ ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ต กลายเป็นอีกทางเลือกที่เกิดขึ้นและได้รับความนิยมอย่างต่อเนื่องทั่วโลก

จากข้อมูลการวิจัยล่าสุดของ Ovum บริษัทจัดเก็บวิเคราะห์ข้อมูลและที่ปรึกษาทางธุรกิจชั้นนำของโลก ที่มีความเชี่ยวชาญด้านโทรคมนาคมและเทคโนโลยีจากประเทศอังกฤษ ได้ทำการสำรวจตลาดผู้ให้บริการ OTT แบบลงทะเบียนเป็นสมาชิกทั่วโลกในทุกปี พบว่า ในปี 2019 ตลาดรวมผู้ลงทะเบียนใช้บริการ OTT ทั่วโลกจะอยู่ที่ 657.41 ล้านราย และจะเพิ่มขึ้นไปถึง 968.32 ล้านรายในปี 2023 โดยเป็นการเติบโตอย่างต่อเนื่องทุกปี

สัดส่วนจำนวนผู้ใช้บริการ OTT ทั่วโลก

หน่วย : จำนวนผู้ใช้บริการ (คน)

จำนวน
ผู้ชม
ทั่วโลก

	2019	2020	2021	2022	2023
รวม	657,412,648	745,574,830	814,913,859	878,652,363	968,321,958
*	16.65%	13.41%	9.30%	7.82%	10.21%
SVOD	435,092,089	489,313,808	528,479,113	563,570,697	617,958,824
	14.88%	12.46%	8.00%	6.64%	9.65%
SLIN	222,320,559	256,261,022	286,434,746	315,081,666	350,363,134
	20.27%	15.27%	11.77%	10.00%	11.20%

* อัตราการเติบโต %

SVOD

(Subscription Video on Demand)

จำนวนสมาชิกผู้ใช้บริการรับชมทีวีออนไลน์ แบบเรียกเก็บ

ค่าสมาชิก ซึ่งเป็นการเลือกสมัครรับชมย้อนหลังในรูปแบบวิดีโอสมัครสมาชิก

SLIN

(Subscription Linear)

จำนวนสมาชิกรับชมทีวีออนไลน์

แบบรับชมสดตามโปรแกรมที่ออกอากาศ

หมายเหตุ : จำนวนผู้ชมคำนวณจากจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ

ที่มา : Ovum research (2019)

ทั้งนี้ รายงานของ Ovum ได้แบ่งรูปแบบของบริการ OTT เป็น 2 ประเภท ได้แก่ บริการ OTT แบบ SVOD (Subscription Video on Demand) ซึ่งเป็นบริการรับชมคอนเทนต์ ที่วีวออนไลน์ แบบเรียกเก็บค่าสมาชิกที่เป็นการเลือกรับชมแบบย้อนหลังหรือตามเวลาที่สะดวกในรูปแบบวีดิโอสตรีมมิ่ง และบริการ OTT แบบ SLIN (Subscription Linear) คือ บริการรับชมวีวออนไลน์ แบบรับชมสด ทั้งผ่านกล่องรับสัญญาณและตามโปรแกรมที่ออกอากาศ

เมื่อแยกประเภทของกลุ่มผู้ชมทั่วโลกนั้น พบว่า ในปี 2019 จำนวนผู้ชมวีดิโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD มีสัดส่วนมากกว่ากลุ่มผู้ใช้บริการการรับชมสดตามโปรแกรมที่จัดวาง (SLIN) โดยมีจำนวนผู้ชมวีดิโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD รวม 435.09 ล้านราย ส่วนกลุ่มผู้ชมสดนั้นมีจำนวน 222.32 ล้านราย และจำนวนผู้ชมทั้ง 2 ประเภทจะเพิ่มขึ้นเป็น 617.96 ล้านราย และ 350.36 ล้านรายในปี 2023 ตามลำดับ

