สถานภาพและทิศทางของบริการโอทีทีในบริบทสังคมไทย

The Status and Direction of OTT Services in the Context of Thai Society

รุจพ์สวัตต์ ครองภูมินทร์[1*]

Rujsawat Krongbhumin[1*]

[1]สาขานิเทศศาสตร์ คณะเทคโนโลยีสารสนเทศและการสื่อสาร มหาวิทยาลัยศิลปากร

Communication Arts, Faculty of Information and Communication Technology, Silpakorn University

* Corresponding author e-mail: krongpumint_r@su.ac.th

Received: 11/12/2025 Revised: 21/01/2026 Accepted: 02/02/2026

บทคัดย่อ

บทความวิชาการเรื่อง “สถานภาพและทิศทางของบริการโอทีทีในบริบทสังคมไทย” มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาถึงสถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีและบริบทต่าง ๆ และมุมมองการต่อยอดทางองค์ความรู้ของบริการโอทีทีในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องภายใต้การเปลี่ยนแปลงการเปลี่ยนฉับพลันทางดิจิทัลของในสังคมไทยปัจจุบัน โดยการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยการวิเคราะห์อภิมาน (Meta-analysis) โดยการวิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากงานวิจัยประเภทวิทยานิพนธ์ และรายงานการวิจัยในสาขาที่เกี่ยวข้องกับด้านเทคโนโลยีการสื่อสาร เมื่อพิจารณาเอกสารงานวิจัย บทความวิชาการ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวกับการศึกษาบริการโอทีทีในประเทศไทยที่เผยแพร่ระหว่างปี พ.ศ. 2560 – 2568 ซึ่งเป็นระยะเวลาประมาณ 9 ปีจนถึงปัจจุบัน ก็จะพบว่า มีการศึกษาที่เกี่ยวกับบริการโอทีที ซึ่งสามารถแบ่งกลุ่มองค์ความรู้ของการศึกษาได้เป็น 3 กลุ่มคือ (1) กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีที (2) กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที และ (3) กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีกับการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ ของสังคมไทย โดยองค์ความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้ทำให้เห็นมิติความสัมพันธ์ของบริการโอทีทีกับบริบทสังคมไทยในช่วงเวลาต่าง ๆ ตลอดจนองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีทีของสังคมไทยที่ยังมีข้อจำกัดไม่สอดคล้องต่อบริบทการเปลี่ยนแปลงในมิติต่าง ๆ ซึ่งยังคงเป็นที่ถกเถียงและร่วมกันหาทางออกอยู่ในปัจจุบัน สะท้อนให้เห็นว่า บริการโอทีทีเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะมีส่วนสำคัญต่อการขับเคลื่อนอุตสาหกรรมเทคโนโลยีทางการสื่อสาร สร้างสรรค์สังคมความเป็นอยู่ เศรษฐกิจ รวมไปถึงคุณภาพชีวิตของประชาชนในสังคมไทย

คำสำคัญ: บริการโอทีที การเปลี่ยนฉับพลันทางดิจิทัล ภูมิทัศน์สื่อ

Abstract

This academic article, titled “The Status and Direction of OTT Services in the Context of Thai Society” aims to explore the current body of knowledge related to OTT services and relevant contextual factors and perspectives on future knowledge development concerning OTT services in multiple related dimensions amid the rapid digital transformation in contemporary Thai society. This research synthesizes previous studies using meta-analysis, using purposive sampling to select thesis and research reports in disciplines related to communication technology. Upon reviewing research papers, academic articles, and related OTT service studies in Thailand published between 2017 and 2025—a span of approximately nine years—it is evident that existing studies on OTT services can be categorized into three major groups: (1) studies on general formats and characteristics of OTT services, (2) studies on the regulation and governance of OTT services, and (3) studies on OTT services in relation to various aspects of service provision in Thai society. This body of knowledge reveals a multifaceted relationship between OTT services and Thai social context over time. The review also indicates that the existing body of knowledge on the regulation and governance of OTT services in Thai society continues to exhibit limitations and is insufficiently aligned with multidimensional contextual transformations, as well as certain ongoing academic debates and efforts to find resolutions. Moreover, findings reflect that OTT services represent an alternative with significant potential to drive the communication technology industry forward, while contributing to the development of society, the economy, and the overall quality of life of people in Thai society.

Keywords: Over-The-Top Services, Digital Disruption, Media Landscape

1. บทนำ

ท่ามกลางโลกในยุคการเปลี่ยนฉับพลันทางดิจิทัล (Digital Disruption) ได้ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงทางด้านต่าง ๆ มากมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการเปลี่ยนแปลงในด้านเทคโนโลยีทางด้านการสื่อสารได้เข้ามามีบทบาทในชีวิตประจำวันของคนเราในเกือบทุกด้านอย่างหลากหลาย ซึ่งในปัจจุบันนี้เกือบทุกประเทศทั่วโลกต่างมุ่งให้เกิดการพัฒนาทางด้านเทคโนโลยีทางการสื่อสารให้มีความรวดเร็ว เพื่อผลักดันให้รองรับความเปลี่ยนแปลงที่จะนำไปสู่การเจริญเติบโตทางสังคมและเศรษฐกิจ อันจะนำไปสู่การปรับตัวเพื่อให้เกิดความสามารถในการแข่งขันให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น ดังที่สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ (2564) กล่าวว่า การเปลี่ยนฉับพลันทางดิจิทัล หรือ Digital Disruption เป็นการเปลี่ยนแปลง

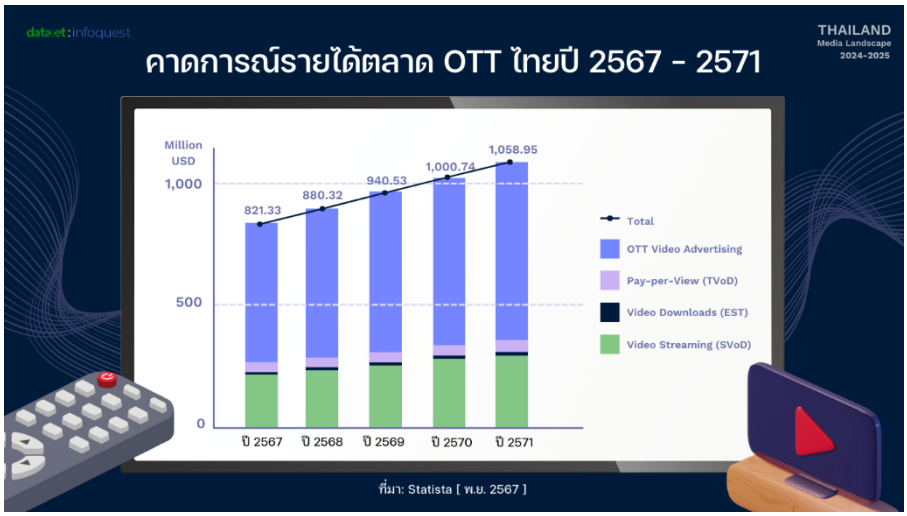
ที่นำวิธีการที่มีประสิทธิภาพกว่ามาทำลายรูปแบบที่มีอยู่ดั้งเดิม ซึ่งเป็นผลมาจากเทคโนโลยีดิจิทัลที่พัฒนาไปอย่างรวดเร็ว ประกอบกับการเข้ามาของแหล่งข้อมูลมหาศาลที่สามารถเข้าถึงได้ด้วยการสื่อสารอินเทอร์เน็ตที่เชื่อมต่อกันทั่วโลก ทำให้โลกเปลี่ยนแปลงในทุกด้านไปอย่างไม่อาจคาดเดาได้ ไม่ว่าจะเป็นวิถีชีวิตความเป็นอยู่ของผู้คน การทำงาน รวมไปถึงการเรียนรู้และระบบการศึกษา โดยเข้ามาใช้ในทุกกระบวนการทั้งภายในและภายนอกองค์กร มีการปรับปรุงโครงสร้างพื้นฐานต่าง ๆ เปลี่ยนแปลงวิธีการดำเนินงาน รูปแบบการแข่งขัน การสร้างพันธมิตรด้านเทคโนโลยี การศึกษาพฤติกรรมของผู้รับบริการที่เปลี่ยนไป อีกทั้งเทคโนโลยีและนวัตกรรมดิจิทัลส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนฉับพลันทางดิจิทัลที่มีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตในด้านต่าง ๆ เหล่านี้ ทำให้เห็นว่าเทคโนโลยีสามารถทำให้เกิดการเปลี่ยนฉับพลันทางดิจิทัลที่อาจหมายรวมถึงปัญญาประดิษฐ์ อัลกอริทึมเรียนรู้เชิงลึกวิศวกรรมซอฟต์แวร์ การออกแบวงจรรวม คลาวด์คอมพิวติ้ง การออกแบบส่วนเชื่อมต่อออนไลน์หุ่นยนต์ข้อมูลขนาดใหญ่ และการวิเคราะห์ข้อมูล เมื่อผนวกเทคโนโลยีเหล่านี้เข้าด้วยกันย่อมทำให้เกิดเป็นระบบที่มีประสิทธิภาพอย่างยิ่ง

การเปลี่ยนฉับพลันทางดิจิทัล หรือ Digital Disruption นอกจากจะเข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อการเปลี่ยนแปลงชีวิตประจำวันในหลากหลายมิติแล้ว การเปลี่ยนแปลงดังกล่าวยังมีผลต่อโครงข่ายการสื่อสารในระบบอุตสาหกรรม นั่นคือเกิดเป็นเทคโนโลยีทางการสื่อสารทางเลือกใหม่ที่ได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อการผลักดันให้เกิดความเปลี่ยนแปลงในอุตสาหกรรม โดยที่ รัชณีวรรณ ชาวนา และรัตพงษ์ สอนสุภาพ (2563) กล่าวว่า การสื่อสารที่มีบริการในการเชื่อมต่อผ่านทางโครงข่ายอินเทอร์เน็ตแทนการเชื่อมต่อผ่านโครงข่ายโทรทัศน์หรือโทรศัพท์ตามรูปแบบเดิมที่เรียกว่า บริการโอทีที หรือ Over-The-Top (OTT) ซึ่งเป็นเทคโนโลยีที่มีลักษณะหลอมรวมกันของเทคโนโลยี (Convergence Technology) โดยมีลักษณะการบริการสื่อสารโดยใช้โครงข่ายอินเทอร์เน็ตแทนการใช้โครงข่ายโทรคมนาคมในรูปแบบเดิมที่เคยมีมา รูปแบบการให้บริการไม่ได้มีลักษณะการผูกขาดกับโครงข่ายทางตรงเพื่อการสื่อสารแต่เพียงเท่านั้น แต่เป็นบริการในรูปแบบที่ตอบสนองต่อความท้าทายในโลกยุคปัจจุบันด้วยการใช้บริการผ่านเว็บไซต์และแอปพลิเคชันผ่านสมาร์ตโฟน อีกทั้ง สำนักงาน กสทช. (2560ก) กล่าวว่า โอทีทีเป็นการให้บริการที่ทำให้ผู้ชมสามารถชมภาพยนตร์หรือเนื้อหาวิดีโออื่น ๆ ผ่านทางอินเทอร์เน็ตได้โดยไม่ต้องใช้ช่องทางการรับชมแบบเดิมที่เป็นโทรทัศน์ภาคพื้นดินโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายเคเบิลหรือโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายดาวเทียมสามารถให้บริการเนื้อหารายการตรงไปยังผู้รับชมได้แบบต่อเนื่องทันทีเหมือนรายการโทรทัศน์ปกติ โดยไม่จำเป็นต้องมีการดาวน์โหลดเนื้อหารายการสู่อุปกรณ์ส่วนบุคคลไว้ก่อน ทั้งนี้ ปิยาพัชร วงษ์ประสิทธิ์ (2560) ยังกล่าวว่า การรับชมสื่อเนื้อหาหรือคอนเทนต์ผ่านการสื่อสารออนไลน์ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นในปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง เป็นผลมาจากความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการสื่อสาร และการเติบโตของระบบเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งกลายเป็นช่องทางสำคัญในการส่งผ่านบริการรูปแบบใหม่ การตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคที่มีเพิ่มมากขึ้น ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมมีการสื่อสารเป็นการบริโภคสื่อตามความต้องการผ่านแอปพลิเคชัน ส่งผลให้ผู้บริโภคสื่อคุ้นเคยกับการเข้าถึงเนื้อหาสื่อออนไลน์ตลอดเวลาในลักษณะรูปแบบหลายหน้าจอ เช่นเดียวกัน (สำนักงาน กสทช., 2560ก) กล่าวถึงบริการโอทีทีที่เริ่มเข้ามามีบทบาทในประเทศไทยนับตั้งแต่ พ.ศ. 2557 ซึ่งถือว่ามีความล่าช้ากว่าหลายประเทศ แต่สำหรับในภูมิภาคอาเซียน เช่น สิงคโปร์ และมาเลเซียนั้น มีการให้บริการโอทีทีในระยะ

