

การก่อสร้างมาร์เวลสตูดิโอและการพัฒนาภาพยนตร์แนวซูเปอร์ฮีโร่เพื่อไปสู่ความนิยม The Creation of Marvel Studios and The Development of Superhero Films' Leading to Popularity

เอกรงค์ ปันพงษ์ (Akkarong Punpong)^{1*}

Received: February 13, 2025

Revised: June 21, 2025

Accepted: July 7, 2025

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาการพัฒนาภาพยนตร์แนวซูเปอร์ฮีโร่เพื่อไปสู่ความนิยมของมาร์เวลสตูดิโอ และ 2) ประยุกต์เพื่อหาแนวทางการสร้างความนิยมสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย ระเบียบวิธีวิจัยใช้การวิจัยเชิงคุณภาพ ใช้วิธีการศึกษาด้วยการวิเคราะห์เชิงพรรณนาและตัวบทผ่านสื่อภาพยนตร์ของมาร์เวลสตูดิโอและการวิจัยเอกสาร เก็บข้อมูลด้วยการสัมภาษณ์เชิงลึก ผลการวิจัยพบว่า 1) รูปแบบในการพัฒนาภาพยนตร์ของมาร์เวลสตูดิโอที่ประสบความสำเร็จอยู่ในลักษณะของการปรับตัวรูปแบบตามกระแสธุรกิจและเทคโนโลยีสื่อที่เปลี่ยนแปลง โดยเริ่มที่ร้อยเรียงเนื้อหาภาพยนตร์แต่ละเรื่องเข้าด้วยกัน หลังจากนั้นคัดเลือกทีมเขียนบทและผู้กำกับพร้อมกับการคัดเลือกนักแสดงที่เหมาะสมกับภาพยนตร์ และ 2) การประยุกต์แนวทางพัฒนาภาพยนตร์ของมาร์เวลสตูดิโอกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทย ได้แก่ เฟส 1 แผนระยะสั้น 1-5 ปี เป็นการส่งเสริมงบประมาณโดยตรงจากภาครัฐ รวมถึงการออกนโยบายสนับสนุนต่าง ๆ ตลอดจนการออกข้อกฎหมายบังคับในระยะสั้น เฟส 2 แผนระยะกลางต่อจากแผนระยะสั้น เป็นการออกนโยบายและข้อกฎหมายต่าง ๆ ที่ชัดเจน รวมถึงการพัฒนาโครงสร้างพื้นฐานที่ทันสมัยเกี่ยวกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ และเฟส 3 แผนระยะยาว 10-20 ปี พัฒนาแรงงานเพื่อเข้าสู่ระบบและการต่อยอดเทคโนโลยีตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่แล้ว

คำสำคัญ: กลวิธี, ภาพยนตร์แนวซูเปอร์ฮีโร่, มาร์เวลสตูดิโอ

Abstract

This research aimed to 1) examine the development of superhero films that contributed to the popularity of Marvel Studios and 2) propose guidelines to enhance the popularity of Thailand's film industry. A qualitative research methodology was employed, involving descriptive and textual analysis of Marvel Studios films and document research. Data were collected through in-depth interviews. The research findings indicate that: 1) The success of Marvel Studios' film development model lies in its ability to adapt to evolving business trends and media technologies. This process begins with integrating individual film narratives into a cohesive storyline, followed by the careful selection of screenwriters and directors, as well as casting actors suited to each film. And 2) The adaptation of Marvel Studios' film

¹ สาขาวิชานิเทศศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏพิบูลสงคราม

Communication Arts Program, Faculty of Management Sciences, Phibulsongkram Rajabhat University

*Corresponding Author, Email: akkarong.p@psru.ac.th

development approach for Thai film industry including: 1) Short-term Plan (1–5 years), which involves direct government budget support, policy implementation, and regulatory measures; 2) Medium-term Plan (5–10 years), which expands upon the short-term plan by establishing clear policies and laws while developing modern infrastructure for the film industry; and 3) Long-term Plan (10–20 years), which focuses on workforce development, industry integration, and the enhancement of existing technology and infrastructure.

Keywords: Strategies, Superhero Films, Marvel Studios

บทนำ

มาร์เวลสตูดิโอ (Marvel Studio) เป็นค่ายการ์ตูนซูเปอร์ฮีโร่ (Superhero) ที่โด่งดังในอเมริกา ก่อตั้งเมื่อปี ค.ศ. 1939 โดยเน้นไปที่ธุรกิจหนังสือการ์ตูนซูเปอร์ฮีโร่ (Marvel Comics) จุดเปลี่ยนที่สร้างความแตกต่างของมาร์เวลสตูดิโอ คือจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวล (Marvel Cinematic Universe) หรือที่เรียกย่อว่า MCU นั้นเป็นการผลิตภาพยนตร์ซูเปอร์ฮีโร่หลาย ๆ เรื่องของมาร์เวลที่มีความเกี่ยวเนื่องกัน โดยเริ่มต้นจากซูเปอร์ฮีโร่แต่ละคน แล้วนำหลาย ๆ คนมารวมกันในภาพยนตร์อีกเรื่อง แต่ละเรื่องมีความเกี่ยวเนื่องกัน เรียกได้ว่าเป็นแฟรนไชส์ภาพยนตร์ โดยในช่วงระยะเวลา 16 ปี (ค.ศ. 2008-2024) มาร์เวลได้ผลิตภาพยนตร์ทั้งหมดออกเป็น 4 ช่วง (phase) จำนวนมากกว่า 30 เรื่อง และมีกว่า 10 เรื่องที่ทำรายได้จากการฉายทั่วโลกมากกว่า 1 พันล้านดอลลาร์ (ทัศนีย์ สาลีโกชน, 2565) รวมถึงแผนงานระยะยาวที่เควิน ไฟกี (Kevin Feige) ได้วางแผนการสร้างภาพยนตร์และซีรีส์ต่อไปในเฟส 5 และ 6 ปัจจัยความสำเร็จเหล่านี้ มาจากฐานผู้ชมภาพยนตร์ฮีโร่ในคอมิกส์ (Comics) ตั้งเดิมบวกกับการสร้างแบรนด์ที่กว้างขึ้นเมื่ออยู่ภายใต้แบรนด์ของดิสนีย์ (Disney) (เวทเชล และเวทเชล, 2565) ดังนั้น การศึกษากลวิธีในการก่อร่างสร้างองค์กรและพัฒนาภาพยนตร์แนวซูเปอร์ฮีโร่เพื่อนำไปสู่ความนิยมจะทำให้ได้องค์ความรู้ที่จะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาสื่อบันเทิงคดีและการปรับตัวขององค์กรสื่อสิ่งพิมพ์ดั้งเดิมมาสู่สื่อยุคสตรีมมิ่ง โดยสามารถนำมาประยุกต์ในการสร้างสรรค์ภาพยนตร์ของไทยได้

การทบทวนวรรณกรรม

1. แนวคิดเกี่ยวกับภาพยนตร์และซูเปอร์ฮีโร่ ภาพยนตร์ที่จะถูกเรียกว่าเป็นภาพยนตร์ซูเปอร์ฮีโร่ได้นั้นจะต้องมีองค์ประกอบเรื่องราวที่ประกอบสร้างขึ้นมากกว่าจะเป็นซูเปอร์ฮีโร่ตลอดจนการดำเนินภาพยนตร์ โดย Campbell (2008) ได้นำเสนอลักษณะของรูปแบบเนื้อเรื่องการผจญภัยของความเป็นซูเปอร์ฮีโร่เอาไว้ โดยทำการแบ่งช่วงของเนื้อเรื่องออกเป็นทั้งหมด 3 ช่วง ได้แก่ 1) ก่อนการเริ่มต้นการผจญภัย 2) การเริ่มต้นเข้าสู่การเป็นซูเปอร์ฮีโร่ และ 3) คือการกลับมาเริ่มผจญภัย ซึ่งเป็นเนื้อเรื่องเมื่อตัวละครได้พัฒนาเป็นฮีโร่ที่สมบูรณ์และเริ่มต้นการผจญภัย

2. แนวคิดอุตสาหกรรมและธุรกิจภาพยนตร์ แนวคิดดังกล่าวเติบโตมาจากประเทศสหรัฐอเมริกาเนื่องจากประวัติศาสตร์ของการกำเนิดภาพยนตร์ในประเทศสหรัฐอเมริกา มีเป้าหมายหลักเพื่อคนทั่วไปหรือมวลชนได้บริโภค ดังนั้น การตลาดภาพยนตร์แบบประเทศสหรัฐอเมริกาซึ่งเป็นกระบวนการผลิตเพื่อหวังผลกำไรต้องอาศัยการบริหารจัดการให้เกิดมูลค่าเพิ่มตลอดระบบโซ่มูลค่า (value chain) ในขณะที่หลักเศรษฐศาสตร์ทั่วไปจะเน้นกระบวนการ 5 ขั้นตอน คือ ขั้นตอนการพัฒนา (film development) ขั้นตอนการผลิต (production) ขั้นตอนการเผยแพร่และการจัดจำหน่าย (distribution) ขั้นตอนการฉายภาพยนตร์ (exhibition) และขั้นการบริโภค (consumption) (วิระชัย ตั้งสกุล, 2558)

3. แนวคิดและทฤษฎีเกี่ยวกับการสื่อสาร Soft Power Joseph Nye (2008) ได้บัญญัติศัพท์คำว่า “Soft Power” ไว้ว่า “อำนาจอ่อนเป็นการครอบงำทำให้ประเทศอื่น ๆ ร่วมมือและปฏิบัติตามความประสงค์ของผู้ใช้อำนาจนั้น โดยไม่รู้สึกรังเกียจบังคับ ดังนั้น ความนิยมชมชอบจะเกิดจากได้ประโยชน์ร่วมกัน” หากมองในแง่ของมิติการสื่อสาร Soft Power คือ พลังประชาชน (civilian power) เป็นพลังในการทำให้การสื่อสารผ่านวัฒนธรรมนั้นเป็นที่นิยม ดังเช่น ภาพยนตร์อเมริกันที่แสดงให้เห็นถึงอิทธิพลทางการสื่อสารผ่านวัฒนธรรมของสหรัฐอเมริกาที่ได้แพร่หลายออกไปอย่างกว้างขวางและถ่ายทอด “คุณค่าแบบอเมริกัน” ออกไปยังชาวโลก

วิธีการวิจัย

ในการวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ใช้วิธีวิจัยเชิงคุณภาพ โดยมีรายละเอียดดังต่อไปนี้

1. กลุ่มผู้ให้ข้อมูลหลัก มีการคัดเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบเฉพาะเจาะจง ดังต่อไปนี้ ภาพยนตร์และซีรีส์ของมาร์เวลสตูดิโอที่นำเสนอในดิสนีย์พลัส (Disney+) กลุ่มเอกสาร ได้แก่ นิตยสาร, สื่อออนไลน์ และงานวิจัยที่มีเนื้อหาเกี่ยวข้องกับซูเปอร์ฮีโร่มาร์เวล, อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูด (Hollywood), อุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย และกลุ่มบุคคลทั้งหมด 4 ท่าน โดยมีความเชี่ยวชาญในด้านต่าง ๆ ได้แก่ ผู้กำกับภาพยนตร์ไทย นักวิจารณ์ภาพยนตร์ และผู้เชี่ยวชาญด้านมาร์เวลสตูดิโอ