ธุรกิจการให้บริการแบบวีดิโอสตรีมมิ่ง หรือ SVOD นี้ Netflix ถือเป็นผู้ให้บริการรายใหญ่ที่สุดรายหนึ่งของโลก โดยให้บริการมากถึง 130 ประเทศทั่วโลก ครอบคลุมถึงผู้คนมากกว่า 130 ล้านคน แต่นอกเหนือจากผู้ให้บริการแบบวีดิโอสตรีมมิ่ง อย่างเช่น Netflix แล้ว ในธุรกิจ SVOD ยังมีผู้ให้บริการรายอื่นอีกเช่นกัน ไม่ว่าจะเป็น Amazon Prime , Hulu , HBO และ Google ทั้งนี้ สาเหตุที่บริการ OTT มีจำนวนผู้ชมสูงก็เนื่องมาจากการให้บริการแบบวีดิโอสตรีมมิ่งเป็นบริการที่ตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้คนทั่วไปในปัจจุบันที่สามารถเลือกรับชมคอนเทนต์ตามความสนใจและเลือกเวลารับชมได้ตลอด 24 ชั่วโมง บริการประเภทนี้จึงเติบโตอย่างมากและถือเป็นคู่แข่งสำคัญของสถานีโทรทัศน์ บริษัทยักษ์ใหญ่ของโลกหลายบริษัท เช่น Apple, AT&T และ Disney จึงหันมาให้ความสนใจและเข้ามาแข่งขันในธุรกิจ OTT นี้ด้วย ส่งผลให้เนื้อหาของบริการ OTT มีความน่าสนใจมากขึ้น รวมทั้งยังถือเป็นทางเลือกในการรับชมคอนเทนต์ที่มีคุณภาพและหลากหลายของผู้ชม

สัดส่วนจำนวนผู้ให้บริการ OTT ในอเมริกา

หน่วย : จำนวนผู้ให้บริการ (คน)

	2019	2020	2021	2022	2023
รวม	229,641,772	256,778,116	279,043,377	299,397,511	325,290,235
*	11.83%	11.82%	8.67%	7.29%	8.65%
SVOD	157,145,039	167,589,187	173,214,830	179,378,657	188,218,765
	5.30%	6.65%	3.36%	3.56%	4.93%
SLIN	72,496,732	89,188,929	105,828,547	120,018,854	137,071,470
	29.19%	23.02%	18.66%	13.41%	14.21%

จำนวน
ผู้ชม
อเมริกา

อัตราการเติบโต %

SVOD

(Subscription Video on Demand)

จำนวนสมาชิกผู้ให้บริการรับชมทีวีออนไลน์ แบบเรียกเก็บค่าสมาชิก ซึ่งเป็นการเลือกรับชมย้อนหลังในรูปแบบวีดิโอสตรีมมิ่ง

SLIN

(Subscription Linear)

จำนวนสมาชิกผู้ให้บริการรับชมทีวีออนไลน์ แบบรับชมสดตามโปรแกรมที่ออกอากาศ

หมายเหตุ : จำนวนผู้ชมคำนวณจากจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ

ที่มา : Ovum research (2019)

กสทช.

กิจการกระจายเสียงและโทรทัศน์

f กสทช.

LINE @NBTC

1200

สัดส่วนจำนวนผู้ให้บริการ OTT ในยุโรป

หน่วย : จำนวนผู้ให้บริการ (คน)

จำนวน
ผู้ชม
ยุโรป

	2019	2020	2021	2022	2023
รวม *	70,210,886 11.63%	79,927,871 13.84%	87,986,247 10.08%	95,920,976 9.02%	104,536,448 8.98%
SVOD	46,975,854 10.25%	53,706,468 14.33%	58,839,338 9.56%	63,866,736 8.54%	69,513,011 8.84%
SLIN	23,235,032 14.54%	26,221,403 12.85%	29,146,908 11.16%	32,054,240 9.97%	35,023,437 9.26%

สัดส่วนจำนวนผู้ให้บริการ OTT ในเอเชีย & โอเชียเนีย

หน่วย : จำนวนผู้ให้บริการ (คน)

จำนวน
ผู้ชม
เอเชีย &
โอเชียเนีย

	2019	2020	2021	2022	2023
รวม *	343,339,911 21.29%	392,944,363 14.45%	430,324,887 9.51%	463,775,248 7.77%	517,210,230 11.52%
SVOD	222,738,267 23.94%	258,873,898 16.22%	286,402,859 10.63%	309,031,654 7.90%	348,042,764 12.62%
SLIN	120,601,644 16.69%	134,070,465 11.17%	143,922,028 7.35%	154,743,594 7.52%	169,167,466 9.32%

อัตราการ
เติบโต %

SVOD

(Subscription Video on Demand)