ใกล้เคียงกับไทย ดังนั้นแล้วจะเห็นว่า การเข้ามาของบริการโอทีทีทั้งในไทยและต่างประเทศที่มาทดแทนเทคโนโลยีหรือระบบอุปกรณ์การสื่อสารที่มีมาแต่เดิมเพื่อให้มีการเข้าถึงได้ง่าย สะดวก และการติดตั้งที่ไม่ยุ่งยาก จึงเป็นข้อสนับสนุนที่ทำให้บริการโอทีทีที่มีความได้เปรียบในบริการสื่อวิดีโอและโทรทัศน์แบบอื่น ๆ ทั้งฟรีทีวี เปย์ทีวี และแผ่นซีดีและดีวีดี หรืออื่น ๆ รวมไปถึงความได้เปรียบอื่นไม่ว่าจะเป็นด้านความยืดหยุ่นในด้านเวลาการให้บริการที่ผู้ชมสามารถเลือกเองได้ ความยืดหยุ่นด้านสถานที่ที่ผู้ชมสามารถเลือกชมที่ใดก็ได้ที่สามารถเข้าถึงอินเทอร์เน็ต ด้านความสะดวกที่ไม่ต้องติดตั้งอุปกรณ์เสริมมาก รวมถึงด้านการลงทุนของผู้ให้บริการที่มีต้นทุนต่ำ เนื่องจากผู้ให้บริการไม่ได้ลงทุนโครงข่ายอินเทอร์เน็ตเอง สะท้อนถึงอัตราค่าบริการที่ต่ำกว่าผู้ให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบอื่น ข้อได้เปรียบเหล่านี้ทำให้บริการโอทีทีได้เริ่มเข้ามามีบทบาทแทนที่การรับชมวีดีโอและโทรทัศน์รูปแบบเดิม

ภาพที่ 1

การคาดการณ์รายได้ตลาดบริการโอทีทีของไทย ระหว่างปี พ.ศ. 2567-2571 (ดาต้าเซ็ต, 2567)



โดยที่ กองพัฒนาข้อมูลและตัวชี้วัดสังคม (2568) กล่าวว่า การให้บริการโอทีทีกลายเป็นบริการสื่อกระแสหลักที่เข้ามามีบทบาททดแทนการรับชมคอนเทนต์ดั้งเดิมจากสื่อโทรทัศน์ เนื่องจากสามารถตอบโจทย์พฤติกรรมของผู้บริโภคในปัจจุบันได้อย่างมีประสิทธิภาพ ไม่ว่าจะเป็นความสะดวกในการเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาผ่านอุปกรณ์อิเล็กทรอนิกส์ต่าง ๆ รวมถึงการมีทางเลือกที่หลากหลายทั้งในด้านเนื้อหา รูปแบบการใช้งาน และระดับราคา ซึ่งจากรายงาน THE FUTURE OF TV พ.ศ. 2565 โดย The Trade Desk ร่วมกับ KANTAR ระบุว่า กว่า 1 ใน 3 ของคนไทย หรือประมาณ 26 ล้านคน ใช้บริการรับชมสื่อผ่านแพลตฟอร์มโอทีที โดยใช้เวลารวมกันสูงถึง 1.4 พันล้านชั่วโมงต่อเดือน ซึ่งกว่าร้อยละ 92 ใช้บริการมากกว่า 1 แพลตฟอร์มขึ้นไป สอดคล้องกับรายงาน Nielsen Consumer Media View 2024 ของ Nielsen ที่พบว่า 1 ใน 3 ของกิจกรรมออนไลน์ยอดนิยมของคนไทยตั้งแต่ พ.ศ. 2565 - 2567 คือ การรับชมสื่อจากบริการโอทีทีซึ่งมีสัดส่วนเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง นอกจากนี้การขยายตัวของบริการโอที่ยังส่งผลดีต่อเป้าหมายการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัล และการขับเคลื่อนซอฟต์พาวเวอร์ โดยเฉพาะการขยายฐานการสนับสนุนธุรกิจคอนเทนต์และดิจิทัลคอนเทนต์ของไทยไปยังตลาด

ต่างประเทศ ทั้งในด้านภาพยนตร์ ซีรีส์ และรายการบันเทิงต่าง ๆ สอดคล้องกับข้อมูลของ ดาต้าเซ็ต (2567) ที่กล่าวว่า การให้บริการภาพและเสียงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตหรือบริการโอทีทีในไทยมีแนวโน้มจะได้รับความนิยมจากผู้บริโภคมากยิ่งขึ้น ดังภาพที่ 1 เนื่องจากการเข้ามาให้บริการของผู้ให้บริการรายใหม่และการยกระดับการผลิตคอนเทนต์ที่ตอบสนองความต้องการของผู้บริโภค ขณะที่ผู้ให้บริการรายเดิมก็พยายามทำคอนเทนต์ให้เข้าถึงคนไทยมากยิ่งขึ้น เพื่อการรักษาและขยายฐานผู้ชมเอาไว้ ซึ่งมีส่วนทำให้คอนเทนต์ไทยเองก้าวสู่การนำเสนอที่แปลกใหม่ และกล้าท้าทายขนบเดิม ๆ มากขึ้น

ดังนั้นแล้วจากที่บริการโอทีทีได้เข้ามามีส่วนขับเคลื่อน และมีบทบาทที่สำคัญในบริบทโดยทั่วไปของเทคโนโลยีทางการสื่อสารของสังคมไทย ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงอย่างมากมายในมิติต่าง ๆ แต่ด้วยบริการดังกล่าวนี้ได้เข้ามาเพียง 10 กว่าปีเท่านั้น ทั้งการเปลี่ยนแปลงในโลกของการเปลี่ยนแปลงอย่างฉับพลันทางดิจิทัลที่ถูกขับเคลื่อนด้วยดิจิทัลอย่างก้าวกระโดด ทำให้การปรับประยุกต์ของบริการโอทีทีเพื่อให้สอดคล้องกับมิติต่าง ๆ ยังคงมีการปรับตัวในปัจจุบันอย่างต่อเนื่อง ด้านทางวิชาการจึงเป็นที่น่าสนใจในการศึกษาองค์ความรู้ของบริการโอทีทีในกลุ่มองค์ความรู้ต่าง ๆ ผู้วิจัยจึงได้มีการสังเคราะห์งานวิจัยด้วยการวิเคราะห์อภิมาน (Meta-analysis) โดยการวิจัยใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างแบบเจาะจง (Purposive Sampling) จากงานวิจัยประเภทวิทยานิพนธ์และรายงานการวิจัยในสาขาที่เกี่ยวข้องกับด้านเทคโนโลยีการสื่อสารของสถาบันการศึกษาในระดับอุดมศึกษาของไทยที่เผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2560 – 2568 ในฐานข้อมูล Thailis (https://tdc.thailis.or.th) ที่เชื่อมโยงวิทยานิพนธ์ รายงานการวิจัยของอาจารย์และนักวิจัยที่รวบรวมจากมหาวิทยาลัยต่าง ๆ ทั่วประเทศ และฐานข้อมูล ฐานข้อมูลศูนย์ดัชนีการอ้างอิงวารสารไทย (https://www.tci-thaijo.org)จำนวนทั้งสิ้น 26 เรื่อง พบว่า สามารถแบ่งกลุ่มองค์ความรู้ของการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีและบริบทในสังคมไทยปัจจุบันได้เป็น 3 กลุ่ม คือ กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีที กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที และกลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีกับการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ ของสังคมไทย โดยนำมาวิเคราะห์ถึงองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีแต่ละเรื่อง รวบรวมงานวิจัยแล้ววิเคราะห์งานวิจัยอย่างละเอียดเพื่อทำบรรณานุกรมสรุปเนื้อหาโดยย่อ (Annotated Bibliography) ตลอดระยะเวลาการวิจัยมีการบันทึกข้อค้นพบในการศึกษา และสิ่งที่ได้รับจากการตีความเพิ่มเติมลงในการบันทึก หลังจากนั้นนำงานวิจัยทั้งหมดมาเรียงลำดับชื่อเรื่องตามตัวอักษร วิเคราะห์อย่างละเอียดเพื่อค้นหาประเด็นการศึกษาที่ปรากฏในงานวิจัยแต่ละฉบับ โดยการศึกษาวิจัยในครั้งนี้จะทำให้เห็นถึงองค์ความรู้โดยทั่วไปของบริการโอทีทีนับตั้งแต่เข้ามามีบทบาทในภาคอุตสาหกรรมด้านต่าง ๆ ของไทย อีกทั้งเพื่อให้เห็นถึงความตื่นตัวและความเข้าใจในบริการโอทีทีตลอดระยะเวลาที่ผ่านมาจนถึงปัจจุบัน รวมไปถึงข้อจำกัดที่เกิดขึ้นในปัจจุบันอันจะนำไปสู่การแนวทางที่จะนำไปสู่การปรับปรุงแก้ไขพัฒนาในอนาคต เพื่อให้บริการโอทีทีสามารถสร้างประโยชน์ต่อประชาชนในฐานะผู้บริโภคและสังคมไทยในภาพรวมได้

2. องค์ความรู้การศึกษาเกี่ยวกับบริการโอทีทีในประเทศไทย

นับตั้งแต่บริการโอทีทีได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อเทคโนโลยีทางการสื่อสารของไทย องค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีและการศึกษาในแง่มุมต่าง ๆ ที่มีความเกี่ยวข้องกับบริบทสังคม ก็ได้ขยายองค์ความรู้ออกไปอย่างกว้างขวาง บางองค์ความรู้ก็เป็นสิ่งที่สามารถนำมาต่อยอดกับมิติต่าง ๆ ในสังคมในบางด้านที่มีความเกี่ยวข้อง แต่ในบางองค์ความรู้ก็ยังคงเป็นที่ถกเถียง และยังปรับตัวได้ไม่เท่าทันกับความก้าวหน้าของมิติทางเทคโนโลยีทางการสื่อสารที่ก้าวกระโดดอย่างไม่หยุดยั้ง ดังนั้นเพื่อศึกษาถึงสถานภาพองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีและบริบทต่าง ๆ และมุมมองการต่อยอดทางองค์ความรู้ของบริการโอทีทีในมิติต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องภายใต้การเปลี่ยนแปลงแบบฉับพลันทางดิจิทัลของในสังคมไทยปัจจุบัน โดยเมื่อพิจารณาเอกสารงานวิจัย บทความวิชาการ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวกับการศึกษาบริการโอทีทีที่เผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2560 – 2568 จะพบว่ามีการศึกษาที่เกี่ยวกับบริการโอทีทีอยู่จำนวนทั้งสิ้น 26 เรื่อง โดยสามารถแบ่งกลุ่มองค์ความรู้ของการศึกษาเกี่ยวกับบริการโอทีทีและบริบทในสังคมไทยปัจจุบันออกเป็น 3 กลุ่ม ตามประเด็นหลักของการศึกษา นั่นคือ (1) กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีที จำนวน 8 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 30.77 (2) กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที จำนวน 12 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 46.15 และ (3) กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีกับการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ ของสังคมไทย จำนวน 6 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 23.08 ดังต่อไปนี้