2. การเก็บข้อมูล วิเคราะห์ และนำเสนอข้อมูล ลำดับแรกผู้วิจัยทำการเก็บรวบรวมข้อมูลทั้งหมด ได้แก่ กลุ่มภาพยนตร์และซีรีส์ (วิเคราะห์ตัวบทและเนื้อหา), กลุ่มเอกสารและงานวิจัย (วิจัยเอกสาร) และกลุ่มบุคคล (สัมภาษณ์เชิงลึก) ทั้งนี้ กระบวนการเก็บข้อมูลจะปฏิบัติตามได้จริยธรรมการวิจัยดังเอกสารรับรองการวิจัยในมนุษย์ PSRU-EC No.2023/049 หลังจากนั้น ทำการวิเคราะห์เชิงพรรณนาเพื่อตอบวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 และข้อที่ 2

ผลการวิจัย

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 1 เพื่อศึกษาการพัฒนาภาพยนตร์แนวซูเปอร์ฮีโร่เพื่อนำไปสู่ความนิยมของมาร์เวลสตูดิโอ ดังรายละเอียดต่อไปนี้

1. พัฒนาการในการสร้างความนิยมของภาพยนตร์มาร์เวลสตูดิโอ:

1.1 ยุคมาร์เวลคอมิกส์ มาร์เวลสตูดิโอเกิดมาจากหนังสือการ์ตูนมาร์เวลซูเปอร์ฮีโร่ (Marvel Comics) โดยมาร์ติน กูดแมน (Martin Goodman) ในปี ค.ศ. 1939 ในนามบริษัท ไทม์ลี พับลิเคชันส์ (Timely Publications) โดยกระแสความนิยมด้วยจุดเด่นที่เป็นเครื่องหมายการค้าของมาร์เวลคือ ซูเปอร์ฮีโร่ของมาร์เวลมาพร้อมกับความบกพร่อง ความขัดแย้งที่ดูเป็นมนุษย์ ทำให้สำนักพิมพ์ได้รับพนักงานและนักเขียนมากมาย เช่น โจ ซีมอน (Joe Simon) และแจ็ก เคอร์บี้ (Jack Kirby) และด้วยกระแสความนิยมดังกล่าวทำให้มาร์เวลต้องการซูเปอร์ฮีโร่ที่มีจุดขายในความสมบูรณ์แบบเช่นกัน ดังนั้น กัปตันอเมริกา (Captain America) จึงถือกำเนิดขึ้นมา โดยสร้างมาในรูปแบบเชิงสัญลักษณ์ของอเมริกาเพื่อต่อสู้กับฝ่ายอักษะในสงครามโลกครั้งที่ 2 ตั้งชื่อเรื่องว่า Captain America Comics ในปี ค.ศ. 1941 สำนักพิมพ์รับพนักงานที่ภายหลังจะกลายมาเป็นผู้ยิ่งใหญ่ที่สุดของมาร์เวลคอมิกส์อย่าง สแตนลีย์ มาร์ติน ลีเบอร์ (Stanley Martin Lieber) หรือ “สแตน ลี” สำหรับยุคเงินของคอมิกส์เริ่มต้นในช่วงทศวรรษที่ 1960 โดยทางมาร์เวลได้รีแบรนด์ (Rebrand) ตัวเองใหม่เป็นมาร์เวลคอมิกส์กรุ๊ป (Marvel Comics Group) โดยเน้นโครงเรื่องที่ความสมจริงทำให้ฮีโร่เป็นดังคนธรรมดาทั่วไป มีพลังอำนาจแต่มีข้อบกพร่อง จึงเป็นที่มาของการสร้างกลุ่มซูเปอร์ฮีโร่แฟนแทสติกโฟร์ (Fantastic Four) หรือซูเปอร์ฮีโร่เพื่อนบ้านที่แสนดีสไปเดอร์แมน หลังจากประสบความสำเร็จก็ได้มีการสร้างฮีโร่เพิ่มเติมขึ้นมาตามมากมาย ได้แก่ ฮัลค์ (Hulk), ไอรอนแมน (Iron Man), ธอร์ (Thor), แดร์เดวิล (Daredevil), แอนท์แมน (Ant Man), กลุ่มเอ็กซ์เมน (X-Men) และ The Avengers

ที่เป็นการรวมทีมของเหล่าซูเปอร์ฮีโร่ ทั้งนี้ ในช่วงปี ค.ศ. 1964-1969 มาร์เวลสามารถตีพิมพ์คอมิกส์ถึง 831 ล้านเล่ม

เมื่อวงการภาพยนตร์ฮอลลีวูดกำลังเริ่มได้รับความนิยมประกอบกับธุรกิจหนังสือการ์ตูนเริ่มอัมตัมมาร์เวลคอมิกส์จึงเริ่มมองหาทางเลือกใหม่ ๆ ในการทำธุรกิจ ในปี ค.ศ. 1976 มาร์เวลออกใบอนุญาตทรัพย์สินทางปัญญาตัวละครให้กับบรรดาบริษัทของเล่นและบริษัทธุรกิจบันเทิงต่าง ๆ ซึ่งเป็นผลพวงจากการปิดกิจการของ Marvel Cadence Industry ในปี ค.ศ. 1986 บริษัท นิวเวิลด์ เอนเตอร์เทนเมนต์ (New World Entertainment) ได้เข้าซื้อกิจการมาร์เวลคอมิกส์กรุ๊ป (Marvel Comics Group) และมาร์เวลโปรดักชัน (Marvel Production) เปลี่ยนชื่อเป็นมาร์เวลเอนเตอร์เทนเมนต์กรุ๊ป (Marvel Entertainment Group) ในปี ค.ศ. 1991 มาร์เวลได้ระดมทุนโดยการขายหุ้นต่อสาธารณะหลังการเข้าสู่ตลาดหุ้น เพื่อให้พ้นจากภาวะล้มละลาย ทำให้ต่อมา มาร์เวลเอนเตอร์เทนเมนต์กรุ๊ป ก่อตั้งมาร์เวลฟิล์ม (Marvel Films) ขึ้นในปี ค.ศ. 1993 และทำข้อตกลงร่วมทุนกับบริษัท ทอยบิซ (Toybiz) เพื่อช่วยทำให้บริษัทมาร์เวลเป็นที่รู้จักมากขึ้นผ่านการให้สิทธิ์ตัวละครไปยังสตูดิโอต่าง ๆ

1.2 ยุคมาร์เวลสตูดิโอ มาร์เวลฟิล์มได้เปลี่ยนชื่อเป็นมาร์เวลสตูดิโอในปี ค.ศ. 1996 และในปีต่อมา บริษัททอยบิซได้ซื้อมาร์เวลเอนเตอร์เทนเมนต์กรุ๊ปเพื่อยุติการล้มละลาย โดยได้มีการควบรวมกิจการเป็นบริษัท มาร์เวลเอนเทอร์ไพรส์ (Marvel Enterprise) รวมถึงติดตามข้อตกลงทางลิขสิทธิ์ในตัวละครที่มาร์เวลเคยขายออกไปเพื่ออัปเดตสัญญาและรายได้ใหม่ ทั้งนี้ ความพยายามกว่า 20 ปี ในการออกใบอนุญาตและการนำฮีโร่เข้าสู่เวทีฮอลลีวูดประสบความสำเร็จ เมื่อเบลต (Blade) ภาพยนตร์ซูเปอร์ฮีโร่ของมาร์เวลเปิดตัวโดยบริษัท นิวไลน์ ซิเนม่า (Newline Cinema) เปิดตัวฉายเมื่อปี ค.ศ. 1998 หลังจากประสบความสำเร็จในภาคแรก นิวไลน์ก็ได้ทำภาคอีก 2 ภาค หลังจากเบลตประสบความสำเร็จ ในปี ค.ศ. 1999 บริษัท ทเวนตีฟิฟธ์ เซนจูรี ฟ็อกซ์ (20th Century Fox) เริ่มถ่ายทำเอ็กซ์เมน (X-Men) กลุ่มตัวละครฮีโร่มนุษย์กลายพันธุ์ โดยเข้าฉายเมื่อกรกฎาคม ค.ศ. 2000 หลังจากนั้น ทเวนตีฟิฟธ์ เซนจูรี ฟ็อกซ์ ได้ขยายภาพยนตร์จักรวาลเอ็กซ์เมนออกไปอีกหลายเรื่อง เมื่อถึงคราวภาพยนตร์สไปเดอร์แมนที่สร้างโดยบริษัท โคลัมเบียพิกเจอร์ส (Columbia Pictures) และจัดจำหน่ายโดยบริษัท โซนี่ พิกเจอร์ส (Sony Pictures) ที่ออกฉายในปี ค.ศ. 2002 หลังจากนั้น โซนี่ก็ได้ผลิตภาพยนตร์จักรวาล สไปเดอร์แมนอีกหลากหลายเรื่อง หลังจากนั้นเป็นต้นมา ภาพยนตร์ซูเปอร์ฮีโร่ที่มาร์เวลขายสิทธิ์ไปได้ออกฉายตามมามากมาย เช่น แดร์เดวิล (Daredevil) และโกสต์ไรเดอร์ (Ghost Rider) เป็นต้น จากการที่เหล่าตัวละครมาร์เวลเริ่มลงหลักปักฐานในวงการฮอลลีวูด ทั้งนี้ เหล่าสตูดิโอภาพยนตร์สามารถทำกำไรจากการซื้อสิทธิ์ตัวละครฮีโร่จากมาร์เวลไปสร้างรายได้มากมาย แต่ทางมาร์เวลสตูดิโอได้เพียงค่าลิขสิทธิ์และส่วนแบ่งการตลาดไปเพียงไม่กี่เปอร์เซ็นต์ จึงเป็นที่มาของแนวคิดการนำฮีโร่มาผลิตภาพยนตร์เอง จุดเปลี่ยนสำคัญในการลงหลักปักฐานในวงการฮอลลีวูดมาถึงเมื่อมาร์เวลแต่งตั้งไควน ฟิกี้เข้ามาควบคุมดูแลการผลิตภาพยนตร์ในปี ค.ศ. 2000 ทั้งนี้ ทางมาร์เวลได้หยุดกระบวนการขายสิทธิ์ตัวละคร จนเมื่อปี ค.ศ. 2005 มาร์เวลร่วมมือกับพาราเมาท์ (Paramount) ได้รับสิทธิ์ในการจัดจำหน่าย โดยเริ่มระดมทุนและซื้อสิทธิ์ตัวละครมาร์เวลกลับมาและเริ่มกระบวนการสร้างภาพยนตร์รวมละครจักรวาลฮีโร่มาร์เวล

1.3 กำเนิดจักรวาลภาพยนตร์ Marvel Cinematic Universe (MCU)

1.3.1 Phase 1 เปิดจักรวาลลองผิดลองถูก แผนการเบื้องต้น คือ มาร์เวลสตูดิโอตั้งสิทธิ์ในการสร้างตัวละครพื้นฐานอเวนเจอร์สรุ่นแรกกลับมาทั้งหมดแล้ว ได้แก่ กัปตันอเมริกา, ไอรอนแมน, ธอร์, ฮัลค์ ฯลฯ โดยมาร์เวลจะต้องสร้างภาพยนตร์เปิดจักรวาลและแนะนำตัวฮีโร่แต่ละคนก่อน หลังจากนั้นจะเป็นภาพยนตร์รวม ทีมอเวนเจอร์สเรื่องที่ 4 ปิดเฟสที่ 1 จากการสำรวจความนิยมของผู้ชมและกลุ่มเด็กที่นิยมของเล่นฮีโร่มาร์เวลทำให้เกิดภาพยนตร์เปิดตัวของจักรวาลนี้คือ **ไอรอนแมน มหาประลัย คน เกราะ เหล็ก**