จำนวนสมาชิกผู้ให้บริการรับชมทีวีออนไลน์ แบบเรียกเก็บ
ค่าสมาชิก ซึ่งเป็นการเลือกรับชมย้อนหลังในรูปแบบวิดีโอสตรีมมิ่ง

SLIN

(Subscription Linear)

จำนวนสมาชิกรับชมทีวีออนไลน์
แบบรับชมสดตามโปรแกรมที่ออกอากาศ

หมายเหตุ : จำนวนผู้ชมคำนวณจากจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ

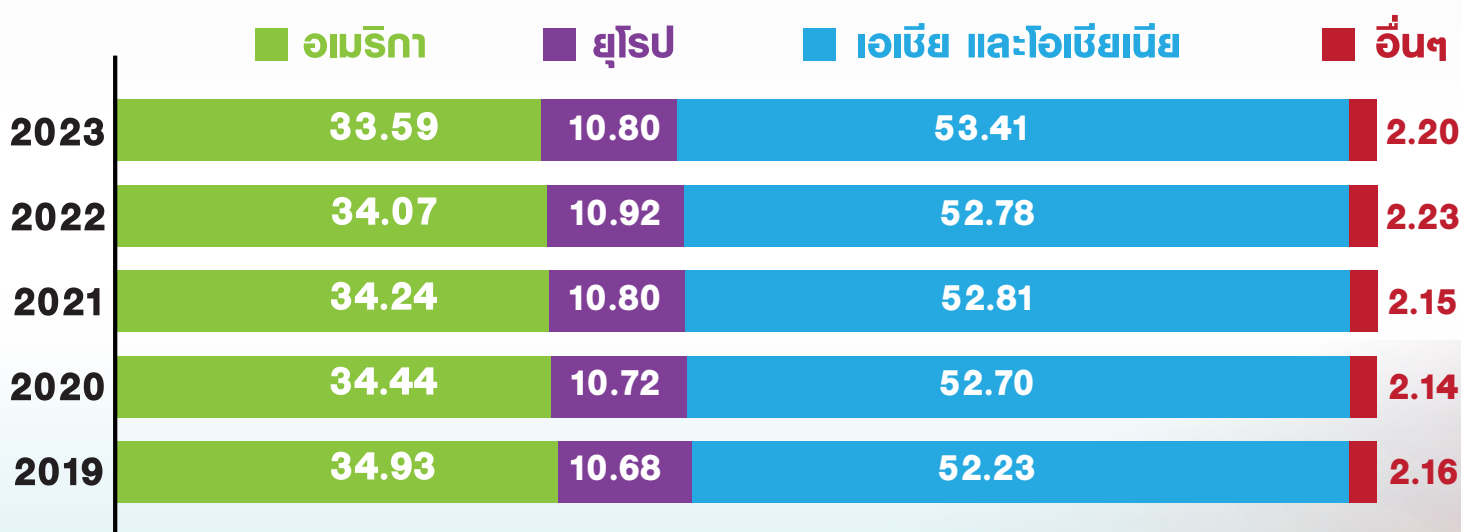
ที่มา : Ovum research (2019)

จากข้อมูลจำนวนผู้ให้บริการ OTT ทั่วโลก ซึ่งแบ่งพื้นที่ออกเป็น 3 ภูมิภาคหลัก ได้แก่ 1.อเมริกา 2.ยุโรป และ 3.เอเชียและโอเชียเนีย นั้น พบว่า ในอเมริกา แม้จำนวนผู้รับชมวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD จะสูงกว่าแบบ การรับชมสด (SLIN) แต่อัตราการเติบโตของทั้ง 2 บริการในแต่ละปีนั้น จำนวนกลุ่มผู้ให้บริการประเภทรับชมสด มีอัตราการเติบโตมากกว่าบริการรับชมแบบวิดีโอสตรีมมิ่ง และเติบโตมากกว่าภูมิภาคอื่นๆ ของโลก ตัวอย่างเช่น ในปี 2019 จำนวนผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD คาดการณ์ว่าจะอยู่ที่ 157.15 ล้านราย มีอัตราการเติบโต ขึ้นจากปีก่อนหน้า 5.30% ส่วนจำนวนผู้ให้บริการรับชมสด คาดการณ์ว่าจะมีจำนวน 72.50 ล้านราย มีอัตรา เติบโตมากถึง 29.19% ซึ่งเป็นอัตราการเติบโตที่สูงกว่าอัตราการเติบโตของผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD ซึ่งสะท้อนให้เห็นพฤติกรรมการรับชมของคนในอเมริกาที่แตกต่างจากภูมิภาคอื่นๆ ของโลก เนื่องจากการรับชม ของผู้ชมในอเมริกามีแนวโน้มในการรับชมรายการสด เช่น รายการกีฬา มากกว่าการรับชมย้อนหลัง