2.1 กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีที

กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีทีเป็นกลุ่มการศึกษาในช่วงแรก ๆ ที่องค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีได้เริ่มเข้ามาเป็นที่รู้จักในสังคมไทย โดยเป็นไปในลักษณะของการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงรูปแบบ นิยามความหมาย บริบทของภูมิทัศน์สื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมในมุมมองและมิติใดบ้าง รวมไปถึงการคาดการณ์ถึงแนวโน้มความนิยมและการรองรับในเชิงโครงสร้างของสังคมไทยในความพร้อมที่จะใช้ประโยชน์ของบริการโอทีที โดยที่ ธนพงษ์พรรณ ธัญญรัตนกุล (2562) กล่าวถึงบริการโอทีทีว่า เป็นการพัฒนาเทคโนโลยีสมัยใหม่แบบ Disruptive Technology โดยอาศัยนวัตกรรมเพื่อสร้างและพัฒนาสิ่งที่มีอยู่เดิมให้ดียิ่งขึ้น ขับเคลื่อนให้เกิดการเปลี่ยนแปลงที่รุนแรงและก้าวกระโดด และทำให้เกิดกระบวนการ Disruption โดยอาศัยอินเทอร์เน็ตเป็นระบบเครือข่ายที่ใช้เป็นช่องทางสำคัญเพื่อส่งผ่านบริการรูปแบบใหม่ และจากการเกิดขึ้นของอินเทอร์เน็ต รวมถึงการพัฒนาเทคโนโลยีเพื่อตอบสนองต่อความต้องการในการสื่อสาร และการบริโภคของคนในสังคมที่เพิ่มมากขึ้น ก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมการสื่อสาร และการบริโภคสื่อออนดีมานด์ผ่านแอปพลิเคชันหรือเครือข่ายอินเทอร์เน็ต ซึ่งสามารถเข้าถึงบริการได้ทุกที่ทุกเวลา อีกทั้ง สำนักงาน กสทช (2560ก) กล่าวว่า การเติบโตของอุตสาหกรรมบริการโอทีทีย่อมส่งผลกระทบโดยตรงต่อสภาพการแข่งขันที่ทำให้ผู้ให้บริการแบบดั้งเดิมต้องปรับตัวกับสภาพการแข่งขันที่เพิ่มมากขึ้น สภาพการแข่งขันที่เพิ่มขึ้นนี้ย่อมส่งผลกระทบต่อรายได้และการปรับตัวในด้านต่าง ๆ ของผู้ให้บริการแบบดั้งเดิมอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ผู้ให้บริการแบบดั้งเดิมซึ่งได้รับผลกระทบโดยตรงจากการเข้ามาในตลาดของผู้ให้บริการโอทีทีได้ดำเนินการปรับเปลี่ยนรูปแบบการดำเนินการ ทั้งการปรับโครงสร้างการบริหารองค์กร และการปรับลดบริการบางส่วนลงเพื่อมุ่งเน้นการบริหารบริการใดบริการหนึ่งให้ดียิ่งขึ้น รวมไปถึง

ผู้ให้บริการดั้งเดิมบางรายก็ยังได้ดำเนินการปรับตัวโดยการสร้างแพลตฟอร์มโอทีทีของตนเอง เพื่อให้สอดรับกับความท้าทายของเทคโนโลยีและพฤติกรรมของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลงไป

ดังนั้นจะเห็นได้ว่า องค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีทีเป็นองค์ความรู้ที่มีการศึกษา ค้นคว้า และพยายามแสวงหาคำตอบ เพื่อสร้างความรู้ความเข้าใจต่อบริบทความเป็นไปโดยภาพรวมในมิติต่าง ๆ ในช่วงแรก การศึกษาบริการโอทีทีในประเทศไทยที่เผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2560 – 2568 ก็ยังคงเห็นการศึกษาองค์ความรู้ในประเด็นดังกล่าวอยู่อย่างกว้างขวาง จากการพิจารณาเอกสารงานวิจัย บทความวิชาการ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวกับการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีทีมีจำนวน 8 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 30.77 โดย วินิจพรรษ กันยะพงศ์ (2566) ได้ศึกษาการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่ออุตสาหกรรมผลิตเนื้อหาไทยจากเทคโนโลยีโอทีทีและสตรีมมิ่งกล่าวว่า การเกิดขึ้นของเทคโนโลยีโอทีทีและเทคโนโลยีลักษณะสตรีมมิ่ง ได้ส่งผลกระทบต่อห่วงโซ่ของการผลิตเนื้อหาในอุตสาหกรรมกระจายเสียงและอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างมีนัยสำคัญ บริษัทแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งเข้ามามีบทบาทสำคัญในการกำหนดแนวทางการผลิตเนื้อหาของผู้ผลิต และกำหนดพฤติกรรมการเลือกรับชมของผู้บริโภค ทำให้เกิดการแข่งขันและยอดผู้ชมจากกิจการโทรทัศน์แบบดั้งเดิม ภายใต้บริบทปัจจุบันที่เทคโนโลยีโอทีทีสามารถสะท้อนให้เห็นต้นทุนการบริหารจัดการที่มีประสิทธิภาพกว่าระบบโทรทัศน์แบบดั้งเดิม ทั้งยังตอบโจทย์ผู้บริโภคและอุตสาหกรรมโฆษณาได้มากกว่า ทำให้โอทีทีคือเทคโนโลยีที่พร้อมจะขยายตัวและสร้างปรากฏการณ์การเปลี่ยนผ่านให้กับอุตสาหกรรมแพร่ภาพกระจายเสียงของไทยอย่างปฏิเสธไม่ได้ ทั้งนี้ ศิริวรรณ อนันต์โท (2564) กล่าวว่าในช่วงทศวรรษที่ผ่านมาผู้บริโภคมีความต้องการใช้เทคโนโลยีมากขึ้นประกอบกับผู้ประกอบการมุ่งสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขันเพื่อสร้างความแตกต่างและสร้างมูลค่าเพิ่มในแง่ธุรกิจ รูปแบบของการสื่อสารและใช้เทคโนโลยีจึงเกิดขึ้นหลากหลายรูปแบบ และรูปแบบหนึ่งที่มีการเติบโตอย่างต่อเนื่องคือ บริการโอทีที นับเป็นส่วนหนึ่งของเป็นการให้บริการที่เกิดจากการหลอมรวมสื่อ ผู้ให้บริการเป็นผู้ให้บริการเนื้อหาแต่ไม่มีสิทธิ์ในเนื้อหานั้น โดยลักษณะการให้บริการโอทีทีแบ่งได้เป็น 3 ประเภทคือ บริการการสื่อสาร โปรแกรมประยุกต์และเนื้อหา โดยบริการโอทีทีถือเป็นนวัตกรรมที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดกลยุทธ์ของผู้ประกอบการในธุรกิจที่เกี่ยวข้อง รวมทั้งมีผลต่อการกำหนดแนวโน้มการแข่งขันในอุตสาหกรรมดังกล่าว ซึ่งส่งผลต่อผู้บริโภคในท้ายที่สุด สอดคล้องกับสำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2562) พบว่าอุปกรณ์โทรศัพท์เคลื่อนที่แบบสมาร์ตโฟน และการเชื่อมต่ออินเทอร์เน็ตคือทิศทางของการสื่อสารในอนาคต ซึ่งเข้าถึงการสื่อสารในทุกรูปแบบ เนื่องจากด้วยพฤติกรรมผู้บริโภคที่เคยชินกับการออนไลน์ตลอดเวลา และการเข้าถึงเนื้อหาสื่อแบบหลายหน้าจอ ช่วยให้เข้าถึงเทคโนโลยีดิจิทัลแบบไร้ข้อจำกัดด้านพื้นที่และช่วงอายุ นอกจากนี้ พฤติกรรมการเข้าถึงเนื้อหาสื่อแบบหลายหน้าจอยังส่งผลกระทบต่ออุตสาหกรรมกิจการโทรทัศน์ซึ่งนอกจากจะต้องแข่งขันกันภายในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ด้วยกันเอง ยังต้องแข่งขันกับแพลตฟอร์มนอกอุตสาหกรรมอย่างสื่อออนไลน์อีกด้วย เนื่องจากแพลตฟอร์มออนไลน์สามารถตอบสนองการเข้าถึงได้ทุกที่ทุกเวลาตอบโจทย์พฤติกรรมเข้าถึงเนื้อหาสื่อแบบหลายหน้าจอ ทำให้ทิศทางในการเข้าถึงสื่อจะเน้นไปยังรูปแบบออนไลน์และออนดีมานด์มากขึ้น อันหมายถึงรายได้ของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ต้องแบ่งให้กับอุตสาหกรรมออนไลน์มากขึ้น

ด้านการศึกษา โกศล สงเนียม และคณะ (2567) พบว่า พฤติกรรมการใช้อินเทอร์เน็ตของประชาชนเพิ่มขึ้นอย่างก้าวกระโดด สอดคล้องกับภาวะการขยายตัวของโครงข่ายโทรคมนาคม ปัจจัยทางด้านรายได้และค่าใช้จ่ายในการใช้อินเทอร์เน็ตยังมีผลต่อเนื่องไปในทิศทางเดียวกัน เว้นแต่การมีโทรทัศน์อัจฉริยะในครัวเรือนที่เป็นปัจจัยเกื้อหนุนเชิงบวกต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ต แต่ยังมีความซับซ้อนในการเข้าถึงและใช้งานได้ยากกว่าการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทางอินเทอร์ผ่านโทรศัพท์มือถือ ส่งผลต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ผ่านทางอินเทอร์เน็ตในระบบไร้สายมากกว่าอินเทอร์เน็ตความเร็วสูงประจำที่ในครัวเรือน ปัจจัยที่ส่งเสริมให้การใช้อินเทอร์เน็ตสามารถเข้าถึงประชาชนได้อย่างกว้างขวาง องค์ประกอบหนึ่งมาจากการขยายโครงข่ายทางด้านโทรคมนาคมที่สามารถเข้าถึง และรองรับการให้บริการได้อย่างทั่วถึง ปัจจัยต่าง ๆ ได้สะท้อนให้เห็นถึงพฤติกรรมการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตที่เติบโตอย่างก้าวกระโดด ทั้งจากนโยบายภาครัฐที่เปลี่ยนผ่านการใช้เทคโนโลยีดิจิทัลผ่านแผนพัฒนาต่าง ๆ การบริหารคลื่นความถี่ให้เกิดความคุ้มค่า และเกิดประโยชน์สูงสุดในการมุ่งไปสู่การสร้างเศรษฐกิจดิจิทัลของประเทศ การพัฒนาของเทคโนโลยีโทรคมนาคมในระบบ ตลอดจนถึงผลกระทบต่อการประกอบกิจการโทรทัศน์จากการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อ โดยเฉพาะในช่วงการเปลี่ยนผ่านในช่วงระหว่าง พ.ศ. 2560-2561 ที่เริ่มเห็นทิศทางการเติบโตของการเปิดรับสื่อทางอินเทอร์เน็ตผ่านช่องทางต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นอย่างชัดเจนที่จะส่งผลต่อบริการโอทีทีต่อไปในอนาคต

ตารางที่ 1

สรุปการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีที ระหว่าง พ.ศ. 2560-2568

ลำดับ	ประเด็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีที	จำนวนเรื่อง / ผลงาน	ข้อค้นพบที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีที
1	การนิยามและให้ความหมายสื่อโอทีทีที่มีลักษณะการหลอมรวม และสื่อใหม่ รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อโดยรวม	6	การให้บริการโอทีทีเป็นรูปแบบใหม่ที่ต้องอาศัยหลักเกณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้อง และรัฐควรให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่ประชาชน
2	การศึกษาบริการโอทีทีที่มีความเกี่ยวข้องกับการเปลี่ยนแปลงของบริบทสังคมดิจิทัล ทั้งในปัจจุบันและอนาคต	2	บริการโอทีทีได้เข้ามามีบทบาทในการเปลี่ยนแปลงรูปแบบและวิถีชีวิตของคนในสังคมให้มีความสะดวกด้วยเทคโนโลยีต่าง ๆ และอนาคตบริการโอทีทีจะเข้ามามีบทบาทในทุกมิติ