(Iron Man) ที่ทำรายได้ทั่วโลกไป 585 ล้านดอลลาร์ในปี ค.ศ. 2008 และจากความสำเร็จของภาพยนตร์ส่งผลกระทบต่อในส่วนของยอดขายของเล่นที่เพิ่มขึ้นกว่า 40 เปอร์เซ็นต์ หลังจากนั้นภาพยนตร์เรื่อง **มนุษย์ตัวเขียวจอมพลัง (The Incredible Hulk)** เวอร์ชันรีบูท (Reboot Version) ก็เข้าฉายในปีเดียวกัน ในปี ค.ศ. 2009 วอลท์ดิสนีย์ (Walt Disney) ได้ซื้อบริษัท มาร์เวลฯ โดยดิสนีย์ได้ทยอยซื้อสิทธิ์ตัวละครกลับมาทำให้มาร์เวลสตูดิโอสามารถสร้างภาพยนตร์จักรวาล MCU ได้อย่างเต็มที่ นอกจากนี้ ดิสนีย์ยังทำการซื้อสิทธิ์ในการจัดจำหน่ายภาพยนตร์คืนจากพาราเมาท์ พิคเจอร์ส และในส่วนของผู้บริหารมาร์เวล เควิน ไฟกีจะอยู่ในฐานะประธานและผู้อำนวยการสร้างหลัก โดยเพิ่มหลุยส์ เดอเอสโพซิโต (Louis D'Esposito) ในฐานะประธานร่วมและผู้อำนวยการสร้างวิซลเอฟเฟกต์ ส่วนวิกตอเรีย อลอนโซ (Victoria Alonso) ดูแลเรื่องสื่อมวลชนสัมพันธ์และการประสานงานทั้งหมด หลังจากปี ค.ศ. 2008 เป็นต้นมา มาร์เวลได้ทำข้อตกลงในการผลิตภาพยนตร์อีก 4 เรื่อง โดยเริ่มจากการต่อยอดภาพยนตร์ **มหาประลัยคนเกราะเหล็ก 2 (Iron man 2)** โดยเป็นการเล่าเรื่องต่อจากภาคแรกโดยตรง โดยภาพยนตร์เรื่องนี้ถือว่าประสบความสำเร็จต่อยอดได้จากภาคแรก และสำหรับภาพยนตร์เรื่องถัดไป คือ **ธอร์ เทพเจ้าสายฟ้า (Thor)** ที่ถึงแม้ว่าจะไม่ประสบความสำเร็จเท่าไอรอนแมน แต่ก็ถือเป็นภาพยนตร์เปิดตัวตัวละครที่ทำได้ดี และมาถึงภาพยนตร์ฮีโร่อันดับต้น ๆ ของมาเวลคอมิกส์อย่าง **กัปตันอเมริกา: อเวนเจอร์ที่ 1 (Captain America: The First Avenger)** โดยออกฉายทั่วโลกในปี ค.ศ. 2011 ทั้งนี้ มาร์เวลสตูดิโอกำหนดให้ภาพยนตร์เรื่องนี้ไปผูกภาพยนต์รวมทีมอเวนเจอร์สเป็นภาพยนตร์เรื่องสุดท้ายที่จัดจำหน่ายโดยพาราเมาท์ หลังจากที่ดินิวยอร์กซื้อกิจการมาร์เวล นับตั้งแต่ภาพยนตร์ Iron Man 1 ฉาย สิ่งทีเควิน ไฟกี และทีมงานมาร์เวลสตูดิโอทำต่อไปคือปูเรื่องไปสู่วิทยุภาพยนต์เรื่องสุดท้ายของเฟส 1 คือ ภาพยนตร์ **The Avengers** เป็นการ “Crossover” เหล่าซูเปอร์ฮีโร่ที่โลกภาพยนต์ยังไม่เคยมีใครทำมาก่อน สิ่งเหล่านี้ทำให้เกิดความแปลกใหม่ให้กับวงการภาพยนตร์ และสิ่งที่ผลักดันให้ภาพยนตร์รวมทีมนี้น่าสนใจมากขึ้นก็คือบทภาพยนตร์ที่เหล่าตัวละครฮีโร่ที่มารวมตัวนี้ มีแรงจูงใจ ภูมิหลัง และมุมมองที่แตกต่างกัน กล่าวได้ว่าทุกคนมีมิติความเป็น “มนุษย์” และจะมีเรื่องราว “ความขัดแย้ง” ก่อนที่จะร่วมแรงร่วมใจกัน หลังจากเข้าฉายในปี ค.ศ. 2012 The Avengers ทำรายได้ถึง 1,519 ล้านดอลลาร์

1.3.2 Phase 2 ต่อยอดความสำเร็จ ในเฟส 2 ในจักรวาลภาพยนตร์ MCU ตามแผนการที่เควิน ไฟกีได้วางไว้นั้น มีทั้งหมด 6 เรื่องโดยเข้าฉายตั้งแต่ปี ค.ศ. 2012-2015 โดยเรื่องราวจะเป็นเล่าต่อจากเฟสแรก โดยในช่วงแรกของเฟสจะเป็นการเล่าเรื่องภาคต่อในกลุ่มซูเปอร์ฮีโร่ชุดแรก ก่อนจะค่อย ๆ เพิ่มฮีโร่ลงในเนื้อเรื่องของฮีโร่หลักและค่อย ๆ ขยายจักรวาลออกไปอย่างค่อยเป็นค่อยไป เรื่องแรกของเฟส 2 คือ **Iron Man 3** เป็นภาพยนตร์ปิดไตรภาคเรื่องราวของโทนี่ สตาร์ค (Tony Stark) ที่เรื่องราวจะเล่าเรื่องต่อจากศึกอเวนเจอร์สในภาพยนตร์ The Avengers โดยตรง และในปีเดียวกัน มาร์เวลก็ฉายภาพยนตร์ภาคต่อของเทพเจ้าสายฟ้าธอร์ **ธอร์ เทพเจ้าสายฟ้าโลกาพิภพ (Thor: The Dark World)** โดยเป็นการเล่าเรื่องในลักษณะการขยายจักรวาลของธอร์ โดยภาพยนตร์เรื่องนี้ มีการโยน Easter Egg Infinity stone “มณีความเป็นจริง” เพื่อเชื่อมโยงเรื่องราวต่อไปยังสงครามชิงมณีต่อไป ทั้งนี้จากแนวทางใหม่ของเควิน ไฟกีที่อยากได้ภาพยนตร์แนวระทึกขวัญ ไล่ล่า แบบ old school โดยไอเดียได้ถูกมานำเสนอให้เป็นแนวทางในการสร้างภาพยนตร์เรื่องถัดไปอย่าง **Captain America: Winter Soldier** และภาพยนตร์เรื่องที่ 4 ในเฟส 2 เป็นความท้าทายครั้งใหม่ทางมาร์เวลต้องการเปิดตัวกลุ่มฮีโร่ที่อยู่นอกโลกเป็นครั้งแรก โดยเป็นการนำฮีโร่จากคอมิกส์ **Guardians of the Galaxy** มาขึ้นจอเงิน มาถึงในปี ค.ศ. 2015 ภาพยนตร์รวมทีมอเวนเจอร์สภาคที่ 2 อย่าง **Avengers: Age of Ultron** ได้ โดยภาพยนตร์เรื่องนี้จะเป็นร้อยเรียงเรื่องราวในภาพยนตร์เฟส 2 เข้าด้วยกันทั้ง ทั้งนี้ในเรื่องจะมีการปรากฏตัวฮีโร่ใหม่อย่าง ควิกซิลเวอร์ (quicksilver) และสการ์เล็ตวิทช์ (Scarlet Witch) รวมถึงวิชชั่น ทั้งนี้จากความขัดแย้งระหว่างกัปตันอเมริกาและไอรอนแมนที่ทำให้

การรวมทีมอเวนเจอร์สใหม่ที่ส่งผลให้ทีมต้องแตกในอนาคต และมาถึงภาพยนตร์ปิดเฟส 2 ในปลายปีอย่าง **มนุษย์มดมหากาฬ (Ant-Man)** ก็ได้ปรากฏสู่สายตาชาวโลก ทั้งนี้ยังมีการปรับเรื่องราวให้แอนท์แมนเป็นหนึ่งแนวครอบครัวที่ไม่ได้มีฉากใหญ่โตอลังการ แต่เน้นไปที่ฉากการกรรมย่อส่วนภายในบ้าน จากความสำเร็จในเฟสที่ 1-2 มาร์เวลสตูดิโอได้ลงหลักปักฐานในฮอลลีวูดอย่างมั่นคง จากกำหนดการที่เคยวางไว้ในกาฉายภาพยนตร์จักรวาล MCU ปีละ 2 เรื่อง จึงเปลี่ยนเป็นปีละ 3 เรื่อง รวมทั้งหมดเป็น 9 เรื่องในเฟส 3

1.3.3 Phase 3 สู่จุดสูงสุด/ปิดภาค Infinity Saga สำหรับโปรเจกต์แรกของเฟส 3 ตั้งแต่ปี ค.ศ. 2016-2019 คือ การเข้าเจรจาเพื่อขอสิทธิ์ให้สไปเดอร์แมนเข้าสู่จักรวาล MCU โดยมาร์เวลเป็นผู้สร้างภาพยนตร์ โดยโซนี่จะดูแลเรื่องการตลาดและผลกำไรจากการฉายภาพยนตร์ และเมื่อข้อตกลงกับโซนี่ลุล่วง มาร์เวลก็ดำเนินการพัฒนาโปรเจกต์ภาพยนตร์เฟส 3 ตามที่ได้วางแผนไว้ เพื่อต่อยอดจากเฟส 1 และเฟส 2 โดยภาพยนตร์ที่วางแผนไว้ทั้งหมด 9 เรื่อง โดยเริ่มในกลางปี ค.ศ. 2016 คือ ภาพยนตร์ **กัปตันอเมริกา: คิกรือร้อร่าโลก (Captain America: Civil War)** โดยได้อะคอมิกส์ชุด Civil War มาใช้โดยมีการปรับปรุงเนื้อหาในภาพยนตร์ให้เป็นไปตามการเดินเรื่องของจักรวาล MCU แต่เพิ่มมิติความขัดแย้งที่ถล่มถล่มลงไปมากกว่าเดิม ที่ทำให้กัปตันอเมริกาและไอรอนแมนต้องต่อสู้กันอย่างรุนแรง และสิ่งที่เซอร์ไพรส์คนดู คือ การนำสไปเดอร์แมนกลับมาเข้าสู่จักรวาล MCU เป็นครั้งแรก ถือเป็นการปิดไตรภาคภาพยนตร์กัปตันอเมริกา โดยสมบูรณ์แบบ โดยเรื่องราวได้ส่งต่อความแตกแยกของเหล่าฮีโร่ที่บ้านปลายไปจนภาพยนตร์รวมทีมอเวนเจอร์ส ส่วนโปรเจกต์ต่อไปในภาพยนตร์ **รวมพันธมิตรผู้พิทักษ์จักรวาล 2 (Guardians of the Galaxy Vol. 2)** ที่มีจุดเด่นเช่นเดียวกับภาคแรก และที่สำคัญคือมีจุดเชื่อมโยงไปยังภาพยนตร์รวมทีมอเวนเจอร์สเช่นกัน ลำดับถัดมาเป็นภาคต่อของภาพยนตร์ทีมเทพเจ้าอย่างเทพเจ้าสายฟ้าธอร์ **ศึกอวสานเทพเจ้า (Thor: Ragnarok)** ภาคนี้มีโทนอารมณ์ที่แสดงออกมาในฉากต่าง ๆ ผ่อนคลายลง ซึ่งเป็นจุดเรียกความนิยมให้กับภาพยนตร์เรื่องนี้ นอกจากนี้จุดเด่นอีกอย่างของธอร์ภาคนี้ คือ เพลงประกอบที่เร้าใจและเป็นเพลงที่เคยฟังติดหูมาอยู่แล้วอย่างเพลง Immigrant Song ของวง Led Zeppelin วงดนตรีร็อกชื่อดังจากอังกฤษ และสำหรับภาพยนตร์ภาคต่อเรื่องสุดท้ายของเฟส 3 อย่างภาพยนตร์ **แอนท์-แมน และเดอะ วอสพ์ (Ant-Man and the Wasp)** โดยภาพยนตร์เรื่องนี้ได้เปิดตัว “เดอะวอสพ์ (The Wasp)” ฮีโร่คนใหม่และเป็นภาพยนตร์จักรวาล MCU เรื่องแรกที่ใช้ชื่อเรื่องที่มีชื่อฮีโร่หญิงอยู่ด้วย