ส่วนในยุโรป บริการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD มีจำนวนมากกว่าบริการรับชมสด และสัดส่วนการเติบโตของบริการทั้งสองประเภทในแต่ละปีอยู่ในอัตราใกล้เคียงกัน เช่น ในปี 2023 คาดการณ์ว่าจำนวนการเติบโตของกลุ่มผู้ชมวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD อยู่ที่ 8.84% มีจำนวนผู้ให้บริการ 69.51 ล้านราย ส่วนการเติบโตของผู้ชมแบบรายการสด อยู่ที่ 9.26% และมีจำนวนผู้ให้บริการ 35.02 ล้านราย

นอกจากนี้ จากข้อมูลจะเห็นว่า ภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียเป็นพื้นที่ที่มีจำนวนผู้เป็นสมาชิกใช้บริการ OTT มากที่สุด โดยในปี 2019 มีจำนวนผู้ให้บริการรวม 343.34 ล้านราย แบ่งเป็นบริการรับชมวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD 222.74 ล้านราย และผู้ให้บริการรับชมสด 120.60 ล้านราย ทั้งนี้ คาดการณ์ว่าจะมีจำนวนผู้ชมเพิ่มขึ้นถึง 517.21 ล้านราย ในปี 2023 โดยแบ่งเป็นผู้ให้บริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD จำนวน 348.04 ล้านราย และบริการรับชมสด จำนวน 169.17 ล้านราย

ตารางเปรียบเทียบสัดส่วนจำนวนผู้ให้บริการ OTT ในปี 2019-2023



หมายเหตุ : จำนวนผู้ชมคำนวณจากจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ

ที่มา : Ovum research (2019)

เมื่อเทียบสัดส่วนจำนวนผู้ให้บริการในแต่ละภูมิภาคจะเห็นได้อย่างชัดเจนว่า สัดส่วนของภูมิภาคเอเชียและโอเชียเนียมีจำนวนผู้ให้บริการสูงที่สุดในโลก ประมาณกว่า 50% เมื่อเทียบกับพื้นที่อื่นๆ ของโลก รองลงมาเป็นภูมิภาคอเมริกาที่มีสัดส่วนประมาณ 30% และภูมิภาคยุโรปอีกประมาณ 10% โดยที่ในทุกพื้นที่สัดส่วนของผู้ให้บริการแบบวิดีโอสตรีมมิ่งสูงกว่าบริการรับชมสดทั้งหมด ซึ่งสาเหตุสำคัญที่ทำให้รูปแบบบริการวิดีโอสตรีมมิ่งได้รับความนิยมสูงกว่าบริการรับชมสดนั้นเนื่องจากบริการแบบวิดีโอสตรีมมิ่งเข้ากับพฤติกรรมส่วนใหญ่ของผู้ชมในปัจจุบันที่สามารถเลือกรับชมเฉพาะคอนเทนต์และรายการที่ตนเองสนใจ โดยไม่ถูกจำกัดด้วยเวลาออกอากาศที่แน่นอน

ตลาด OTT ของไทย คาดแตะ 2 ล้านรายในปี 2023

สำหรับตัวเลขบริการ OTT ของไทยนั้น Ovum คาดการณ์ไว้ว่า ในปี 2019 นี้จะมียอดผู้ใช้บริการ OTT รวมอยู่ที่ 1.3 ล้านราย เพิ่มขึ้น 18.80 % จากปี 2018 ที่มียอดผู้ชมรวม 1.09 ล้านราย และจะเพิ่มขึ้นเป็น 2.1 ล้านรายในปี 2023

สัดส่วนจำนวนผู้ใช้บริการ OTT ประเทศไทย

หน่วย : จำนวนผู้ใช้บริการ (คน)