ดังจะเห็นไว้ว่า ทิศทางการศึกษาองค์ความรู้บริการโอทีทีในช่วงแรก ซึ่งเป็นช่วงที่บริการโอทีทีกำลังเข้ามามีบทบาทในสังคมไทยนั้น การศึกษาส่วนใหญ่จะเป็นลักษณะของการศึกษาโดยทั่วไปที่เกี่ยวกับ รูปแบบและนิยามความหมายของโอทีที อีกทั้งเป็นการศึกษาเพื่อให้ทราบถึงบริบทของภูมิทัศน์สื่อที่มีการเปลี่ยนแปลงไปจากเดิมในมุมมองและมิติใดบ้าง มีความเกี่ยวข้องกับชีวิตประจำวันของคนเราอย่างไร รวมไปถึงการคาดการณ์ถึงบทบาทของโอทีทีที่จะมีต่อระบบอุตสาหกรรมสื่อไทยและภาคอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในอนาคต การศึกษาบริการโอทีทีในช่วงเวลานี้แสดงให้เห็นถึงความตื่นตัวของสังคม ที่พร้อมจะเปิดรับต่อความเปลี่ยนแปลงทางด้านเทคโนโลยีในมิติต่าง ๆ โดยไม่ได้มีการศึกษาให้เห็นถึงข้อจำกัดหรือผลกระทบในมิติอื่น ๆ รวมไปถึงมิติ

ที่เป็นข้อจำกัดอันเป็นลักษณะเฉพาะกับสังคมไทยที่อาจจะไม่เหมือนกับการเปลี่ยนแปลงในต่างประเทศ เนื่องจากการเป็นการเปลี่ยนแปลงในลักษณะแบบฉับพลันที่สอดคล้องไปกับบริบทการเปลี่ยนฉับพลันทางดิจิทัล หรือ Digital Disruption ที่กำลังเกิดขึ้นอย่างตื่นตัวในสังคมไทยและกระแสสังคมโลก แต่ถึงอย่างไรก็ตาม การศึกษาในแวดวงวิชาการที่มีการตื่นตัวดังกล่าวก็ทำให้เห็นว่า งานวิจัย การศึกษาต่าง ๆ เกี่ยวกับบริการโอทีทีก็มีจำนวนที่มากพอต่อการรับรู้และเข้าใจของประชาชนโดยทั่วไป ทำให้เกิดการรู้จักในบริการโอทีทีอย่างกว้างขวาง และเพื่อเตรียมความพร้อมในการรับมือต่อความเปลี่ยนแปลงที่กำลังจะเกิดขึ้น

2.2 กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที

กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที เป็นกลุ่มการศึกษาที่พบมากที่สุดในการศึกษาเกี่ยวกับบริการโอทีทีในไทย ทั้งนี้ด้วยเพราะเป็นบริการที่เพิ่งจะเข้ามามีบทบาทที่สำคัญในโครงสร้างเทคโนโลยีทางการสื่อสาร จึงมีความตื่นตัวในการศึกษาความเกี่ยวข้องกับภาคส่วนต่าง ๆ ทำให้มีการศึกษาองค์ความรู้ดังกล่าวนี้ในสังคมไทยอย่างกว้างขวาง ทั้งนี้องค์ความรู้เกี่ยวกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีทีเผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2560 – 2568 เป็นประเด็นที่มีความสำคัญทำให้เกิดการศึกษามากกว่าประเด็นอื่น ๆ เกี่ยวกับบริการโอทีทีในประเทศไทย โดยการศึกษาประเด็นดังกล่าวนี้ระหว่าง พ.ศ. 2560 – 2568 จากการพิจารณาเอกสารงานวิจัย บทความวิชาการ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวกับการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีที มีจำนวน 12 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 46.15 โดยที่ ประพันธ์พงษ์ ขำอ่อน (2565) กล่าวว่า การกำกับดูแลตนเองของธุรกิจสื่อด้านเนื้อหาบนแพลตฟอร์มออนไลน์ในกิจการโทรทัศน์ กรณีศึกษาต่างประเทศเพื่อเป็นกรณีศึกษาให้กับไทยในการใช้เป็นมุมมองทางเลือกในการหยิบยกมาปรับให้เข้ากับบริบทของประเทศว่า แนวทางการกำกับดูแลบริการโอทีทีของต่างประเทศในสหภาพยุโรปที่มีกฎหมาย Audiovisual Media Services Directive (AVMSD) ที่กำหนดให้ผู้ให้บริการโอทีทีต้องแจ้งการให้บริการเพื่อให้ผู้รับบริการสามารถเข้าถึงข้อมูลของผู้ให้บริการโอทีที สามารถติดต่อผู้ให้บริการได้โดยง่าย และกำหนดให้ผู้ให้บริการโอทีทีต้องมีมาตรการกำกับดูแลเนื้อหา ไม่ให้มีข้อความที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง กำกับดูแลเนื้อหาให้เหมาะสมกับผู้เยาว์ ห้ามมีเนื้อหาที่ขัดกับศักดิ์ศรีความเป็นมนุษย์ นอกจากนั้นในสหราชอาณาจักรก็มีการกำกับดูแลบริการโอทีทีโดยกฎหมาย The Communications Act ที่กำหนดให้ผู้ให้บริการจะต้องแจ้งการให้บริการกับหน่วยงานกำกับดูแลสื่อ ได้แก่ The Office of Communications หรือ Ofcom และต้องมีการชำระค่าธรรมเนียมก่อนที่จะเริ่มให้บริการ ส่วนการให้บริการนั้นมีการกำกับดูแลด้านเนื้อหารายการ เช่น เนื้อหาต้องไม่เป็นอันตรายต่อเยาวชน และต้องไม่มีเนื้อหาที่ก่อให้เกิดความเกลียดชัง หากผู้ให้บริการฝ่าฝืน หน่วยงาน Ofcom มีอำนาจในการสั่งให้ระงับรายการ หรือสั่งให้ผู้ให้บริการดำเนินการใด ๆ เพื่อให้เกิดการปฏิบัติตามกฎหมายได้ สำนักงาน กสทช. (2560ข) พบว่า ประเทศไทยยังไม่มีความชัดเจนเช่นเดียวกันว่าจะมีการกำกับดูแลบริการโอทีทีในรูปแบบหรือมาตรการใด แต่ก็มีความพยายามที่จะหามาตรการและแนวทางในการกำกับดูแลบริการดังกล่าว เนื่องจากข้อเท็จจริงบริการโอทีทีส่งผลกระทบต่อกิจการอื่น ๆ ที่มีอยู่เดิม และบริการดังกล่าวมีการเติบโตอย่างรวดเร็ว โดยนำความก้าวหน้าของเทคโนโลยีการหลอมรวมบริการให้เป็นข้อได้เปรียบกับคู่แข่ง ปัจจุบันยังมีข้อจำกัดทั้งในมิติของโครงสร้างหน่วยงานกำกับดูแลและกฎหมายที่ใช้บังคับการประกอบกิจการต่าง ๆ จึงยากที่จะปรับปรุงให้ทันต่อการพัฒนาเทคโนโลยี

แบบผสมผสาน รวมถึงข้อจำกัดของการสื่อสารไร้พรมแดนที่อยู่นอกเหนืออธิปไตยเชิงพื้นที่ ซึ่งความซับซ้อนเชิงโครงสร้างขององค์กรและเทคโนโลยีทำให้การกำหนดแนวทางกำกับดูแลในทุกรูปแบบมีความยากลำบากและท้าทายอย่างยิ่งด้วย รวมไปถึงปัจจัยภายนอกที่ไม่สามารถควบคุมได้

ทั้งนี้ สำนักงาน กสทช (2560ข) กล่าวไว้ว่า ประเทศไทยมีองค์กรและกฎหมายที่บังคับใช้โดยหน่วยงานต่าง ๆ รวมไปถึงยังมีกฎหมายและกฎเกณฑ์ที่ใช้บังคับที่เกี่ยวข้องในการประกอบกิจการ การดำเนินธุรกิจ และการอนุญาตต่าง ๆ ซึ่งมีความซับซ้อนในลักษณะการแยกกำกับดูแลตามอำนาจหน้าที่ของแต่ละหน่วยงาน ดังนั้นโครงสร้างองค์กรและกฎหมายของประเทศไทยจึงเป็นอุปสรรคสำคัญในการกำกับดูแลการสื่อสารในยุคการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีแบบก้าวกระโดด จึงจำเป็นต้องมีการกำกับดูแลร่วมระหว่างหน่วยงานกำกับดูแลที่เกี่ยวข้องอย่างใกล้ชิด เช่นเดียวกับ เสาวรส ทิพย์ธรรมธารา และกฤษดากร ว่องวุฒิกุล (2564) กล่าวว่า ปัจจุบันยังไม่มีกฎหมายเฉพาะที่สามารถบังคับใช้เกี่ยวกับการให้บริการโอทีที ดังนั้นเพื่อไม่ให้เกิดความสับสนวุ่นวายและเกิดปัญหาภายในสังคม จึงได้ใช้กฎหมายเกี่ยวกับกิจการโทรคมนาคมกิจการกระจายเสียง และกิจการโทรทัศน์ที่มีมาบังคับใช้โดยอนุโลมไปก่อน โดยในไทยได้มีการนำกฎหมาย พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ และกฎหมายเกี่ยวกับกิจการกระจายเสียงและกิจการโทรทัศน์มาบังคับใช้โดยอนุโลม ทั้งนี้ รัชณีวรรณ ชาวนา (2563) กล่าวถึงความซับซ้อนของเทคโนโลยี ความไร้ขอบเขตเชิงกายภาพ รวมทั้งปัญหาเชิงโครงสร้างองค์กรและโครงสร้างกฎหมาย ทำให้การกำหนดมาตรการในการกำกับดูแลบริการที่เป็นบริการโอทีทีนั้นมีความยากยุ่งยากซับซ้อน และยังไม่ได้ข้อยุติในหลายประการ เช่นเดียวกัน ชลธิชา นวลศรี (2567) กล่าวถึงศึกษาปัญหาทางกฎหมายในการกำกับดูแลงานแพร่เสียงแพร่ภาพผ่านระบบโอทีทีพบว่า ปัจจุบันได้เข้ามามีบทบาทในการใช้ชีวิตของมนุษย์เป็นอย่างมาก การเติบโตอย่างรวดเร็วของบริการดังกล่าวส่งผลกระทบต่อปัญหาทางด้านลิขสิทธิ์และปัญหาด้านอื่น ๆ แต่บทบัญญัติที่เกี่ยวกับการให้ความคุ้มครองงานแพร่เสียง แพร่ภาพ ใน พ.ร.บ.ลิขสิทธิ์ พ.ศ. 2537 ได้รับการแก้ไขเพียงเล็กน้อย ทำให้เกิดปัญหาความล้าสมัยของตัวบทกฎหมายที่ไม่รองรับ ซึ่งแม้เทคโนโลยีจะก้าวหน้ามากขึ้นแต่บทกฎหมายหรือข้อบังคับในปัจจุบันยังมิได้รับการแก้ไข และยังไม่มีกฎหมายเฉพาะ รวมทั้งยังไม่มีองค์กรที่กำกับดูแลเป็นการเฉพาะเช่นเดียวกัน มีแต่การใช้กฎหมายใกล้เคียง หรือองค์กรที่มีอำนาจใกล้เคียงมาดูแลโดยอนุโลม ทำให้ยังไม่สามารถแก้ปัญหาหรือเยียวยาผู้เสียหายจากการกระทำผิดในกรณีนี้ได้อย่างครบถ้วน โดยที่ กิตติยา พรหมจันทร์ และอรัชมน พิเชฐวรกุล (2567) กล่าวว่า ปัจจุบันภาพรวมการกำกับดูแลบริการโอทีทีในไทยเป็นการนำกฎหมายระดับ พ.ร.บ.ที่เกี่ยวข้องเข้ามาปรับใช้ในบางกรณีเท่านั้น ซึ่งแตกต่างจากอุตสาหกรรมที่เป็นคู่แข่งในตลาดอย่างโทรทัศน์และภาพยนตร์ที่มีกฎหมายที่เกี่ยวข้องเฉพาะสำหรับอุตสาหกรรมนั้นกำหนดไว้ ดังนั้นจึงกล่าวได้ว่าบริการโอทีทีจึงอยู่ในลักษณะสุญญากาศ ทั้งนิยามและสถานะทางกฎหมาย โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นการกำกับดูแลสำหรับทั้งกิจการกระจายเสียงกิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม เช่น เวลาการออกอากาศ เนื้อหารายการ สัดส่วนเนื้อหารายการ การแข่งขัน มาตรฐานทางเทคนิค คุณภาพบริการ และการคุ้มครองผู้ใช้บริการ ตลอดจนการโฆษณา และผลิตภัณฑ์ที่ปรากฏในเนื้อหารายการ เป็นต้น โดยมีบทลงโทษทั้งทางปกครองและทางอาญา แต่ไม่มีกฎหมายฉบับใดเลยที่กำหนดถึงความหมาย ขอบเขต และรูปแบบของกิจการ