ในส่วนของภาพยนตร์จักรวาล MCU เปิดตัวฮีโร่ใหม่ของเฟส 3 เริ่มต้นที่ภาพยนตร์เปิดตัวของฮีโร่จอมเวทย์ ดร.สเตรนจ์ โดยเป็นเรื่องของเวทมนตร์และสิ่งลึกลับ สำหรับจุดเด่นภายในเรื่องคือฉากที่ใช้วิชวลเอฟเฟกต์ (visual effect) และคอมพิวเตอร์กราฟิก (CG) ที่เหมือนกับเอาภาพยนตร์ชื่อดังอย่างจิตพิฆาตโลก (Inception) มาต่อยอด ทำให้หลังจากที่ภาพยนตร์ **จอมเวทย์มหากาฬ (Doctor Strange)** เข้าฉายในช่วงปลายปี ค.ศ. 2016 ภาพยนตร์ทำได้ไป 677.7 ล้านดอลลาร์ หลังจากนั้น 1 ปี ภาพยนตร์ฮีโร่เดี่ยวของสไปเดอร์แมนเวอร์ชันจักรวาล MCU ที่ทางมาร์เวลสตูดิโอผลิตเองอย่าง **Spider Man: Homecoming** เข้าฉาย โดยจุดเด่นในเรื่องคือตัวสไปเดอร์แมน หรือปีเตอร์ ปาร์คเกอร์ ในวัยที่ยังเรียนโรงเรียนมัธยมปลายที่พยายามพิสูจน์ความเป็นฮีโร่ให้ไอรอนแมนยอมรับและป้าเมย์เวอร์ชันสาวเซ็กซี่ที่ไม่เคยปรากฏในภาพยนตร์สไปเดอร์แมนเวอร์ชันใดมาก่อน หลังจากเปิดตัวจักรวาลภาพยนตร์ MCU ไปจนถึงปลายเฟส 3 แล้ว 1 ในฮีโร่หน้าใหม่ที่มาร์เวลนำเสนอ คือ แบล็กแพนเธอร์ ถือว่าเป็นจุดเริ่มต้นในการเล่าเรื่องภาพยนตร์ด้วยการมีซูเปอร์ฮีโร่เป็นคณิชา และกำกับดูแลโดย ผู้กำกับผิวสีแอฟริกัน-อเมริกันอย่างไรอัน คูเกลอร์ ที่เคยฝากผลงานโดดเด่นในภาพยนตร์เรื่อง Creed ภาคต่อจาก Rocky และจุดที่ดูโดดเด่นมากในภาพยนตร์ **Black Panther** จากกระแสความนิยมและการนำเสนอความแปลกใหม่ในสังคมชาวแอฟริกันทำให้หลังจากเข้าฉายในช่วงต้นปี ค.ศ. 2018 ทำให้ภาพยนตร์เรื่องนี้กวาดรายได้ไปถึง 1,347 ล้านดอลลาร์ และ

มาถึงภาพยนตร์ลำดับที่ 21 ของจักรวาล MCU “Captain Marvel” เป็นภาพยนตร์เปิดตัวซูเปอร์ฮีโร่ที่เก่งที่สุดในจักรวาลมาร์เวล โดยเป็นภาพยนตร์เรื่องแรกของสตูดิโอที่มีตัวละครหลักเป็นฮีโร่หญิง ทั้งนี้จุดเด่นของภาพยนตร์เรื่องนี้คือการชูเรื่องบทบาทของผู้หญิงในภาพยนตร์มาร์เวลโดยตรง

จุดสูงสุดที่วางแผนไว้สำหรับเฟส 3 ที่มาร์เวลสตูดิโอได้วางแผนไว้อย่างชัดเจน ประกอบภาพยนตร์อเวนเจอร์สทั้ง 2 เรื่องสุดท้าย ได้แก่ **Avengers: Infinity War** และ **Endgame** กำกับโดยแอนโทนี และโจ รัสโซ โดยแผนงานที่วางไว้คือการรวบรวมซูเปอร์ฮีโร่ทั้งหมดจากภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ ของมาร์เวล โดยทั้ง 2 เรื่องได้มีการเตรียมตัวและวางโครงเรื่องเชื่อมโยงกันตั้งแต่เฟส 1 รวมการเตรียมงานสำหรับการถ่ายทำตั้งแต่ปี ค.ศ. 2015 ทำให้ภาพรวมของภาพยนตร์ที่นำเสนอออกมานั้นดูเข้าใจง่ายและฉะฉาน แอ็คชั่นที่เต็มไปด้วยเอฟเฟกต์ตระการตา รวมถึงมีการเกลี่ยบทให้กับตัวละครต่าง ๆ อย่างเหมาะสม โดยทั้ง 2 เรื่องเข้าฉายในช่วงปี ค.ศ. 2018-2019 ถือเป็นวาระครบรอบ 10 ปี นับตั้งแต่ภาพยนตร์ Iron Man เข้าฉายไปเมื่อปี ค.ศ. 2008 โดยภาพยนตร์ Avengers: Infinity War ทำรายได้ไปถึง 2,052 ล้านดอลลาร์ ส่วน Avengers: Endgame ทำรายได้เป็นสถิติถึง 2,799 ล้านดอลลาร์ ถือเป็นภาพยนตร์ภาคต่อที่ทำเงินสูงสุด (มากกว่าสตาร์วอร์สถึง 2 เท่า) นอกจากนี้ยังเป็นภาพยนตร์ทำรายได้สูงสุดตลอดกาลอันดับ 2 (รองจาก Avatar) หลังจากก้าวสู่จุดสูงสุดของวงการภาพยนตร์ มาร์เวลสตูดิโอ ในช่วงต้นปี ค.ศ. 2019 โดยวอลต์ดิสนีย์เข้าซื้อกิจการของฟ็อกซ์อย่างเป็นทางการด้วยมูลค่า 71,300 ล้านดอลลาร์ ดังนั้นสิทธิ์ภาพยนตร์เอ็กซ์เมน, แพนทาสติกโฟร์ และเดดพูล จะถูกเปลี่ยนเป็นของมาร์เวลสตูดิโอโดยอัตโนมัติ ปัญหาในการนำตัวละครฮีโร่ที่เคยขายสิทธิ์มาใช้ภาพยนตร์ออกไปโดยสมบูรณ์ ภาพยนตร์เรื่องสุดท้ายของเฟส 3 คือ **Spiderman: Far From Home** โดยเนื้อหาเป็นเหตุการณ์ต่อเนื่องหลังจากตอนจบของ Avengers Endgame ไม่นานนัก โดยบอกเล่าถึงชีวิตหลังของสไปเดอร์แมนหลังสงครามธานอส รวมถึงการไว้อาลัยกับไอรอนแมนที่เสียชีวิตลงไป หลังจากเหตุการณ์ตึ้นนี้ เหตุการณ์สำคัญหลังจากนั้นสัญญาข้อตกลงความร่วมมือในการนำสไปเดอร์แมนไปใช้ในภาพยนตร์ระหว่างมาร์เวลและโซนี่ก็สิ้นสุดลง หลังจากนั้น 1 เดือน โซนี่และดิสนีย์ก็ทำข้อตกลงร่วมกันสำเร็จ โดยสไปเดอร์แมนจะกลับมาร่วมจักรวาล MCU ต่อไป

1.3.4 Phase 4 สู่ The Multiverse Saga/จุดสูงสุดคืนสู่สามัญ จากกรณีความสำเร็จของบริษัทสตรีมมิงออนไลน์ชื่อดังอย่างเน็ตฟลิกซ์ (Netflix) และแอมะซอน ไพรม์ วิดีโอ (Amazon Prime Video) ทางวอลต์ดิสนีย์เปิดตัวแอปพลิเคชันสตรีมมิงอย่างดิสนีย์พลัส (Disney+) โดยเปิดบริการในช่วงปลายปี ค.ศ. 2019 ซึ่งในช่วงนั้นโลกได้ถูกโจมตีด้วยโรคระบาดโควิด-19 ในปี ค.ศ. 2020 จึงไม่มีภาพยนตร์เรื่องใดเข้าโรงภาพยนตร์เลย ดังนั้นมาร์เวลสตูดิโอจึงต้องวางแผนการนำเสนอภาพยนตร์และซีรีส์ของมาร์เวลทั้งในโรงภาพยนตร์และทางดิสนีย์พลัสใหม่หมด เนื่องจากภาพยนตร์เฟส 4 เรื่องแรกที่ฉายในโรงภาพยนตร์ปี ค.ศ. 2021 อย่าง **แบล็ค วิโดว์ (Black Widow)** เป็นภาพยนตร์เรื่องแรกที่นำตัวละครนาตาชา โรมานอฟ (Natasha Romanoff) แสดงโดย สการ์เลตต์ โจแฮนส์สัน (Scarlett Johansson) เป็นตัวเอก โดยทำรายได้ไปเพียง 379.6 ล้านดอลลาร์ ทั้งนี้ได้มีการประเมินออกมาว่าอาจเป็นเพราะปัญหาการระบาดของเชื้อไวรัสโควิด-19 รวมถึงจากการมาถึงของแอปพลิเคชันดิสนีย์พลัส ดังนั้นแผนการใหม่ที่ทางมาร์เวลสตูดิโอและเควิน ไฟกิ้นวางไว้เมื่อสถานการณ์โควิดคลี่คลาย คือ การผลิตภาพยนตร์ 5 เรื่อง และซีรีส์ 3 เรื่องต่อไป รวมเป็น 8 เรื่องต่อปี ทั้งนี้เนื้อหาใน MCU เฟส 4 จะเป็นการเปิดจักรวาล “เดอะมัลติเวิร์สซากา (The Multiverse Saga)” โดยโปรเจกต์ภาพยนตร์และซีรีส์ทั้งหลายจะนำไปสู่บทสรุปของมัลติเวิร์สซากาต่อไปในภาพยนตร์สงครามรวมฮีโร่อย่าง Avengers: Secret War ในเฟส 5-6 หลังจากนั้นมาร์เวลเริ่มเปิดตลาดเอเชียและความหลากหลายทางชาติพันธุ์รวมถึง LGBTQ+ โดยที่ภาพยนตร์จักรวาล MCU เริ่มเข้าฉายหลังจากปรับแผนงานคือ ภาพยนตร์เรื่อง **ซาง-ชี กับตำนานสิบแหวน (Shang-Chi and the Legend of the Ten Rings)**