	2019	2020	2021	2022	2023
รวม	1,300,786	1,477,627	1,707,124	1,898,162	2,099,573
*	18.80%	13.59%	15.53%	11.19%	10.61%
SVOD	1,130,786	1,302,627	1,527,124	1,713,162	1,909,573
	21.60%	15.20%	17.23%	12.18%	11.46%
SLIN	170,000	175,000	180,000	185,000	190,000
	3.03%	2.94%	2.86%	2.78%	2.70%

จำนวน
ผู้ชม

ประเทศไทย

อัตราการ
เติบโต %

SVOD

(Subscription Video on Demand)

จำนวนสมาชิกผู้ใช้บริการรับชมทีวีออนไลน์ แบบเรียกเก็บ
ค่าสมาชิก ซึ่งเป็นการเลือกรับชมย้อนหลังในรูปแบบวิดีโอสตรีมมิง

SLIN

(Subscription Linear)

จำนวนสมาชิกรับชมทีวีออนไลน์
แบบรับชมสดตามโปรแกรมที่ออกอากาศ

หมายเหตุ : จำนวนผู้ชมคำนวณจากจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ

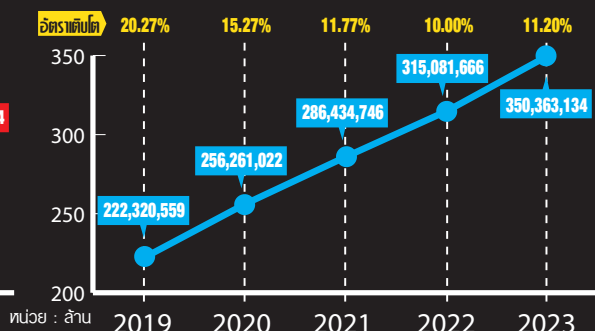
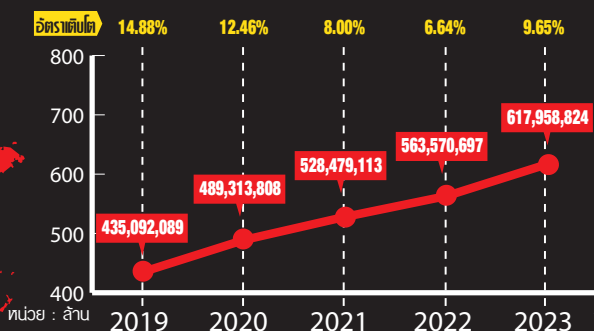
ที่มา : Ovum research (2019)

ทั้งนี้ ประเทศไทยเป็นประเทศที่มีผู้ชมในกลุ่มบริการวีดีโอสตรีมมิงแบบ SVOD ในสัดส่วนที่สูงมาก โดยมีจำนวนผู้เป็นสมาชิกในปี 2019 อยู่ที่ 1.13 ล้านราย และคาดการณ์ว่าจะเพิ่มขึ้นเป็น 1.91 ล้านรายในปี 2023 ในขณะที่บริการแบบรับชมสดตามโปรแกรมที่จัดวางจะมีการเติบโตในสัดส่วนที่น้อยกว่ามาก โดยในปี 2019 จะมีผู้ใช้บริการแบบรับชมสดอยู่ที่ 170,000 รายเท่านั้น และจะเติบโตเพียงเล็กน้อยโดยจะมีตัวเลขผู้ใช้บริการเพียงแค่ 190,000 รายเท่านั้น ในปี 2023