โอทีทีไว้ ซึ่งการไม่มีการกำหนดถึงความหมาย ขอบเขต และรูปแบบของกิจการโอทีทีในกฎหมายที่เกี่ยวข้อง ดังเช่นกฎหมายไทยเลย ก็จะยิ่งส่งผลเสียได้มากกว่าในระยะยาวหากไม่การแก้ไขปรับปรุง

นอกจากการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีทีได้มีการศึกษาเพื่อชี้ให้เห็นถึงปัญหาและอุปสรรคต่าง ๆ ต่อการเปลี่ยนแปลงของเทคโนโลยีดังกล่าวในมิติเชิงโครงสร้างของการกำกับดูแลและการบังคับใช้ข้อกฎหมายที่มีความเกี่ยวข้อง ยังมีการศึกษาที่เสนอทางออกโดยเทียบเคียงกับต่างประเทศที่ได้มีการปรับปรุงแก้ไขการกำกับและดูแลกิจการโอทีทีอย่างเป็นระบบ และสอดคล้องกับบริบททางสังคมปัจจุบัน รัชณีวรรณ ชาวนา และรัตนพงษ์ สอนสุภาพ (2563) กล่าวว่า แนวทางการกำกับดูแลภายใต้บริบทของไทยในปัจจุบันควรเป็นการใช้อำนาจบังคับโดยเจตนาของรัฐ หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรดำเนินการและบังคับใช้กฎหมายแบบบูรณาการร่วมกัน เนื่องจากการกำกับดูแลมีความหมายที่กว้างและครอบคลุมการดำเนินการทั้งหมดของรัฐเพื่อควบคุมพฤติกรรมของอุตสาหกรรมหรือสังคม ปัจจุบันเทคโนโลยีการสื่อสารเป็นการหลอมรวมเทคโนโลยีและบริการเข้าด้วยกันยากต่อการกำกับดูแลแบบแยกส่วนดังเช่นในอดีต ดังนั้นรัฐบาลจึงอาจจำเป็นต้องมีการออกคำสั่งหรือนำแนวทางอื่น ๆ ผสมผสานกันไปกับรูปแบบของการสร้างแรงจูงใจทางเศรษฐกิจหรือภาษีหรือเงินอุดหนุน การใช้อำนาจตามสัญญา การใช้ทรัพยากร การใช้สิทธิพิเศษ การให้ข้อมูลหรือเทคนิคอื่น ๆ เพื่อให้มีแนวทางการกำกับดูแลที่มีความเหมาะสมกับบริบทของประเทศไทยในปัจจุบันและอนาคต เกิดความชัดเจนและเท่าเทียมกันทุกรายที่มีการเผยแพร่เนื้อหาดังกล่าวจำเป็นต้องมีกลไกบังคับใช้อย่างเท่าเทียมกัน อีกทั้งควรมีการจัดทำหลักเกณฑ์เพื่อกำหนดลักษณะรูปแบบบริการโทรทัศน์แบบโอทีทีตามความหมายที่ครอบคลุมตามลักษณะการให้บริการ และกรณีที่เป็นบริษัทข้ามชาติควรกำหนดให้มีการแต่งตั้งตัวแทนในประเทศไทยเพื่อให้เกิดความเท่าเทียมกับบริษัทที่เป็นนิติบุคคลไทย ทั้งนี้ Ramasoota & Kitikamdhorn (2021) กล่าวเสริมว่า ช่องว่างทางกฎหมายของการกำกับดูแลเนื้อหาในอุตสาหกรรมกระจายเสียงยังอยู่ที่การจัดสรรหน่วยงานภาครัฐเข้ามารับผิดชอบ โดยปัจจุบันมี กสทช. ที่ทำหน้าที่ในการออกใบอนุญาตแก่ผู้ให้บริการโทรคมนาคม ซึ่งเนื้อหาที่เผยแพร่ผ่านระบบอินเทอร์เน็ตนั้น แต่ กสทช. ก็กำกับดูแลผ่านผู้ให้บริการโทรคมนาคมผู้ได้รับใบอนุญาตเท่านั้น แต่ไม่สามารถกำกับลงไปถึงแนวทางการผลิตเนื้อหาในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ทั้งแพลตฟอร์มโอทีที และสตรีมมิ่งในไทยและต่างประเทศ โดยเฉพาะหากบริษัทแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งนั้น ๆ ไม่ได้มีการจดทะเบียนบริษัทเพื่อดำเนินกิจการในไทยก็จะยิ่งอยู่นอกเหนือเขตอำนาจของ กสทช. ในการกำกับดูแล ขณะที่กระทรวงดิจิทัลเพื่อเศรษฐกิจและสังคมมีขอบเขตอำนาจตามกฎหมายในการควบคุมการกระทำผิดที่เป็นอาชญากรรมทางไซเบอร์ ผ่าน พ.ร.บ.ว่าด้วยการกระทำความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2560 ในลักษณะของการปิดการเข้าถึงเว็บไซต์ที่มีเนื้อหาไม่เหมาะสมแต่ไม่สามารถกำกับลงไปถึงแนวทางการผลิตเนื้อหาในแพลตฟอร์มต่าง ๆ ได้เช่นกัน แนวทางการกำกับดูแลบริการโอทีทีของไทยไว้ว่า สามารถดำเนินการได้ทั้งรูปแบบของการออกกฎหมายเฉพาะสำหรับการควบคุมบริการล่วงหน้า เช่น การออกใบอนุญาตและการกำกับดูแลบริการ แบบแก้ไขเยียวยาผลกระทบ เช่น การที่หน่วยงานกำกับดูแลออกคำสั่งไม่อนุญาตให้ผู้ให้บริการตั้งแต่สองรายขึ้นไป ทำการควบรวมกิจการอันจะนำไปสู่การผูกขาดทางการค้า แม้ไทยในปัจจุบันยังไม่มีการออกกฎหมายเฉพาะมากำกับดูแลบริการโอทีทีโดยตรง แนวทางการกำกับดูแลในปัจจุบันจึงมีลักษณะเป็นแบบแก้ไขเยียวยาผลกระทบ กล่าวคือ หากผู้ให้บริการโอทีทีดำเนินการฝ่าฝืน

กฎหมายทั่วไปเรื่องใดก็ต้องถูกลงโทษตามที่กำหนดในกฎหมายเรื่องนั้น เช่น หากผู้ให้บริการโอทีทีนำเสนอข้อมูลอันเป็นเท็จผ่านระบบคอมพิวเตอร์ก็ต้องรับผิดตามที่กำหนดไว้ในพระราชบัญญัติว่าด้วยการกระทำผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ พ.ศ. 2550 เป็นต้น

ตารางที่ 2

สรุปการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที ระหว่าง พ.ศ. 2560-2568

ลำดับ	ประเด็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที	จำนวนเรื่อง / ผลงาน	ข้อค้นพบที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที
1	การนิยามและให้ความหมายในการกำกับดูแลสื่อโอทีทีที่มีลักษณะการหลอมรวม และสื่อใหม่ รวมไปถึงการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่อโดยรวม	2	การให้บริการโอทีทีเป็นรูปแบบใหม่ที่ต้องอาศัยหลักเกณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้องและรัฐควรให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่ประชาชน
2	การศึกษาการกำกับดูแลโอทีทีโทรทัศน์ (OTT TV)	4	การกำกับดูแลมีลักษณะที่ซับซ้อนต้องอาศัยกลไกอำนาจของรัฐในบริหารจัดการ สำหรับไทยที่ยังไม่ชัดเจนควรศึกษากรณีต่างประเทศ
3	การศึกษาการกำกับดูแลบริการโอทีทีกับสื่อใหม่และเทคโนโลยีสื่อใหม่ เช่น แพลตฟอร์มดิจิทัล และการสตรีมมิ่ง เป็นต้น	6	การให้บริการโอทีทีเป็นรูปแบบใหม่ที่ต้องอาศัยหลักเกณฑ์และกฎหมายที่เกี่ยวข้องและรัฐควรให้ข้อมูลที่ชัดเจนแก่ประชาชน

ดังนั้นแล้วจะเห็นว่าการศึกษาองค์ความรู้ที่เกี่ยวกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีทีเป็นกลุ่มการศึกษาที่พบมากที่สุดในการศึกษาเกี่ยวกับบริการโอทีทีในไทย เนื่องด้วยเมื่อบริการโอทีทีเมื่อได้เข้ามามีบทบาทในสังคมไทยในระยะแรกแล้วนั้น ด้วยระยะเวลาที่ผ่านไปช่วงหนึ่งก็ปรากฏให้เห็นว่า สังคมไทยยังมีหลายส่วนที่เกี่ยวข้องกับการกำกับและดูแลที่ยังไม่พร้อมหรือดำเนินการต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงที่เข้ามาอย่างฉับพลันในครั้งนี้ ดังจะเห็นได้จากหน่วยงาน องค์กร และผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับการกำกับและดูแลบริการโอทีทียังคงมีความไม่ชัดเจน ก้าวไม่ทันต่อการเปลี่ยนแปลง ส่งผลให้เมื่อเกิดปัญหาใด ๆ ก็ไม่สามารถหาผู้ที่จะเข้ามาแก้ไขได้อย่างชัดเจนและเป็นรูปธรรม แต่ถึงอย่างไรก็ตามแม้ว่าในปัจจุบันสังคมไทยยังไม่มีความชัดเจนในการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที แต่ก็มีงานศึกษาหลายชิ้นที่มีข้อมูลที่น่าสนใจว่าภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องก็พยายามปรับเปลี่ยน และเพิ่มเติมมาตรการการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีทีในไทยให้สอดคล้องไปกับบริบทเฉพาะของตน เพื่อยังประโยชน์ให้แก่ประชาชน และไม่ก่อให้เกิดความเสียหายต่อส่วนรวมในอนาคต

2.3 กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีกับการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ ของสังคมไทย

กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีกับการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ ของสังคมไทย เป็นการศึกษาในระยะหลังที่พิจารณาบริบทในมิติขององค์ความรู้ที่ปรับประยุกต์ในศาสตร์ที่หลากหลาย กล่าวคือการนำคุณลักษณะและการต่อยอดของบริการโอทีทีที่มีมาแต่เดิมไปผสานกับภาคส่วนต่าง ๆ ทางเทคโนโลยีทางการสื่อสาร อุตสาหกรรมที่มีความเกี่ยวข้องในบริบททางสังคมและเศรษฐกิจของไทยในปัจจุบัน โดยองค์ความรู้