โดยในเรื่องจะเป็นเปิดตัวฮีโร่ชาวเอเชียเป็นครั้งแรกและบรรยากาศหลัก ๆ จะผสมผสานความเป็นจีนกับอเมริกา ทั้งนี้จากกระแสความ “Woke” (โวก) ทำให้ทิศทางภาพยนตร์มาร์เวลเน้นการนำความหลากหลายทางเชื้อชาติและทางเพศ (LGBTQ+) มากขึ้น โดยเปิดตัวภาพยนตร์ฮีโร่พลังเทพเจ้าอย่าง **Eternals** โดยในภาพยนตร์เรื่องนี้มีฮีโร่ถึง 10 ตัว โดยนำเสนอในรูปแบบความหลากหลายทางชาติพันธุ์และทางเพศ โดยมีทั้งฮีโร่ผิวสี เอเชีย ละติน คนพิการ หรือเกย์ หลังจากที่เข้าฉายในช่วงเดือนตุลาคม ค.ศ. 2021 ภาพยนตร์ทำรายได้ไป 402.1 ล้านดอลลาร์

ในขวบปี ค.ศ. 2021 เป็นครั้งแรกที่ดิสนีย์สตรีมมิงภาพยนตร์และซีรีส์ผ่านแอปพลิเคชันดิสนีย์พลัส (Disney+) โดยซีรีส์ที่มาร์เวลสตูดิโอแนะนำได้อีก **วอนดาวิชั่น (WandaVision)** และอีกหนึ่งซีรีส์ที่มาร์เวลสตูดิโอ ผลิตขึ้นมา คือ **The Falcon and the Winter Soldier** ต่อมาในช่วงเวลาใกล้เคียงกันอย่างซีรีส์ **โลกิ (Loki: Season 1)** สำหรับซีรีส์เรื่องถัดมาในช่วงกลางปี ค.ศ. 2021 คือ **สมมติว่า...? (What If...?)** เป็นซีรีส์แอนิเมชันเรื่องแรกที่ผลิตโดยมาร์เวลสตูดิโอโดยตรง และซีรีส์เรื่องสุดท้ายของปี ค.ศ. 2021 คือ **ฮอว์กอาย (Hawkeye)** โดยกระแสคนนิยมของคนดูในซีรีส์ที่เข้าฉายในหมัดในปีนีถือว่าอยู่ในเกณฑ์ที่ดี กล่าวได้ว่าในช่วงแรกกับการผลิตซีรีส์ของมาร์เวลสตูดิโอ ส่วนใหญ่จะเป็นการเล่าเรื่องของเหล่าตัวละครฮีโร่เรื่องที่ทิ้งปมไว้ในภาพยนตร์ **Avengers: Endgame** โดยจะเป็นการเคลียร์ปมของตัวละครดังกล่าวและขยายจักรวาลด้วยการเพิ่มฮีโร่และตัวร้ายหน้าใหม่ โดยการเชื่อมโยงเรื่องราวก็ใช้วิธีการเดิมผ่านเครดิตท้ายเรื่องเช่นเดียวกันกับภาพยนตร์เรื่องอื่น ๆ ในจักรวาล MCU หลังจากค่อนข้างประสบความสำเร็จในการเดบิวต์ซีรีส์มาร์เวล สิ่งที่มาร์เวลสานต่อกับซีรีส์ในขวบปี ค.ศ. 2022 เป็นต้นมา คือ การเปิดตัวฮีโร่หน้าใหม่ โดย ซีรีส์ตัวแรกของปี คือ **อัศวินแห่งจันทร์ (Moon Knight)** โดยซูเปอร์ฮีโร่ตัวนี้มีโรคประจำตัวเป็นคนหลายบุคลิก และมีพลังพิเศษที่เกี่ยวข้องกับเทพเจ้าอียิปต์โบราณซึ่งเป็นธีมเรื่องที่มาร์เวลไม่เคยลองสร้างมาก่อน ที่มีกระแสตอบรับอยู่ในเชิงบวก และในเดือนมิถุนายนปีเดียวกันเป็นช่วงเวลาของซีรีส์ **มิสมาร์เวล (Ms. Marvel)** เป็นเรื่องราวเปิดโลกฮีโร่ชาวมุสลิมคนแรก “มิสมาร์เวล” หรือ กมลา ข่าน (Kamala Khan) โดยเรื่องนี้ได้รับกระแสตอบรับทั้งในเชิงบวกและลบ ตามมาด้วยซีรีส์ **She-Hulk: Attorney at Law** ที่เข้าฉายเมื่อเดือนสิงหาคม ค.ศ. 2022 ด้วยบทที่ยืดเยื้อและเน้นการแซงก์ตจกสังคมทำให้เรื่องนี้ได้กระแสที่ไม่ค่อยดีเท่าที่ควร หลังจากนั้นมาร์เวลสตูดิโอได้ผลิตเรื่องสั้นออกมาหลายเรื่องในช่วงระยะเวลาสั้น ๆ ในช่วงปลายปี ค.ศ. 2022 ได้แก่ **คินฮอน อสูรโหด (Werewolf by Night)**, **รวมพันธุ์นักสู้พิทักษ์จักรวาล ตอนพิเศษวันหยุด (The Guardians of the Galaxy Holiday Special)** และ **ข้าคือกรูท (I Am Groot)** และพอช่วงสู่ช่วง ปี ค.ศ. 2023 ได้ซีรีส์ที่มาร์เวลสตูดิโอเข้าฉายทางดิสนีย์พลัสอย่าง **มหันตภัยอำพราง Secret Invasion** ที่ได้แซมูเอล แอล. แจ็กสัน (Samuel L. Jackson) ที่มารับบทนิค ฟิวรี (Nick Fury) และซีรีส์ **Echo** ได้รับกระแสความนิยมติดลบอย่างมาก

กลับมาดูในส่วนของงานภาพยนตร์ในช่วงกลางเฟส 4 โดยในช่วงปลายปี ค.ศ. 2021 ก็เป็นช่วงเวลาของภาพยนตร์ **สไปเดอร์แมน: โนเวย์โฮม (Spider-Man: No Way Home)** ซึ่งการดำเนินเรื่องจะเป็นการเปิดพหุจักรวาล (Multiverse Saga) แบบเต็มตัว โดยจุดเด่นของภาพยนตร์เรื่องนี้ คือ การเป็นเหมือนงานเลี้ยงรวมนักแสดงภาพยนตร์สไปเดอร์แมนจากทั้งโซนนี้และมาร์เวลสตูดิโอ นอกจากนี้การเล่าเรื่องก็เป็นไปตามสูตรสำเร็จของมาร์เวล คือ เล่าเรื่องฉับไว เข้าใจง่าย และแบ่งแอร์ไทม์ของเหล่าฮีโร่ได้ดีตามมาตรฐาน สิ่งนี้เองทำให้หลังจากเข้าฉายเมื่อปลายปี ค.ศ. 2021 สามารถทำรายได้ไปถึง 1,914 ล้านดอลลาร์ ถือเป็นภาพยนตร์เรื่องเดียวในเฟส 4 ที่ทำรายได้เกิน 1,000 ล้านดอลลาร์ จากนั้นในช่วงต้นปี ค.ศ. 2022 มาร์เวลสตูดิโอเริ่มต้นการฉายภาพยนตร์เรื่องราวต่อจากภาพยนตร์ **Spider-Man: No Way Home** โดยตรงซึ่งเป็นเรื่องราวภาคต่อของ ดร.สเตรนจ์ ในภาพยนตร์ **จอมเวทย์มหากาฬ ในมัลติเวิร์สมหาภัย**

(Doctor Strange in the Multiverse of Madness) ที่เป็นเรื่องราวขยายจักรวาลมัลติเวิร์สเข้าไปอีกชั้น หลังจากนั้นในช่วงเดือนมิถุนายนปีเดียวกันก็เป็นช่วงเวลาของภาพยนตร์ **ธอร์: ด้วยรักและอัสนี (Thor: Love and Thunder)** โดยที่ธอร์ถือเป็นฮีโร่คนเดียวที่มีภาพยนตร์ภาคต่อถึง 4 ภาค และภาพยนตร์เรื่องสุดท้ายของปี ค.ศ. 2022 **แบล็ก แพนเธอร์: วาคานดาจงเจริญ (Black Panther: Wakanda Forever)** โดยช่วงแรกปรับแผนในการถ่ายทำภาพยนตร์ใหม่ทั้งหมด เมื่อแชดวิก โบสแมน (Chadwick Boseman) นักแสดงนำในบทแบล็กแพนเธอร์ เสียชีวิตลงด้วยโรคมะเร็งลำไส้ใหญ่ โดยที่มาร์เวลตัดสินใจที่จะไม่คัดเลือกแสดงใหม่เพื่อมารับบทของทีชัลลา (T'Challa) ด้วยกระแสการไว้อาลัยที่มีในตัวแชดวิก โบสแมน และความพยายามในของทีมนักแสดงและผู้กำกับ โดยสามารถทำรายได้ไปถึง 842.2 ล้านดอลลาร์ โดยในปี ค.ศ. 2021-2022 ถือเป็นปีที่มีมาร์เวลสตูดิโอเสนอภาพยนตร์และซีรีส์มากที่สุดตั้งแต่เปิดสตูดิโอเลย โดยเป็นภาพยนตร์จำนวน 7 เรื่อง และเป็นซีรีส์จำนวน 8 เรื่อง

ปี ค.ศ. 2023 มีปัญหามาเยือนมาร์เวลสตูดิโอมากมาย เริ่มต้นปีด้วยโจนาธาน เมเจอร์ส (Jonathan Majors) นักแสดงผู้รับบทแควงผู้พิชิต (Kang the Conqueror) ตัวร้ายประจำมัลติเวิร์สชากา ถูกจับกุมด้วยข้อหาทำร้าย เกรซ แจบบารี (Grace Jabbari) อดีตแฟนสาวในช่วงเดือนมีนาคม จนดิสนีย์และมาร์เวลถอดเขาออกจากบทแควงผู้พิชิต ด้วยเหตุนี้ก็เป็นสาเหตุหนึ่งที่ทำให้ภาพยนตร์ฉายประเดิมต้นปีอย่าง แอนท์-แมน และเดอะ วอสพ์ ตะลุยมิติควอนตัม (**Ant-Man and the Wasp: Quantumania**) ที่เป็นภาพยนตร์ปิดไตรภาคของฮีโร่แอนท์แมนที่เรื่องราวภายในเรื่องกล่าวถึงการหลุดไปในมิติควอนตัมของแอนท์แมนและครอบครัวของเขาและต้องไปต่อกรกับแควงที่รับบทโดยโจนาธาน เมเจอร์ส โดยภาพยนตร์เรื่องนี้ทำรายได้้น้อยกว่าที่คาดไว้โดยทำได้เพียง 476.1 ล้านดอลลาร์ จากการเข้าฉายเมื่อปลายเดือนกุมภาพันธ์ นอกจากจากนั้นยังได้รับคำวิจารณ์ที่ไม่ค่อยดีนัก เช่นเดียวกับภาพยนตร์ **The Marvels** ภาพยนตร์ภาคต่อของฮีโร่กัปตันมาร์เวล และเป็นภาคต่อของซีรีส์ Ms. Marvel โดยเรื่องราวเป็นการรวมทีมกับมಿಸมาร์เวลและไฟว์ตอนในการปราบเหล่าร้ายชาวครี โดยหลังจากฉายในเดือนพฤศจิกายน ค.ศ. 2023 ภาพยนตร์ได้รับคำวิจารณ์แบบผสมและประสบความสำเร็จในการทำเงิน โดยทำรายได้ทั่วโลกเพียง 206 ล้านดอลลาร์ จากทุนสร้าง 220 ล้านดอลลาร์ เป็นภาพยนตร์มาร์เวลเรื่องแรกที่ขาดทุน ถึงแม้ว่าภาพยนตร์ปิดไตรภาคของเหล่าฮีโร่ **รวมพันธมิตรนักพิทักษ์จักรวาล 3 (Guardians of the Galaxy Vol. 3)** ของผู้กำกับเจมส์ กันน์ (James Gunn) รวมถึงซีรีส์ **Loki Season 2** ที่เข้าฉายตามมาในช่วงกลางปี ค.ศ. 2023 จะทำรายได้ดีและได้รับคำชมเชียบวกก็ตาม