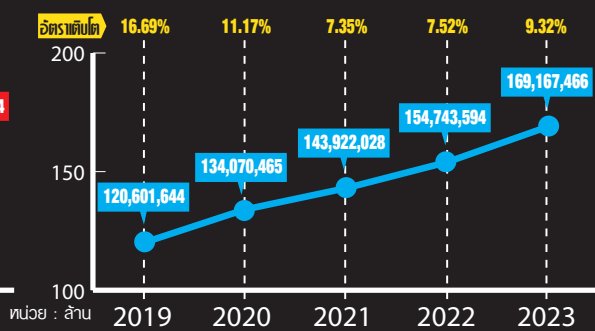
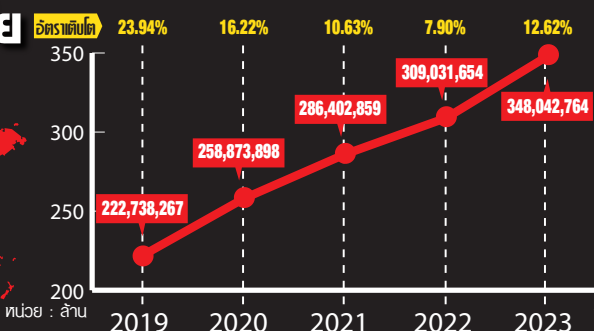
สำหรับกลุ่มผู้ให้บริการหลักของวีดีโอสตรีมมิงแบบ SVOD ในไทยนั้น Netflix เป็นผู้ให้บริการรายใหญ่เช่นเดียวกับในหลายๆ ประเทศ โดยเข้ามาทำตลาดในประเทศไทยด้วยการจับมือกับผู้ผลิตคอนเทนต์รายใหญ่ของไทยหลายราย ผลิตซีรีส์ไทยออกอากาศในช่องทาง Netflix เท่านั้น ในขณะที่กลุ่มผู้ให้บริการแบบการรับชมสดในไทยนั้น ได้แก่ ผู้ให้บริการผ่านแอปพลิเคชัน เช่น AIS Play, LOOX TV และ True ID เป็นต้น

เปรียบเทียบตลาด OTT ไทย กับภูมิภาคเอเชียรวมโอเชียเนีย และตลาดโลก

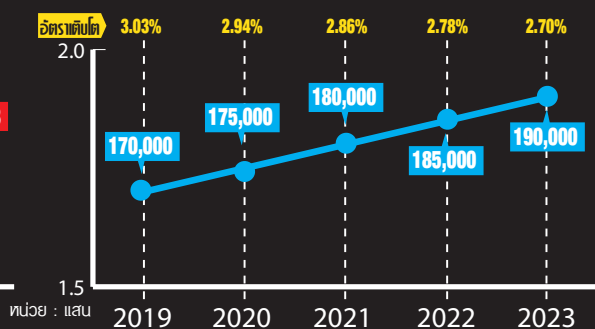
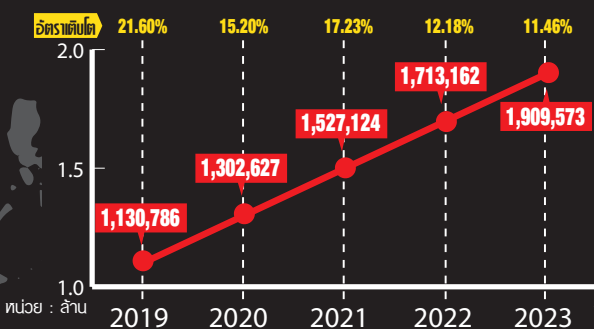
ทั่วโลก



เอเชียรวมโอเชียเนีย



ประเทศไทย



ที่มา : Ovum research (2019)

หมายเหตุ : จำนวนผู้ชมคำนวณจากจำนวนผู้ลงทะเบียนใช้บริการ

SVOD

(Subscription Video on Demand)

จำนวนสมาชิกผู้ให้บริการรับชมทีวีออนไลน์ แบบเรียกเก็บค่าสมาชิก ซึ่งเป็นการเลือกรับชมย้อนหลังในรูปแบบวิดีโอสตรีมมิง

SLIN

(Subscription Linear)

จำนวนสมาชิกรับชมทีวีออนไลน์ แบบรับชมสดตามโปรแกรมที่ออกอากาศ

เมื่อเทียบจำนวนผู้ชม OTT ของตลาดโลก ตลาดเอเชียและโอเชียเนีย และตลาดในประเทศไทยแล้ว จะเห็นความแตกต่าง เรื่องทิศทางการเติบโตของบริการวิดีโอสตรีมมิงแบบ SVOD และบริการแบบรับชมสด โดยที่ในตลาดโลกนั้น สัดส่วนของจำนวนผู้ชมในกลุ่มบริการวิดีโอสตรีมมิงมีแนวโน้มการเติบโตลดลงต่ำกว่า 10% ตั้งแต่ปี 2021-2023 โดยมีอัตราการเติบโตเพียง 8%, 6.64% และ 9.65% ตามลำดับ แม้ว่าจะมีจำนวนผู้ชม OTT ในกลุ่มนี้มากกว่ากลุ่มบริการแบบรับชมสดประมาณเกือบเท่าตัวในแต่ละปี แต่อัตราการเติบโตของบริการแบบรับชมสดในตลาดโลกยังคงเติบโตมากกว่า 10% ในทุกๆ ปี