เกี่ยวกับบริการโอทีทีกับการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ ของสังคมไทยระหว่าง พ.ศ. 2560 – 2568 จากการพิจารณาเอกสารงานวิจัย บทความวิชาการ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวกับการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีที มีจำนวน 6 เรื่อง คิดเป็นร้อยละ 23.08 ดังเช่น รมิดา จรินทิพย์พิทักษ์ (2560) กล่าวถึงข้อจำกัดที่ทำให้บริการโอทีทีในไทยไม่ขยายตัวรวดเร็วนักในช่วงก่อน พ.ศ 2556 สืบเนื่องมาจากบริการโอทีทีจำเป็นต้องอิงอยู่กับบริการอินเทอร์เน็ตเป็นช่องทางสำคัญในการส่งเนื้อหาไปยังผู้ชม ดังนั้นการที่โครงข่ายอินเทอร์เน็ตไม่ครอบคลุมพื้นที่ได้ทั่วถึงทั้งประเทศเป็นอุปสรรคสำคัญ ทำให้บริการมีจำกัดอยู่เฉพาะกลุ่มคนที่อาศัยอยู่ในบริเวณพื้นที่กรุงเทพฯ และเมืองใหญ่ที่เข้าถึงอินเทอร์เน็ตได้ดีเท่านั้น จนกระทั่งต่อมาไทยได้นำเอาเทคโนโลยีบรอดแบรนด์หรือการส่งข้อมูลความเร็วสูงมาพัฒนาในการให้บริการอินเทอร์เน็ตทั้งแบบไร้สายและใช้สาย ทำให้สัญญาณอินเทอร์เน็ตมีความเร็วและเสถียรมากขึ้น ประกอบกับอุปกรณ์การรับชมอย่างโทรศัพท์เคลื่อนที่และแท็บเล็ตได้มีการพัฒนารองรับการรับชมบริการภาพและเสียงที่คมชัดในราคาที่ถูกลงด้วยเช่นกัน จึงจุดตั้งต้นที่ทำให้บริการโอทีทีซึ่งผู้ให้บริการเป็นผู้รวบรวมและจัดเรียงเนื้อหามาให้ผู้ชมอย่างเป็นระบบและหมวดหมู่ผ่านแอปพลิเคชันเติบโตอย่างรวดเร็วนับจาก พ.ศ. 2557 เป็นต้นมา

ด้านไทม์ คอนซัลติ้ง (2565) ระบุว่า จากการเปลี่ยนแปลงและปรับตัวของอุตสาหกรรมโทรทัศน์ในไทยในช่วงที่ผ่านมาแสดงให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของสภาวะตลาดช่องรายการโทรทัศน์ที่มีแนวโน้มเติบโตลดลงเนื่องจากผลกระทบจาก Digital Disruption ทำให้เกิดสื่อหลากหลายรูปแบบ และสามารถรับชมได้หลากหลายช่องทาง เวลา สถานที่ใดก็ได้ ส่งผลให้ความต้องการชมรายการโทรทัศน์แบบปกติน้อยลง เพราะพฤติกรรมผู้บริโภคเปลี่ยนไปรับชมสื่อข่าวสารผ่านทางช่องทางออนไลน์ที่สามารถตอบโจทย์การใช้ชีวิตในยุคดิจิทัลได้มากกว่า หรือเรียกได้ว่าเป็นรูปแบบสื่อโอทีทีด้วยเพราะสามารถตอบสนองพฤติกรรมของผู้บริโภคยุคใหม่และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคได้มาก ทั้งในรูปแบบของเวลา สถานที่ ข้อผูกมัด และราคาที่น้อยกว่าการชมวิดีโอและโทรทัศน์แบบทั่วไป แต่การที่บริการโอทีทีจะเข้ามาแทนที่กิจการโทรทัศน์ที่มีอยู่เดิมในไทยทั้ง Free TV และ Pay TV นั้นอาจจะเป็นไปได้ยาก หรือยังไม่สามารถเป็นได้ในอนาคตอันใกล้ เนื่องจากบริการโอทีทีทีวีในไทยยังอยู่ในระดับเริ่มต้น อาจยังไม่สามารถแทนที่กิจการโทรทัศน์แบบเดิมได้อย่างเต็มรูปแบบ ผู้ให้บริการยังมีไม่หลากหลาย เนื้อหาส่วนมากที่ให้เป็นซีรีส์และภาพยนตร์จากต่างประเทศ อีกทั้งวิดีโอหรือโทรทัศน์ผ่านโอทีทีนั้น จำเป็นต้องพึ่งพาโครงสร้างด้านอินเทอร์เน็ตที่ดี และครอบคลุมทั่วประเทศเสียก่อน นอกจากนี้บริการโอทีทีในไทยยังต้องต่อสู้กับสินค้าที่ผิดกฎหมาย ซึ่งเป็นอุปสรรคที่สำคัญอย่างยิ่งอีกด้วย ฉะนั้นโอทีทีในไทยจำเป็นต้องรออีกสักระยะให้โครงสร้างพื้นฐานทั้งด้านอินเทอร์เน็ต ตลอดจนเรื่องการปราบปรามของเถื่อนในประเทศดีขึ้นเสียก่อนจึงจะเริ่มแข่งขันกับบริการที่มีอยู่เดิมได้

แม้แต่ในอุตสาหกรรมภาพยนตร์บริการโอทีทีก็ได้เข้าไปมีบทบาทที่สำคัญ ทำให้มีการศึกษาบริการโอทีทียังมีความเกี่ยวข้องกับห่วงโซ่ของอุตสาหกรรมกระจายเสียงและแพร่ภาพ และอุตสาหกรรมภาพยนตร์ โดยวิโรจน์ สุทธิสีมา (2564) กล่าวว่า ระบบผลิตเนื้อหาไทยของสตรีมมิ่งต่างชาติทำให้การแข่งขันในห่วงโซ่อุตสาหกรรมภาพยนตร์เสรีและเป็นธรรมสำหรับผู้ผลิตและผู้สร้างสรรค์มากขึ้นกว่าเดิม เพราะผู้ผลิตมีช่องทางที่แพร่หลายในการเผยแพร่ผลงาน และมีอำนาจต่อรองกับโรงภาพยนตร์ที่ถือสิทธิขาดในการอนุญาต และแบ่งพื้นที่ในการจัดรอบฉายภาพยนตร์ อย่างไรก็ตามคงต้องพิจารณากันต่อไปในอนาคตด้วยว่า จะเป็นเพียง

การย้ายอำนาจในการสร้างสรรค์เนื้อหา จากที่เป็นของบริษัทโรงภาพยนตร์ไปเป็นของบริษัทแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งต่างชาติหรือไม่ เพราะแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งก็ใช้ตัวชี้วัดความสำเร็จของการผลิตเนื้อหาจากยอดผู้ชมจำนวนมากเช่นกัน สอดคล้องกับ สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์ (2564) ได้ให้ข้อมูลที่สอดคล้องกันว่า ห่วงโซ่คุณค่าของอุตสาหกรรมการกระจายเสียงและแพร่ภาพมีลักษณะบางประการคล้ายกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ สามารถแบ่งออกเป็น 3 ส่วน เริ่มจากส่วนที่ 1 การผลิต คือการผลิตเนื้อหา เริ่มตั้งแต่การรวบรวมความคิดการผลิตและออกแบบเนื้อหา การได้มาซึ่งลิขสิทธิ์ของเนื้อหา การวางแผนการผลิต การเขียนบทพูด การกำกับการถ่ายทำ และการควบคุมการผลิต ส่วนที่ 2 การกระจายเสียงและแพร่ภาพ คือ การจัดการรายการต่าง ๆ การวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผู้ชม กิจการที่เกี่ยวข้อง รวมถึงผู้ให้บริการแพลตฟอร์มการรับชมแบบใหม่ ๆ เช่น โอทีที และส่วนที่ 3 การขนส่งและการขาย คือกระบวนการนำส่งรายการต่าง ๆ ไปยังผู้บริโภคหรือผู้ชมผ่านการกระจายสัญญาณไปยังเครื่องรับสัญญาณของผู้รับ กิจการที่เกี่ยวข้อง ได้แก่ กิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคม รวมถึง ผู้ให้บริการแพลตฟอร์มโอทีทีเช่นกัน

ตารางที่ 3

สรุปการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีกับการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ ของสังคมไทย ระหว่าง พ.ศ. 2560-2568

ลำดับ	ประเด็นการศึกษาที่เกี่ยวข้องกับบริการโอทีทีกับการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ	จำนวนเรื่อง/ผลงาน	ข้อค้นพบที่น่าสนใจที่เกี่ยวข้องกับบริการโอทีทีกับการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ
1	การศึกษาบริการโอทีทีกับสื่อสารมวลชนในรูปแบบใหม่ และสื่อใหม่ เช่น พอดคาสต์ และแพลตฟอร์มดิจิทัลอื่น ๆ	2	ผู้ใช้บริการสามารถผลิตเนื้อหาขึ้นได้เอง แต่ยังไม่มีมาตรการในการกำกับดูแลเนื้อหา การเฝ้าระวัง และการออกอากาศในช่วงที่เหมาะสม
2	การศึกษาบริการโอทีทีและการประยุกต์กับสื่อสารมวลชนที่เป็นสื่อดั้งเดิม เช่น ภาพยนตร์ ละครโทรทัศน์ และซีรีส์ เป็นต้น	3	บริการโอทีทีช่วยเอื้อให้อุตสาหกรรมสื่อดั้งเดิมสามารถสร้างรายได้ที่ต่อยอดได้ แต่ภาคเอกชนยังขาดการส่งเสริมและสนับสนุนจากภาครัฐ
2	การแข่งขันของในบริการโอทีที เช่น ผู้ให้บริการโครงข่าย ผู้ให้บริการเนื้อหา และผู้ให้บริการสัญญาณอินเทอร์เน็ต เป็นต้น	1	การแข่งขันในระบบอุตสาหกรรมบริการโอทีทีที่สูงของผู้ให้บริการ ทำให้ผู้บริโภคเกิดความคุ้มค่าและได้ประโยชน์ ลดการใช้สื่อแบบดั้งเดิม

ดังนั้นแม้ว่าการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับการให้บริการโอทีทีในลักษณะต่าง ๆ ชองสังคมไทยจะมีการศึกษาในปริมาณที่ค่อนข้างน้อยกว่าองค์ความรู้อื่น อาจด้วยเพราะข้อจำกัดของความไม่แน่นอนของการกำกับดูแลจากหน่วยงานรัฐที่ทำให้การขยายตัวในเชิงอุตสาหกรรมจึงเป็นไปอย่างไร้ทิศทางตามที่กฎหมายกำหนด การดำเนินการต่าง ๆ จึงเป็นไปในลักษณะของการแข่งขันทางอุตสาหกรรมที่ยังคงมีความได้เปรียบและความเสียเปรียบระหว่างผู้ที่อยู่นอกและในระบบบริการโอทีที รวมไปถึงในเชิงของการแข่งขันระหว่างภายในประเทศและนอกประเทศ โดยเมื่อพิจารณาว่าหากในอนาคตหน่วยงานหรือองค์กรใดดำเนินการลงทุนไปแล้วเกิดความเปลี่ยนแปลง หรือความไม่แน่นอนในเชิงนโยบายของการกำกับดูแลบริการโอทีที ก็อาจเกิด

ความเสียหายในเชิงธุรกิจได้ แต่ถึงอย่างไรก็ตามการศึกษาองค์ความรู้ในเรื่องนี้ได้สะท้อนให้เห็นถึงงานวิจัยและการศึกษาที่สอดคล้องกันว่า ช่องว่างของบริการโอทีทีหากยังไร้ทิศทางในการกำกับดูแลจากภาครัฐที่จริงจังอาจจะนำมาซึ่งการแข่งขันในภาคอุตสาหกรรมที่ไม่เป็นธรรม และทำให้ผลประโยชน์ของรัฐเสียหายในวงกว้างได้ เช่น การเก็บภาษี การละเมิดลิขสิทธิ์ และการนำเข้าหรือส่งออกสินค้าที่ผิดกฎหมาย เป็นต้น จึงควรที่จะนำผลจากการศึกษาวิจัยต่าง ๆ ไปพัฒนาต่อยอด ปรับปรุง ให้เกิดการแก้ไขอย่างเป็นรูปธรรม