1.3.5 ปรับแผนงาน ก้าวสู่เฟส 5 เมื่อเกิดปัญหาวิกฤตศรัทธาที่มีต่อผลงานที่มีมาร์เวลสตูดิโอผลิตออกมาทำให้ทั้งทางเควิน ไฟกี และมาร์เวลสตูดิโอ จำเป็นต้องประชุมสำรวจปัญหาพร้อมทั้งปรับผังการผลิตและฉายภาพยนตร์รวมถึงซีรีส์ใหม่ทั้งหมด มีดังนี้ 1) ตารางการฉายภาพยนตร์ในปี ค.ศ. 2024 มีเพียงเรื่องเดียวคือ เดดพูล & วูล์ฟเวอรีน (Deadpool & Wolverine) 2) ถอดตัวร้ายแควงออกจากการเป็นตัวร้ายหลักของภาคมัลติเวิร์สชากา 3) เปิดตัวตัวร้ายใหม่ของชากาอย่าง ดร.ดุม (Doctor Doom) พร้อมนักแสดงผู้แม่เหล็กคนเดิมอย่างโรเบิร์ต ดาวนีย์ จูเนียร์ (Robert Downey Jr.) ในบทบาทตัวแปรของ ดร.ดุม ในอีกพหุจักรวาลที่หน้าตาเหมือนไอรอนแมน โทนี สตาร์ค โดยมีการเปลี่ยนชื่อภาพยนตร์รวมทีมอเวนเจอร์สภาคที่ 5 ใหม่เป็นอเวนเจอร์ส: ดุมนส์เดย์ (Avengers: Doomsday) และ 4) ปรับผังการฉายภาพยนตร์และซีรีส์ใหม่ โดยลดจำนวนเรื่องต่อปีลง ทางมาร์เวลกำหนดจำนวนภาพยนตร์ที่เข้าฉายปีละไม่เกิน 3 เรื่อง

ทั้งนี้ในรูปแบบการพัฒนาตัวละครซูเปอร์ฮีโร่มาร์เวลจากสื่อสิ่งพิมพ์มาเป็นสื่อโทรทัศน์ ก่อนที่จะมาประสบความสำเร็จในการนำเหล่าตัวละครซูเปอร์ฮีโร่เข้ามาอยู่ในจอเงิน (สื่อภาพยนตร์) ของมาร์เวล สตูดิโอ กว่าที่จะถึงปัจจุบันมาร์เวลสตูดิโอได้ผ่านช่วงตกต่ำล้มลุกคลุกคลาน และช่วงเวลารุ่งโรจน์

มากมาย จนมาถึงยุคสตรีมมิ่งที่ต้องมีการปรับรูปแบบการนำเสนอภาพยนตร์ฮีโร่มาร์เวลใหม่ โดยสิ่งเหล่านี้ถือเป็นแนวทางที่วงการภาพยนตร์ไทย ทั้งภาครัฐและเอกชนควรนำมาศึกษาและประยุกต์ใช้เพื่อเป็นพิมพ์เขียวในการพัฒนาภาพยนตร์แนว Action Sci-fi ซูเปอร์ฮีโร่รวมถึงภาพยนตร์แนวอื่น ๆ ดังในหัวข้อถัดไป

วัตถุประสงค์การวิจัยข้อที่ 2 การประยุกต์แนวทางการสร้างความนิยมสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย ดังรายละเอียดต่อไปนี้

2. การสร้างความนิยมสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย ในหัวข้อนี้จะเป็นการนำรูปแบบการสร้างความนิยมในภาพยนตร์ของมาร์เวลสตูดิโอที่ประสบความสำเร็จมาทำการสังเคราะห์เพื่อหาแนวพัฒนาสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในประเทศไทย ดังปรากฏในหัวข้อย่อยดังต่อไปนี้

2.1 ภาพรวมของสื่อภาพยนตร์ไทยที่ได้รับความนิยมในยุคปัจจุบัน ปัจจุบันอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยมีมูลค่าเฉลี่ยอยู่ที่ 3,000-4,000 ล้านบาทต่อปี และมีแนวโน้มสูงขึ้นทุกปี จากการประมวลผังรายได้ภาพยนตร์ไทยที่ทำเงินสูงสุดในประเทศไทย จะเห็นว่าสัดส่วนคนดู อันดับ 1 คือ Comedy ร้อยละ 29.4, อันดับ 2 คือ War ร้อยละ 20.6, อันดับ 3 คือ Romantic ร้อยละ 17.6, อันดับ 4 คือ Drama ร้อยละ 14.7 และอันดับ 5 คือ Horror ร้อยละ 1.8 ดังนั้นจะพบว่าภาพยนตร์ไทยสามารถทำรายได้และสร้างความนิยมได้ง่าย คือ ภาพยนตร์ที่สอดแทรกความเป็น Comedy เข้าไปเพื่อให้เส่ง่าย และเข้าถึงกลุ่มเป้าหมายของคนทุกเพศทุกวัย กล่าวคือ ใน 20 อันดับภาพยนตร์ทำเงินสูงสุดในไทยมีสัดส่วนความเป็น Comedy แฝงอยู่ทุกเรื่อง (ธัญญา ศรีสุภาพ, 2566) และจากข้อสังเกตจะเห็นได้ว่าที่ผ่านมามีภาพยนตร์แนวซูเปอร์ฮีโร่ไทยมีสัดส่วนในการเข้าฉายน้อยมาก รวมถึงแทบไม่มีเรื่องใดที่ประสบความสำเร็จในแง่รายได้และได้รับความนิยมเลย เช่น อินทรีแดง (พ.ศ. 2553) ทำรายได้ไปเพียง 12.5 ล้านบาท จากทุนสร้าง 150 ล้านบาท หรือมนุษย์เหล็กไหล (พ.ศ. 2549) ทำรายได้ไปเพียง 15 ล้านบาท จากทุนสร้าง 60 ล้านบาท ถือว่าไม่ประสบความสำเร็จเช่นเดียวกัน ทำให้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ซูเปอร์ฮีโร่ในบ้านเราไม่อาจเป็นที่นิยมเท่าภาพยนตร์แนวอื่น เมื่อเทียบกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ในต่างประเทศของไทยยังคงห่างชั้นในด้านงบลงทุน หรือการสนับสนุนจากภาครัฐอย่างเป็นรูปธรรม และต้องยอมรับว่าการแข่งขันในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยังมีภาพยนตร์คู่แข่งจากต่างประเทศที่เข้ามาแย่งพื้นที่ตลาดในการสร้างรายได้สูงอีกด้วยหากเทียบสัดส่วนรายได้กับภาพยนตร์ของไทย กล่าวได้ว่าจากสถิติ 40 อันดับภาพยนตร์ที่ฉายในไทยและทำรายได้สูงสุด พบว่ากว่า 30 เรื่องที่นั้นเป็นภาพยนตร์ต่างชาติ และจากข้อมูลรายได้จากการฉายภาพยนตร์ในประเทศไทยพบว่า ภาพยนตร์ต่างประเทศทำรายได้จากคนไทยไปถึง 8,688 ล้านบาท ขณะที่ภาพยนตร์ไทยทำรายได้ไปเพียง 299 ล้านบาท (สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์, 2564)

ทั้งนี้ การแข่งขันในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยยุคนี้ไม่ได้มีแค่คู่แข่งจากต่างประเทศ แต่เนื้อหาที่เผยแพร่ในประเทศและฉายในแพลตฟอร์มสตรีมมิ่งก็เป็นอีกหนึ่งประเด็นที่น่าสนใจว่านี่คือการทำให้รายได้ในโรงภาพยนตร์ลดลง และในอีกมุมโรงภาพยนตร์และสตรีมมิ่งอาจไม่ใช่คู่แข่งกันเสียทีเดียว แต่อาจเป็นช่องทางหนึ่งในการฉายภาพยนตร์เช่นกัน หากแต่ภาพยนตร์ไทยมีกระบวนการวางแผนและการผลิตที่ดีตั้งแต่ต้นน้ำ กลางน้ำ เพื่อสร้างปลายน้ำที่มีคุณภาพสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ ทั้งนี้จำเป็นต้องได้รับการสนับสนุนที่ดีจากภาครัฐก็มีโอกาสที่จะอยู่รอดและพัฒนาในการสร้างรายได้ไปได้อย่างยั่งยืน จากการศึกษาแบบการสร้างความนิยมในภาพยนตร์ของมาร์เวลสตูดิโอที่ประสบความสำเร็จ ต่อยอดมาจนถึงการศึกษาภาพรวมของสื่อภาพยนตร์ไทยในยุคปัจจุบัน ผู้วิจัยสามารถนำมาสังเคราะห์เป็นแนวทางการพัฒนานโยบายและกลยุทธ์สำหรับพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์เพื่อเป็นพิมพ์เขียวให้กับภาครัฐและเอกชนไทยดังปรากฏในหัวข้อดังนี้