ในส่วนของผู้ชม OTT ในเอเชียและโอเชียเนีย มีความแตกต่างจากตลาดโลก โดยที่บริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD มีอัตราการเติบโตมากกว่าบริการรับชมสด แต่เติบโตในสัดส่วนที่ไม่สูงเท่ากันมากนัก เช่น ตั้งแต่ปี 2021-2023 อัตราการเติบโตทั้งสองบริการมีความใกล้เคียงกัน โดยเฉพาะปี 2022 ที่บริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD มีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 7.90% ส่วนบริการรับชมสดมีอัตราการเติบโตอยู่ที่ 7.52% อย่างไรก็ตาม ในภาพรวมของผู้ชม OTT ในเอเชียและโอเชียเนีย ผู้ชมบริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD มีสัดส่วนมากกว่าบริการแบบรับชมสด ประมาณ 1 เท่าตัว

ในขณะที่ตลาดผู้ชม OTT ของประเทศไทย มีการเติบโตสูงในกลุ่มบริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD มากกว่าบริการรับชมสดอย่างชัดเจน โดยในปี 2019 ตลาดบริการกลุ่มนี้เติบโตถึง 21.60% โดยจากยอดจำนวนผู้ชมที่คาดการณ์ ในปี 2019 พบว่ามีจำนวน 1.13 ล้านราย และจะเพิ่มเป็น 1.30 ล้านรายในปี 2020 ส่วนบริการแบบรับชมสดมีอัตราการเติบโต ในระดับ 2-3% ต่อปีเท่านั้น

ข้อมูลนี้วิเคราะห์ได้ว่าประเภทคอนเทนต์ และความนิยมที่แตกต่างกันในแต่ละภูมิภาคเป็นปัจจัยสำคัญต่อการเติบโตของแต่ละประเภทบริการ บริการวิดีโอสตรีมมิ่งเป็นการรับชมย้อนหลัง สามารถรับชมได้ตามความต้องการ แต่คอนเทนต์บางประเภท เช่น รายการข่าวหรือการถ่ายทอดสดกีฬารายการสำคัญ เป็นกลุ่มคอนเทนต์การรับชมสดที่ผู้ชมทั่วโลกให้ความสนใจด้วยกัน

ดังนั้นการที่ผู้ชม OTT ในภาพรวมของตลาดโลกมีแนวโน้มเติบโตจากบริการประเภทรับชมสด จึงเกิดจากความน่าสนใจของคอนเทนต์ โดยเฉพาะรายการข่าวและกีฬาที่ผู้ชมต้องการรับชมทันทีพร้อมๆ กันทั่วโลก

ส่วนผู้ชม OTT ในตลาดเอเชีย และโอเชียเนีย ซึ่งเป็นตลาดผู้ชม OTT ที่ใหญ่ที่สุดของโลกมีสัดส่วนของผู้ชมวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD มากกว่าการรับชมสด เนื่องจากคอนเทนต์ส่วนใหญ่แบบวิดีโอสตรีมมิ่งเป็นคอนเทนต์บันเทิง ทั้งภาพยนตร์ และซีรีส์ ที่สามารถเลือกรับชมได้ตามเวลาที่สะดวก ซึ่งสอดคล้องกับพฤติกรรมการรับชมรายการทางช่องทางออนไลน์ของคนเอเชียที่เพิ่มมากขึ้น

ในขณะที่ตลาดผู้ชม OTT ในประเทศไทยนั้น มีความแตกต่างจากตลาดโลก แต่มีความใกล้เคียงกับตลาดเอเชีย กล่าวคือ บริการคอนเทนต์วิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD ได้รับความนิยมสูงมากขึ้นเรื่อยๆ เนื่องจากสามารถตอบโจทย์ความต้องการการรับชมตามเวลาที่สะดวกมากกว่าในขณะที่การรับชมสดในประเทศไทยไม่เติบโตมากนัก เพราะสื่อโซเชียลมีเดียมีบทบาทสำคัญในสังคมไทย ซึ่งมีการส่งข่าวสาร รายงานสดทุกเหตุการณ์ จึงทำให้สัดส่วนการเติบโตของบริการวิดีโอสตรีมมิ่งแบบ SVOD มีมากกว่าบริการแบบรับชมสด