3. บริการโอทีทีกับบริบทในสังคมไทยปัจจุบัน

การที่บริการโอทีทีได้เข้ามามีบทบาทในอุตสาหกรรมสื่อของไทยนับว่าเป็นความท้าทายต่ออุตสาหกรรมสื่อ รวมไปถึงอุตสาหกรรมที่เกี่ยวข้องในเกือบทุกมิติ จากข้อมูล สำนักงาน กสทช. (2560ก) พบว่า แม้บริการโอทีทีในไทยจะมีแนวโน้มในการเติบโตอย่างต่อเนื่อง แต่ในขณะเดียวกันก็ส่งผลกระทบกับผู้ให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบเดิมเป็นส่วนใหญ่ ไม่ว่าจะเป็นโทรทัศน์ภาคพื้นดิน โทรทัศน์เคเบิล และโทรทัศน์ดาวเทียม ซึ่งถูกบริการโอทีทีแบ่งตลาดลูกค้าไปเป็นจำนวนมาก และเป็นสิ่งที่เกิดขึ้นทั่วโลก ปัจจัยที่เกี่ยวข้องกับการให้บริการโอทีทีในไทยมีอยู่หลายประการ เช่น การขยายตลาดผู้ชมไปยังต่างประเทศที่พบว่ายังมีอุปสรรคด้านภาษาและวัฒนธรรม ผู้ประกอบการรายเล็กส่วนหนึ่งขาดเงินทุนสนับสนุนในการแปลภาษาเพื่อให้เข้าถึงผู้ชมในแต่ละประเทศ นอกจากนั้นผู้ให้บริการโอทีทีที่มาจากต่างประเทศมีข้อได้เปรียบผู้ให้บริการโทรทัศน์ในรูปแบบเดิมในประเทศไทยอย่างมาก เพราะไม่ถูกกำกับดูแลโดยกฎหมายที่ใช้อยู่ในปัจจุบัน เช่น ไม่อยู่ภายใต้การกำกับดูแลเนื้อหารายการในรูปแบบเดียวกับแพลตฟอร์มโทรทัศน์อื่น และยังมีประเด็นจากการที่บริการโอทีทีจากต่างประเทศไม่ต้องเสียค่าธรรมเนียมใบอนุญาตและภาษีเหมือนผู้ประกอบการของไทย และยังมีข้อพิจารณาอื่น ๆ เช่น ปัญหาเรื่องการละเมิดลิขสิทธิ์รายการของผู้ประกอบการในประเทศไทย เป็นต้น ซึ่งองค์กรกำกับดูแลในประเทศไทยยังไม่สามารถจัดการในเรื่องเหล่านี้ได้อย่างเป็นรูปธรรม นำไปสู่สภาพการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรมระหว่างผู้ให้บริการโอทีทีในประเทศไทย และผู้ประกอบการจากต่างประเทศ นับเป็นปัจจัยสำคัญในการพัฒนาบริการโอทีทีของไทย

การเติบโตของธุรกิจบริการโอทีทีโดยเฉพาะอย่างยิ่งการเติบโตของผู้ให้บริการจากต่างประเทศ ได้ส่งผลกระทบหลาย ๆ ด้าน สำนักงาน กสทช. (2560ข) กล่าวว่า ผลกระทบทางเศรษฐกิจที่เกิดขึ้นจากการเติบโตของบริการโอทีที เช่น การลดลงของรายได้ของผู้ให้บริการแบบดั้งเดิม การสูญเสียโอกาสในการจัดเก็บรายได้ทางภาษีจากผู้ให้บริการโอทีทีที่จดทะเบียนนิติบุคคลในต่างประเทศ รวมไปถึงผลกระทบต่อระบบนิเวศพื้นฐานของอุตสาหกรรม ซึ่งผลกระทบเหล่านี้ก่อให้เกิดการถกเถียงในวงวิชาการอย่างกว้างขวางถึงความจำเป็นในการกำกับดูแลธุรกิจโอทีที เพื่อให้เกิดความเป็นธรรมในการแข่งขันระหว่างผู้ให้บริการโอทีทีและผู้ให้บริการแบบดั้งเดิม โดยเฉพาะอย่างยิ่งประเด็นด้านการกำกับดูแลที่มีความแตกต่างกันระหว่างผู้ให้บริการทั้งสองฝ่าย โดยทั่วไปแล้ว กิจการที่ให้บริการในลักษณะเดียวกันควรจะอยู่ภายใต้การกำกับดูแลเดียวกัน เพื่อรักษาไว้ซึ่งความเป็นกลางในการแข่งขัน (Competitive Neutrality) ระหว่างบริการโอทีทีด้วยกันเอง และผู้ให้บริการแบบดั้งเดิมที่เป็นคู่แข่งในอุตสาหกรรม การปรับปรุงกฎหมายและนโยบายในการกำกับดูแลอุตสาหกรรมสื่อภาพและเสียง เพื่อสร้างสภาพแวดล้อมทางการแข่งขันให้เกิดความเป็นธรรมจึงเป็นความท้าทายที่ประเทศไทย

ต้องพิจารณา โดยมีประเด็นความท้าทายที่สำคัญไม่ว่าจะเป็น ความเป็นกลางทางอินเทอร์เน็ต (Network Neutrality) ระบบใบอนุญาต (Licensing and Authorization) เขตอำนาจ (Country of Jurisdiction) รวมไปถึงการจัดเก็บภาษี (Taxation) เป็นต้น

แม้ว่าในปัจจุบันการให้บริการโอทีทีในไทยจะได้รับความนิยมจากใช้บริการในแพลตฟอร์มต่าง ๆ สูงมากขึ้น แต่ทว่าสถานการณ์โดยรวมยังมีประเด็นปัญหาบางประการที่ยังไม่มีความชัดเจนในมิติต่าง ๆ ด้วยกัน ประการหนึ่ง คือ การที่บริการโอทีทีในประเทศไทยถูกมองว่าผู้ให้บริการของไทยยังประสบปัญหาจากการแข่งขันที่ไม่เป็นธรรม โดยมีปัญหามาจากมาตรการบางอย่างในเรื่องของความเหมาะสมของเนื้อหาจากต่างประเทศกับวัฒนธรรมและบริบทโดยรวมในสังคมไทยที่ไม่ถูกตรวจสอบ รวมไปถึงสถานการณ์ของการกำกับและดูแลกิจการที่เกี่ยวกับการให้บริการโอทีทีที่ยังมีการจัดการที่ไม่เหมาะสม เช่น การเรียกเก็บภาษี และการคุ้มครองลิขสิทธิ์เนื้อหารายการ เป็นต้น นอกจากนั้นการให้บริการโอทีทียังอาจจะส่งผลกระทบต่อสังคม ระบบอุตสาหกรรมสื่อ รวมไปถึงภาคส่วนที่เกี่ยวข้อง โดยเฉพาะอย่างยิ่งบริการโอทีทีที่นำไปสู่การแย่งส่วนแบ่งตลาดของโทรทัศน์ดิจิทัล และตลาดโทรทัศน์ประเภทบอกรับเป็นสมาชิกในอุตสาหกรรมโทรทัศน์ไทย ทั้งนี้บริบทของบริการโอทีทีในสังคมไทยปัจจุบันแม้ว่าจะยังขาดความชัดเจนอยู่บางประการ จำเป็นที่ทุกภาคส่วนโดยเฉพาะอย่างผู้มีอำนาจที่มีส่วนเกี่ยวข้องในการบริหารจัดการต้องพิจารณาให้รอบด้าน เพื่อรักษาไว้ซึ่งผลประโยชน์ของชาติและประชาชนผู้ใช้บริการในประเทศอย่างสูงสุด รวมถึงในประเทศไทยที่ทิศทางการอนุญาตประกอบกิจการโทรทัศน์ภาคพื้นดินในระบบดิจิทัลประเภทกิจการทางธุรกิจที่จะหมดอายุลงใน พ.ศ. 2572 ล้วนส่งผลต่อภูมิทัศน์ของสื่อโทรทัศน์ของไทยในอีกไม่กี่ปีข้างหน้า การแข่งขันจะเข้มข้นขึ้น และมีแนวโน้มที่จะทำให้ผู้ประกอบการรายเล็กต้องออกจากตลาด จนอาจทำให้เกิดสภาพตลาดที่มีผู้เล่นน้อยราย ฝ่ายนโยบายของภาครัฐที่ทำหน้าที่กำกับดูแล และผู้ประกอบการภาคเอกชนจึงควรต้องเตรียมรับมือ และสร้างยุทธศาสตร์แนวรุกให้กับผู้ประกอบการกิจการโทรทัศน์ในประเทศ สามารถใช้ประโยชน์ได้จากเทคโนโลยีของแพลตฟอร์มโอทีที

4. บทสรุป

การศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีและบริบทในสังคมไทยปัจจุบันทำให้ได้เห็นถึงชุดความรู้ที่หลากหลาย ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับบริการโอทีทีในมิติต่าง ๆ ของสังคมไทย ทั้งที่เป็นองค์ความรู้ในช่วงแรกที่บริการโอทีทีได้เข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่ออุตสาหกรรมเทคโนโลยีทางการสื่อสารของประเทศ รวมไปถึงในระยะเวลาต่อมายังได้ทำให้เห็นถึงองค์ความรู้บางประการที่ยังคงเป็นที่ถกเถียงและร่วมกันหาทางออก เพื่อแสวงหาการปรับประยุกต์ที่หวังให้เกิดประสิทธิผลต่อสังคม และเกิดประโยชน์สูงสุดต่อผลประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชนทั่วไป โดยจากการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีที เมื่อพิจารณาเอกสารงานวิจัย บทความวิชาการ และวิทยานิพนธ์ที่เกี่ยวกับการศึกษาบริการโอทีทีในประเทศไทยที่เผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2560 – 2568 พบว่า การศึกษาที่เกี่ยวกับบริการโอทีทีสามารถแบ่งกลุ่มองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีและบริบทในสังคมไทยปัจจุบันออกเป็น 3 กลุ่มคือ กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีที กลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที และกลุ่มการศึกษาองค์ความรู้เกี่ยวกับบริการโอทีทีกับการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ ของสังคมไทย โดยกลุ่มองค์ความรู้ต่าง ๆ เหล่านี้

ได้สะท้อนให้เห็นถึงสถานการณ์ที่ผ่านมาอย่างรอบด้าน สะท้อนบริบทปัจจุบันที่จะนำไปสู่ความท้าทายที่จะเกิดขึ้นในอนาคต หากสามารถที่จะนำองค์ความรู้จากการรวบรวมในช่วงระยะเวลาที่ผ่านมาพิจารณาให้มีความสอดคล้องกับบริบทต่าง ๆ อย่างรอบด้าน ก็จะทำให้บริการโอทีทีเป็นอีกทางเลือกหนึ่งที่จะตอบโจทย์สนองความต้องการของผู้ใช้งาน สร้างคุณประโยชน์ต่อมิติทางอุตสาหกรรมเทคโนโลยีทางการสื่อสาร และเป็นส่วนหนึ่งที่สำคัญในการขับเคลื่อนสังคม เศรษฐกิจ รวมไปถึงคุณภาพชีวิตของประชาชนในประเทศ

สถานภาพขององค์ความรู้จากการวิจัยศึกษาเกี่ยวกับบริการโอทีทีและบริบทในสังคมไทยปัจจุบัน ทำให้ได้เห็นแนวโน้มและทิศทางของปรากฏการณ์และบริบทความเป็นจริงของบริการโอทีทีที่เกิดขึ้นกับสังคมไทย โดยจากการศึกษาทำให้เห็นว่า องค์ความรู้การศึกษาบริการโอทีทีในประเทศไทยที่เผยแพร่ระหว่าง พ.ศ. 2560 – 2568 โดยภาพรวมนั้นมีการศึกษาในองค์ความรู้เกี่ยวกับรูปแบบและลักษณะโดยทั่วไปของบริการโอทีที การกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที และบริการโอทีทีกับการให้บริการในลักษณะต่าง ๆ ของสังคมไทย แต่การศึกษาสถานภาพองค์ความรู้ในครั้งนี้พบสิ่งที่น่าสนใจคือ การกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที เป็นการศึกษาที่ปรากฏมากที่สุดในการศึกษาบริการโอทีทีในวงวิชาการไทย โดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาที่สะท้อนถึงปัญหาของการกำกับดูแล ความสอดคล้องของการกำกับดูแลกับหน่วยงานต่าง ๆ รวมไปถึงความเกี่ยวข้องกับกฎหมายไทยกับบริการโอทีทียังไม่มีความชัดเจนเท่าที่ควร สะท้อนให้เห็นว่าการเกิดขึ้นของบริการโอทีทีท่ามกลางกระแสของเทคโนโลยีการสื่อสารในโลกดิจิทัลเป็นสิ่งท้าทายต่อการปรับตัวของภาคสังคมไทยให้สอดรับในมิติต่าง ๆ ที่จะเป็นไปเพื่อรักษาประโยชน์ของประเทศชาติและประชาชน