2.2 การประยุกต์แนวทางการพัฒนาภาพยนตร์ของมาร์เวลสตูดิโอเพื่อปรับใช้กับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทยสำหรับรัฐบาลและเอกชนของไทย: แนวทางการพัฒนาของประเทศไทยนั้นจะอาศัยการพัฒนาแบบความร่วมมือใน 4 ภาคส่วน ได้แก่ ภาครัฐ เงินทุน ผู้ผลิตหรือภาคเอกชน และภาคประชาชน โดยแบ่งออกเป็น 3 เฟส ดังนี้ **เฟสที่ 1 เป็นแผนระยะสั้นระยะเวลา 1-5 ปี** โดยเป็นแผนระยะสั้นที่ภาครัฐจะเป็นตัวนำ ลำดับแรกจำเป็นต้องมีก่อดึงองค์กรอิสระที่สนับสนุนโดยตรงจากรัฐบาลไทยที่จะมาเป็นตัวหลักในกำกับดูแลและส่งเสริมในการวางนโยบายเพื่อพัฒนาการเติบโตและพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย หลังจากนั้นเป็นการดำเนินนโยบายจำกัดการนำเข้าภาพยนตร์ต่างประเทศ รวมถึงการผ่อนปรนหรือยกเลิกแนวทางการเซนเซอร์ภาพยนตร์เพื่อขยายขอบเขตความคิดสร้างสรรค์ ทั้งนี้องค์กรอิสระที่ตั้งขึ้นก็จะระดมทุนจากภาครัฐและเอกชน โดยจัดตั้งกองทุนพัฒนาภาพยนตร์ รวมถึงร่วมมือกับภาครัฐในการตั้งนโยบายเร่งด่วนในการส่งเสริมงบประมาณอัดฉีดระยะสั้นในการสนับสนุนการสร้างภาพยนตร์ไทย นอกจากนี้ต้องส่งเสริมงบประมาณในการส่งเสริมการดูภาพยนตร์ไทยและดาวน์โหลดอย่างถูกกฎหมายของประชาชน และปิดเฟสด้วยการดำเนินงานด้านการพัฒนาระบบจัดการ Box Office ที่มีประสิทธิภาพและสามารถสำรวจการเก็บรายได้จริง **เฟสที่ 2 แผนระยะกลาง เพื่อต่อยอดอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยโดยเป็นการเตรียมการต่อยอดจากแผนระยะสั้นมาถึงระยะกลาง 5-10 ปี** จุดเริ่มแรกที่ภาครัฐจะต้องกำหนดนโยบายแผนพัฒนาและปรับปรุงข้อกฎหมายต่าง ๆ ที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ให้ทันสมัยและไม่ซ้อนทับกัน หลังจากที่ตั้งตัวแล้วองค์กรอิสระที่ก่อดึงขึ้นในเฟสแรกจะต้องสนับสนุนงบประมาณวิจัยและพัฒนาในบริบทต่าง ๆ ด้านการผลิตภาพยนตร์ไทยแก่ผู้ผลิตหรือภาคเอกชน อาทิ การพัฒนาบทภาพยนตร์ เพื่อค้นหาแนวคิดใหม่ ๆ นอกจากนี้เพิ่มการสนับสนุนการสร้างพื้นที่สำหรับฉายและเผยแพร่ภาพยนตร์ต่าง ๆ ในแต่ละภูมิภาค และสร้างการมีส่วนร่วมระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์กับเครือข่ายในท้องถิ่นภายในประเทศและนานาชาติ ทั้งในภาคธุรกิจผู้ผลิต หรือผู้จัดจำหน่าย รวมถึงนักแสดง สุดท้ายคือการจัดตั้งสำนักงานสำหรับเผยแพร่และประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์ไทยในต่างประเทศ พร้อมร่วมสนับสนุนและส่งเสริมการมีส่วนร่วมระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์กับเครือข่ายในท้องถิ่นภายในประเทศและนานาชาติ **ส่วนเฟสสุดท้ายจะเป็นแผนระยะยาว 10-20 ปี** จะเน้นการพัฒนาแรงงานเพื่อเข้าสู่ในระบบ และการต่อยอดเทคโนโลยี ตลอดจนโครงสร้างพื้นฐานที่มีอยู่แล้วให้ดียิ่งขึ้น ได้แก่ ส่งเสริมและพัฒนาระบบการศึกษาขั้นพื้นฐานที่สามารถสนับสนุนสื่อเรียนรู้ขั้นพื้นฐาน และพัฒนาทรัพยากรบุคคลและการปรับปรุงสภาพแวดล้อมในการทำงานที่เหมาะสมในสายวิชาชีพภาพยนตร์อย่างยั่งยืน

อภิปรายผลการวิจัย

ผู้วิจัยได้ทำการอภิปรายผลการวิจัยที่ได้จากการวิเคราะห์ข้อมูลที่ผ่านมา โดยมีรายละเอียดที่สำคัญดังนี้

1. สรรวจรูปแบบในการพัฒนาภาพยนตร์ของมาร์เวลสตูดิโอที่ประสบความสำเร็จ ในหัวข้อนี้จะเป็นการนำหัวข้อต่าง ๆ ที่ทำการศึกษามาแล้วทั้งหมดมาทำการสังเคราะห์เพื่อหาข้อสรุปในส่วนของรูปแบบในการพัฒนาภาพยนตร์ของมาร์เวลสตูดิโอที่ประสบความสำเร็จ โดยมีรูปแบบดังต่อไปนี้

1.1 ปรับรูปแบบการผลิตสื่อและสร้างเนื้อหาตามกระแสธุรกิจและเทคโนโลยีสื่อที่เปลี่ยนแปลง โดยเริ่มจากมาร์เวลคอมิกส์ ก่อนจะเริ่มขยายมาเป็นมาร์เวลโปรดักชัน เพื่อผลิตซีรีส์แอนิเมชันป๊อปปูล่าร์โทรทัศน์ ก่อนที่จะมาเป็นมาร์เวลสตูดิโอเพื่อเข้าสู่ธุรกิจการผลิตภาพยนตร์อย่างเต็มตัวในทศวรรษที่ 90 จนปัจจุบันก็ได้พัฒนาช่องทางสตรีมมิงออนไลน์

1.2 วางแผนงานที่ชัดเจน ยืดหยุ่น หลังจากที่มีการจัดสรรทีมผู้บริหารที่ชัดเจนภายใต้การนำทีมของเควิน ไฟท์ ได้มีการวางแผนการถ่ายทำและการฉายภาพยนตร์ออกกระยะสั้น-กลาง-ยาว หรือที่เรียกว่าเฟส

ตามกรอบงบประมาณการสร้างที่ตั้งไว้ในแต่ละเฟส โดยปัจจุบันมาร์เวลได้ผลิตภาพยนตร์และซีรีส์ไปแล้วถึง 4 เฟส ถึงแม้ว่าช่วงหลังจะเกิดปัญหาในด้านความนิยมและรายได้ที่ลดลง แต่มาร์เวลก็ได้มีการปรับแผนงานทันทีในการถ่ายทำและการเข้าฉายของภาพยนตร์และซีรีส์ในเฟสที่ 5 และ 6

1.3 ดัดแปลงเนื้อหาให้เหมาะสมกับยุคสมัยแต่ยังคงโครงหน้าเนื้อหาคอมิกส์ ภาพยนตร์มาร์เวลสตูดิโอทั้งหมดดัดแปลงมาจากมาร์เวลคอมิกส์ที่เคยวางจำหน่าย แต่มีการดัดแปลงเนื้อหาให้เหมาะสมกับยุคสมัยแต่ยังคงโครงหน้าความเป็นคอมิกส์เพื่อป้องกันความซ้ำซากและจำเจ

1.4 การร้อยเรียงเนื้อหาภาพยนตร์และซีรีส์แต่ละเรื่องเข้าด้วยกัน รูปแบบที่มาร์เวลสตูดิโอนำเสนอออกมาเป็นเจ้าแรกและเป็นพิมพ์เขียวให้กับสตูดิโออื่น ๆ คือ การสร้างจักรวาลภาพยนตร์มาร์เวล (Marvel Cinematic Universe: MCU) โดยได้มีการร้อยเรียงภาพยนตร์และซีรีส์แต่ละเรื่องให้มีเนื้อหาเชื่อมต่อกันและฮีโร่แต่ละตัวสามารถมาครอสโอเวอร์ (crossover) ในแต่ละเรื่องได้ และแต่ละเฟสก็จะมีภาพยนตร์รวมทีมอเวนเจอร์ส โดยจุดร้อยเรียงเรื่องราวแต่ละเรื่องเข้าด้วยกันด้วยเครดิตท้ายเรื่อง ซึ่งเป็นกลยุทธ์หนึ่งที่ทำให้คนดูได้นั่งอยู่ดูภาพยนตร์จนจบ

1.5 การคัดเลือกทีมเขียนบทและผู้กำกับที่เหมาะสมกับแต่ละภาพยนตร์ ถึงแม้ภาพยนตร์แต่ละเรื่องจะมีเนื้อหาที่ร้อยเรียงกัน แต่ในตัวภาพยนตร์นั้นจะมีการคัดเลือกทีมเขียนบท ผู้กำกับ ที่เหมาะสมกับธีมเรื่องนั้น ๆ เช่นกัน โดยต้องคุมการเล่าเรื่องโดยรวมให้เป็นไปตามจักรวาล MCU ด้วย

1.6 การคัดเลือกนักแสดงที่เป็นเอกลักษณ์ นักแสดงนำของภาพยนตร์จักรวาล MCU ส่วนใหญ่จะมีการแคสติงผ่านทางทีมผู้กำกับจะมีการคัดเลือกร่วมกับผู้บริหารอย่างเควิน ไฟกี โดยจะมีการเลือกนักแสดงที่มีลักษณะตัวฮีโร่ต้นฉบับในคอมิกส์ ทั้งนี้จะดูทั้งภาพลักษณ์นักแสดงและอุปนิสัยใจคอ

1.7 เลือกสถานที่ถ่ายทำ ถือเป็นกลยุทธ์อย่างหนึ่งที่มาร์เวลสตูดิโอมักจะพิถีพิถันในการเลือกสถานที่ เพราะถ้าเป็นการเลือกสถานที่ถ่ายทำในต่างประเทศก็เพื่อความสวยงามและความสมจริง รวมถึงเป็นการโฆษณาและประชาสัมพันธ์ภาพยนตร์เรื่องนั้น ๆ ไปในตัวด้วย หรือภาพยนตร์ที่มีฉากในคอมิกส์หรือบทภาพยนตร์อยู่เมืองต่าง ๆ ภายในประเทศก็จะถ่ายทำในเมืองนั้น ๆ เลย นอกจากนี้ภาพยนตร์หลาย ๆ เรื่องที่ต้องมีการบริหารจัดการนักแสดงจำนวนมากก็จะใช้สถานที่ถ่ายทำภายในสตูดิโอ green screen รวมไปถึงเพื่อถ่ายทำฉากพิเศษ (CGI) เพื่อผสมผสานกับการตัดต่อจากสถานที่ถ่ายทำจริง

1.8 ตัวละครซูเปอร์ฮีโร่มีความเป็นมนุษย์ปกติ มาร์เวลสตูดิโอประสบความสำเร็จในการเอาตัวละครฮีโร่มาเล่าในลักษณะที่มีความเป็นมนุษย์ปกติ โดยมีความคิด อารมณ์และความรู้สึกเหมือนกับมนุษย์ในโลกแห่งความเป็นจริง ทั้งนี้ตัวละครเหล่านี้ก็มีพัฒนาการตัวละครไปตามเหตุการณ์ในภาพยนตร์ที่เปลี่ยนแปลงไป

1.9 ภาพยนตร์ที่เน้นถึงความหลากหลายของผู้คน หลังจากทีดีสนีย์เข้าเทคโอเวอร์ (take over) มาร์เวลสตูดิโอ รูปแบบภาพยนตร์ก็มีความหลากหลายมากขึ้น โดยสิ่งที่มาร์เวลสตูดิโอได้เล็งเห็นคือ การเข้าถึงตลาดของกลุ่มแฟนคลับที่เป็นชาวแอฟริกัน เอเชีย และชาวละติน นอกจากนั้นกลุ่มที่มีความหลากหลายทางเพศ (LGBTQ+) หรือกลุ่มคนพิการ

1.10 การเซอร์ไพรส์คนดู โดยจุดหนึ่งที่ถือว่าเป็นจุดเด่นมาร์เวลสตูดิโอคือการนำตัวละครใหม่ ๆ เข้าเซอร์ไพรส์แฟนในโรงภาพยนตร์ โดยที่ปิดข่าวได้อย่างเงียบเชียบ ทั้งนี้เป็นการสร้างกระแสแบบ Viral Marketing

1.11 การแจ้งข่าวสารของจักรวาล MCU แบบครบวงจร กล่าวคือ มาร์เวลสตูดิโอได้ใช้เครื่องมือทางการสื่อสารการตลาดในการประชาสัมพันธ์และเผยแพร่ข่าวผลิตภัณฑ์ของตนเองผ่านช่องทางสื่อสังคมออนไลน์และสื่อออฟไลน์ โดยจะใช้วิธีการเผยแพร่ตัวอย่างภาพยนตร์โดยการตัดฉากบางฉากจากในภาพยนตร์