การศึกษาครั้งนี้ทำให้เห็นว่า แม้บริการโอทีทีจะมีบทบาทสำคัญในการส่งเสริมเศรษฐกิจดิจิทัลและอุตสาหกรรมสื่อสมัยใหม่ของประเทศ แต่ปัจจุบันยังพบข้อจำกัดและปัญหาหลายด้าน โดยเฉพาะอย่างยิ่งการควบคุมดูแลบริการบริการโอทีทีที่ชัดเจน ซึ่งการกำกับดูแลในปัจจุบันเป็นการนำเอากฎหมายที่เกี่ยวข้องมาบังคับใช้ในบางกรณี ทั้งนี้โดย สำนักงาน กสทช. ก็ให้การคุ้มครองสิทธิเสรีภาพประชาชนจากบริการสื่อที่เกี่ยวข้อง ซึ่งไม่ได้มีการระบุชัดเจนว่าครอบคลุมแพลตฟอร์มโอทีทีที่ไม่ใช่บริการคลื่นความถี่หรือไม่ ตลอดจนก็การบังคับใช้กฎหมายอื่น ๆ ประกอบ เช่น กฎหมายที่เกี่ยวข้องกับการกระทำ ความผิดเกี่ยวกับคอมพิวเตอร์ กฎหมายลิขสิทธิ์ กฎหมายการคุ้มครองผู้บริโภค หรือ พ.ร.บ. คุ้มครองข้อมูลส่วนบุคคล เป็นต้น ทั้งนี้ภาครัฐต้องเร่งผลักดันให้มีการปฏิรูปปรับปรุงกฎหมายเกี่ยวกับการกำกับดูแลบริการโอทีทีในไทยให้เป็นรูปธรรมโดยเร็วที่สุด เนื่องจากการที่ผู้ให้บริการบริการโอทีทีส่วนใหญ่ในไทยเป็นผู้ให้บริการที่มาจากต่างประเทศ ซึ่งผู้ให้บริการต่าง ๆ เหล่านี้อยู่ภายใต้การกำกับดูแลของประเทศต้นทางที่ทำให้กฎหมายของไทยไม่สามารถเข้าไปกำกับดูแลการดำเนินงานของแพลตฟอร์มเหล่านี้ได้อย่างมีประสิทธิภาพ และทำให้บริการโอทีทีในไทยตกอยู่ในสภาวะสุญญากาศทั้งนิยามและสถานะทางกฎหมาย

ดังนั้นสถานภาพขององค์ความรู้จากการศึกษาโดยเฉพาะอย่างยิ่งการศึกษาองค์ความรู้การกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีที จึงเป็นภาพสะท้อนของการตื่นตัวของวงวิชาการไทยและภาคประชาชนต่อทิศทางและความชัดเจนของภาครัฐและผู้มีส่วนเกี่ยวข้องกับบริการโอทีที เช่นนั้นแล้วองค์ความรู้ที่ได้จากการศึกษาดังกล่าวจึงสอดคล้องกับหลายภาคส่วนของสังคมไทยที่กำลังพยายามผลักดันให้ประเด็นการกำกับดูแลบริการโอทีทีเป็นวาระแห่งชาติที่ทุกฝ่ายต้องเร่งปรับปรุงแก้ไขข้อกฎหมายที่เกี่ยวข้องโดยเร็ว ไม่ว่าจะเป็น

การออกกฎหมายกำกับดูแลบริการโอทีทีเป็นการเฉพาะ ซึ่งครอบคลุมตั้งแต่การกำหนดคำนิยาม ขอบเขตของประเภทบริการ หน่วยงานที่กำกับ และบทลงโทษ รวมไปถึงการกำหนดเงื่อนไขการกากับดูแลด้านเนื้อหาและการให้บริการให้เป็นมาตรฐานเดียวกัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งจากการที่ภาคประชาชนและหน่วยงานสื่อที่เกี่ยวข้องพยายามผลักดันให้เกิดการจัดทำแพลตฟอร์มดิจิทัลสตรีมมิงแห่งชาติ (National Streaming Platform) เพื่อจะบูรณาการเนื้อหาจากช่องโทรทัศน์ภาคพื้นดิน โฆษณา และข้อมูลผู้บริโภคให้อยู่ในระบบเดียวกัน หากเรามีความชัดเจนในการกำกับและดูแลกิจการของบริการโอทีทีของประเทศไทยก็เชื่อได้ว่า กลไกและกระบวนการทางกฎหมายจะช่วยให้เกิดความเป็นธรรมทางกฎหมายต่อทั้งสื่อสารมวลชนแบบดั้งเดิมกับบริการโอทีที ลดผลกระทบทางเศรษฐกิจและสื่อสารมวลชนไทยที่อาจจะเกิดขึ้นในอนาคต เพื่อรองรับความท้าทายของบริบทการเปลี่ยนแปลงของโลกที่เกิดขึ้นอย่างรวดเร็วต่อไป

5. เอกสารอ้างอิง

กิตติยา พรหมจันทร์ และอรัชมน พิเชฐวรกุล. (2567). มาตรการและแนวทางการจัดเก็บภาษีจากกิจการโอทีทีในประเทศไทย. *วารสารนิติศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. 53*(1), 213-253. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/tulawjournal/article/view/267585.

โกศล สงเนียม, เทอดศักดิ์ ชมโต๊ะสุวรรณ, และนริศรา เจริญพันธุ์. (2567). ปัจจัยที่มีผลต่อการเปิดรับสื่อโทรทัศน์ทางอินเทอร์เน็ตในช่วงการเติบโตของการให้บริการการส่งสัญญาณภาพและเสียงผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย ปี พ.ศ. 2560-2561. *วารสารกองทุนพัฒนาสื่อปลอดภัยและสร้างสรรค์. 3*(2), 38-75. https://so04.tcithaijo.org/index.php/tmfjournal/article/view/272629.

กองพัฒนาข้อมูลและตัวชี้วัดสังคม. (2568). *OTT: บริการสื่อสมัยใหม่ควรต้องกำกับดูแลอย่างไร.* https://www.nesdc.go.th/wordpress/wp-content/uploads/2025/08/2-OTT.pdf.

ชลธิชา นวลศรี. (2567). ปัญหาทางกฎหมายในการกำกับดูแลงานแพร่เสียงแพร่ภาพผ่านระบบ Over the Top. *นิติยสารบทบัณฑิตย์. 80*(1), 100-131. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/botbundit/article/view/262535.

ดาต้าเซ็ต. (2567). *ภูมิทัศน์สื่อไทย 2567-2568*. https://www.dataxet.co/media-landscape/2025-th/streaming-service.

ไทม์ คอนซัลติ้ง. (2565). *OTT TV The Future of Television Viewing*. https://www.timeconsulting.co.th/ott-tv-อนาคตแห่งการชมโทรทัศน์.

ธนพงษ์พรรณ ธัญญรัตนกุล. (2562). *เปลี่ยนธุรกิจในยุคดิจิทัล Step by Step (Digital Transformation in Action)*. วิช.

ประพันธ์พงษ์ ขำอ่อน. (2565). *การกำกับดูแลตนเองของธุรกิจสื่อด้านเนื้อหา (Content) บนแพลตฟอร์มออนไลน์ในกิจการโทรทัศน์ของประเทศไทย: กรณีศึกษาต่างประเทศ.* [วิทยานิพนธ์ปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยหอการค้าไทย]. UTCC. https://scholar.utcc.ac.th/entities/publication/9618b637-ce35-42d5-b513-58dfb42986f6

ปิยาพัชร วงษ์ประสิทธิ์. (2560). *มาตรการทางกฎหมายในการกำกับดูแลการประกอบธุรกิจบริการโอทีที (OTT)*. [วิทยานิพนธ์นิติศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU. https://ethesisarchive.library.tu.ac.th/thesis/2017/TU_2017_5801033316_8721_8213.pdf.

รมิดา จรินทิพย์พิทักษ์. (2560). บริการ OTT: ความท้าทายต่อสื่อเก่าและการกำกับดูแล. *วารสารกิจการสื่อสารดิจิทัล*. *1*(1), 316-340. https://so04.tcithaijo.org/index.php/NBTC_Journal/article/view/116011.

รัชณีวรรณ ชาวนา. (2563). *การกำกับดูแลบริการโทรทัศน์แบบโอทีทีในประเทศไทย.* [ดุษฎีนิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต, มหาวิทยาลัยรังสิต]. https://rsuir-library.rsu.ac.th/handle/123456789/624

รัชณีวรรณ ชาวนา และรัตพงษ์ สอนสุภาพ. (2563). บริการโทรทัศน์แบบ Over the Top TV (OTT TV) ในประเทศไทย. *วารสารวิชาการ กสทช. ประจำปี 2563*. *4*(4), 287-309. https://so04.tci-thaijo.org/index.php/NBTC_Journal/article/view/244787

วินิจพรรษ กันยะพงศ์. (2566). การเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์สื่ออุตสาหกรรมผลิตเนื้อหาไทยจากเทคโนโลยีโอทีทีและสตรีมมิ่ง. *วารสารการสื่อสารและการจัดการ นิด้า (e-Journal)*. *9*(2). https://so12.tci-thaijo.org/index.php/jcmn/article/view/355.

วิโรจน์ สุทธิสีมา. (2564). ความเปลี่ยนแปลงของสื่อสตรีมมิ่งในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย: มุมมองจากกลุ่มผู้สร้างและผู้มีส่วนเกี่ยวข้อง. *วารสารศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยแม่โจ้. 9*(2), 104-120. https://so03.tci-thaijo.org/index.php/liberalartsjournal/article/download/251441/171284/939705.

ศิริวรรณ อนันต์โท. (2564). ปัจจุบันและอนาคตของการให้บริการโทรทัศน์ผ่านโครงข่ายอินเทอร์เน็ตในประเทศไทย. *วารสารบริหารธุรกิจและสังคมศาสตร์ มหาวิทยาลัยรามคำแหง. 4*(3). 116. https://so02.tci-thaijo.org/index.php/ibas/article/view/251002.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2560ก). *การวิจัยเรื่องโครงการศึกษาโครงสร้างตลาดและการกำกับดูแลการแข่งขันที่เหมาะสมกับการหลอมรวมเทคโนโลยี (Convergence).* สำนักงาน กสทช. https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/630900000001.pdf.

สำนักงานคณะกรรมการกิจการกระจายเสียง กิจการโทรทัศน์ และกิจการโทรคมนาคมแห่งชาติ. (2560ข). *สภาพการแข่งขันและแนวทางการกำกับดูแลกิจการ Over The Top: OTT*. สำนักงาน กสทช. https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/600900000004.pdf

สำนักงานคณะกรรมการป้องกันและปราบปรามการทุจริตแห่งชาติ. (2564). *การต้านการทุจริตในสถานการณ์ Digital Disruption.* https://multi.dopa.go.th/acoc/assets/modules/news/uploads/0dec3410.pdf.

สำนักงานศูนย์วิจัยและให้คำปรึกษาแห่งมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ (2562). *รายงานฉบับสมบูรณ์ (Final Report) โครงการสำรวจพฤติกรรมและแนวโน้มการบริโภคสื่อของไทย.* มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://broadcast.nbtc.go.th/data/academic/file/621200000004.pdf

สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2564). *การพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ปี 2564 สาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์*. Creative Economy Agency. https://www.cea.or.th/th/single-industries/Creative-Industries-Development-Report-2021-Film.

เสาวรส ทิพย์ธรรมธารา และกฤษดากร ว่องวุฒิกุล (2564). การกำกับสื่อที่มีการหลอมรวมของช่องทางการสื่อสารข้อมูล: กรณีศึกษาการแพร่ภาพและเสียงผ่านอินเทอร์เน็ต (OTT). *วารสารรัชต์ภาคย์*, *15*(38), 57-73. https://so05.tci-thaijo.org/index.php/RJPJ/article/view/246919.
https://journals.humankinetics.com/view/journals/ssj/29/4/article-p433.xml

Ramasoota, P., & Kitikamdhorn, A. (2021). “The Netflix Effect” in Thailand: Industry and Regulatory Implications. *Telecommunications Policy*. *45*(7), 102156. https://www.sciencedirect.com/science/article/abs/pii/S0308596121000604.