มาเผยแพร่ในรูปแบบของ TV spot รวมถึงการเผยแพร่ข้อมูลบางส่วนของภาพยนตร์ผ่านการให้สัมภาษณ์ของนักแสดงและผู้กำกับจากการร่วมรายการโทรทัศน์และกิจกรรมพิเศษ (event) ที่มาร์เวลสตูดิโอเป็นผู้จัดหรือร่วมงาน โดยพื้นที่เหล่านี้มาร์เวลสตูดิโอ มักใช้ในการแจ้งข่าวสารของภาพยนตร์และซีรีส์ว่าโปรเจกต์ใดที่อยู่ระหว่างการพัฒนา

จากการข้อสรุปดังกล่าวสอดคล้องงานวิจัยของของกริทัต สังประกุล (2564) ที่ทำการสำรวจกลยุทธ์การสื่อสารการตลาดของมาร์เวล พบว่า ก่อนภาพยนตร์ฉายมาร์เวลสตูดิโอใช้กลยุทธ์การสื่อสารผ่านการประชาสัมพันธ์ผ่านทั้งสื่อออนไลน์และออฟไลน์ รวมถึงสื่อกิจกรรมหรืออีเวนต์พิเศษอย่าง Comic-Con และงาน Disney D23 Expo นอกจากนี้ยังมีงานที่มาร์เวลจัดขึ้นเอง เช่น งานฉายภาพยนตร์รอบปฐมทัศน์ โดยมีการนำแบบกลยุทธ์การสื่อสาร ได้แก่ การนำเสนอตัวอย่างภาพยนตร์ โดยมีการนำเสนอทั้งในรูปแบบสื่อสังคมออนไลน์ต่าง ๆ โดยใช้บัญชีเป็นทางการของภาพยนตร์แต่ละเรื่องรวมถึงบัญชีของบริษัท นอกจากนี้ยังมีการเผยแพร่ตัวอย่างผ่านสื่อกิจกรรมพิเศษ เช่น ช่วงพักครึ่งในงานซูเปอร์โบวล์ (Super Bowl) โดยนำเสนอก่อนฉายรอบปฐมทัศน์ 4-6 เดือน ทั้งนี้ตัวอย่างจะโชว์ฉากบู๊มัน ๆ บางครั้งอาจมีการหลอกยั่วคนดูด้วยการชวนนักแสดงที่รับบทฮีโร่ตัวละครลับ หรือการเข้าร่วมกิจกรรมพิเศษ เช่น งาน Comic-Con, งาน Disney D23 Expo เป็นต้น ทั้งนี้มาร์เวลสตูดิโอยังเปิดโอกาสให้นักแสดงและผู้กำกับใช้พื้นที่สื่อสังคมออนไลน์ส่วนตัวในการลงเนื้อหาเบื้องหลังในการถ่ายเพื่อเป็นการโปรโมทภาพยนตร์ด้วยเช่นกัน ทั้งนี้สำหรับรูปแบบในการพัฒนาภาพยนตร์ของ มาร์เวลสตูดิโอที่ประสบความสำเร็จนั้นแสดงให้เห็นว่าอุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูดนั้นมีความยั่งยืนและทำรายได้กับประเทศสหรัฐอเมริกามากมายมหาศาล ดังนั้นอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยนั้นควรถอดบทเรียนเพื่อนำไปเป็นแนวทางต่อไป

2. “มองดูฮอลลีวูด” บทเรียนสำหรับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทย จากการศึกษาในส่วนหัวข้อที่ผ่านมา สามารถอธิบายเปรียบเทียบความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูดของอเมริกา โดยพบว่าความแตกต่างที่แสดงเห็นอย่างชัดเจนมีอยู่ 4 ส่วน ได้แก่

2.1 ส่วนการสนับสนุน กล่าวคือ อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูดนั้นได้รับการสนับสนุนจากรัฐบาลสหรัฐอเมริกาอย่างเต็มที่ทั้งนโยบาย งบประมาณ และการสร้างโครงสร้างพื้นฐาน จนยืนหยัดอยู่ในแถวหน้าของวงการภาพยนตร์ในระดับโลกมาเกือบ 100 ปี นับตั้งแต่ภาพยนตร์ฮอลลีวูดเรื่องแรกอย่าง “The Squaw Man” ได้ฉายในปี ค.ศ. 1913 ผิดกับรัฐบาลไทยที่เพิ่งให้งบประมาณสนับสนุนอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยครั้งแรกในช่วงปี ค.ศ. 2016-2017 ที่ผ่านมาและก็ไม่เพียงพอ

2.2 ส่วนเนื้อหา ทั้งนี้อุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูดไม่มีข้อจำกัดของเนื้อหาเหมือนอย่างประเทศไทยที่ข้อจำกัดและการเซ็นเซอร์เยอะมากจึงสามารถนำเสนอเนื้อหาได้สมจริงมากกว่า โดยเฉพาะเนื้อหาก่เกี่ยวข้องกัภษัตริย์ การเมือง ศาสนา สังคม วัฒนธรรม และเรื่องเพศ หรือการอ้างอิงเนื้อหาเกิดขึ้นจริงในสังคม สิ่งเหล่านี้เป็น 1 ในหลายเหตุผลที่ดูครั้งให้เนื้อหาภาพยนตร์ไทยขาดความสมจริงและหลากหลายทำให้น่าดึงดูด ส่งผลให้เนื้อหาภาพยนตร์ที่ประสบความสำเร็จจึงมีแต่เรื่องความรัก ตลก ความเชื่อ และเรื่องผีสาร

2.3 ส่วนการพัฒนาบุคลากร ในประเทศสหรัฐอเมริกานั้นความสำคัญกับการพัฒนาบุคลากรที่เกี่ยวข้องการอุตสาหกรรมภาพยนตร์อย่างชัดเจนและไม่จำกัดทางด้านสัญชาติและเชื้อชาติ กล่าวคือ ถ้ามีความสามารถจริงก็พร้อมให้สัญชาติ รวมงบประมาณในการสนับสนุนทางด้านการศึกษาและการพัฒนาทรัพยากรบุคคลก็มีทั่วถึง ทั้งยังมีประสิทธิภาพในการใช้งบประมาณได้อย่างเต็มที่ ทำให้มีสถาบัน หน่วยงาน และภาคส่วนเอกชนที่มีความพร้อมอยู่ทั่วประเทศสามารถเข้าถึงได้ หากเปรียบกับการพัฒนาด้านทรัพยากรบุคคลในอุตสาหกรรมภาพยนตร์ของประเทศไทยที่มีการกระจุกตัวอยู่ในเมืองใหญ่เท่านั้น

2.4 ส่วนความนิยม ในด้าน “ซอฟต์แวร์” โดยสัดส่วนการเข้าฉายของภาพยนตร์ฮอลลีวูดในต่างประเทศมีมากกว่าร้อยละ 50 ทั่วโลก โดยอุตสาหกรรมภาพยนตร์ “ฮอลลีวูด” สามารถทำรายได้กว่า 2.06 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ และมีมูลค่าส่งออกคอนเทนต์ไปทั่วโลก 1.65 หมื่นล้านดอลลาร์สหรัฐ ติดท็อปอันดับ 1 อุตสาหกรรมซอฟต์แวร์ของโลกใบนี้ (ทีมข่าวคอร์ปอเรท-การตลาด กรุงเทพธุรกิจ, 2567) เป็นแนวทางที่ทั้งภาครัฐและเอกชนของไทยที่ต้องนำไปเป็นแนวทางในการส่งเสริมความเป็นซอฟต์แวร์ของอุตสาหกรรมภาพยนตร์ให้เป็นที่ยอมรับในระดับนานาชาติ

ทั้งนี้ผลการศึกษาในเรื่องของความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรมภาพยนตร์ไทยกับอุตสาหกรรมภาพยนตร์ฮอลลีวูดนั้น มีความสอดคล้องกับงานวิจัยของกรณ์ โรจน์วงศ์สกุล (2565) ที่ทำการศึกษาความแตกต่างระหว่างอุตสาหกรรมบันเทิงไทยและเกาหลีใต้ พบว่ามีความแตกต่างในสี่ด้านเช่นเดียวกัน ได้แก่ ด้านการสนับสนุนจากภาครัฐ ด้านเนื้อหาสื่อบันเทิง ด้านการพัฒนาศิลปิน และด้านกระแสนิยม ทั้งนี้สามารถนำมาถอดบทเรียนเป็นแนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ตัวละครซูเปอร์ฮีโร่สัญชาติไทยต่อไป

3. แนวทางพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ตัวละครซูเปอร์ฮีโร่สัญชาติไทย สามารถสรุปแนวทางในการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ตัวละครซูเปอร์ฮีโร่สัญชาติไทย โดยอภิปรายสอดคล้องกับข้อสรุปของวรรณยศ บุญเพิ่ม, เอกลักษณ์ โภคทรัพย์ไพบูลย์ และไตรรัตน์ สิทธิกุล (2561) ออกมาดังนี้

3.1 ควรมีการวางแผนอย่างเป็นระบบบนรากฐานการคิดแบบอุตสาหกรรมซูเปอร์ฮีโร่แบบครบวงจร โดยการพัฒนาตัวละครซูเปอร์ฮีโร่ให้เป็นที่นิยมและเป็นซอฟต์แวร์ที่ยั่งยืนดังเช่นมาร์เวลซูเปอร์ฮีโร่หรือในฮีโร่ในมังงะนั้น จำเป็นต้องสื่อสารในรูปแบบที่หลากหลายเพื่อสร้างความนิยมไปจนเสริมความผูกพันระหว่างผู้บริโภคกับตัวละครฮีโร่ที่สร้างขึ้นมาขึ้นมาตามลำดับ เช่น นิยาย หนังสือการ์ตูน ซีรีส์ ของเล่น เกม เพลง สินค้าแถมเตอร์ หรือภาพยนตร์ หรือสร้างสิ่งเหล่านี้ร่วมหรือเสริมกัน เป็นต้น

3.2 นักลงทุนหรือเจ้าของธุรกิจต้องเข้าใจและมีความเชื่อมั่นในวงจรและธรรมชาติพื้นฐานในการพัฒนาตัวละครซูเปอร์ฮีโร่ เพราะการสร้างความสำเร็จและความผูกพันที่มีต่อตัวละครซูเปอร์ฮีโร่จำเป็นต้องใช้เวลา และเงินทุน นอกจากนี้ยังต้องทำแบบค่อยเป็นค่อยไป กล่าวคือตัวละครจะต้องมีส่วนร่วมและเติบโตมาพร้อมกับสิ่งแวดล้อมของผู้ชมเพื่อสร้างความผูกพัน ดังนั้นจะต้องมีการวางแผนลงทุนแบบเป็นขั้นตอนและหลายระยะด้วย เช่น มาร์เวลสตูดิโอได้วางแผนภาพยนตร์ซูเปอร์ฮีโร่มาร์เวลออกเป็นหลาย ๆ เฟส

3.3 ควรมีการออกแบบภาพลักษณ์ที่เป็นสากล ทั้งนี้การออกแบบโดยยึดยึดความเป็นไทยมากจนเกินไปนั้นไม่ได้สร้างนิยมอย่างยั่งยืน ดังนั้นการสร้างเอกลักษณ์ให้ฮีโร่สัญชาติไทยนั้นต้องมีวิธีการนำเสนอที่หลากหลายและทันสมัย ทั้งนี้อาจสอดแทรกเอกลักษณ์ความเป็นไทยเข้าไปได้แบบค่อยเป็นค่อยไป เช่น ตัวละครไอรอนแมนนั้นมีความเป็นอเมริกาดั้งเดิมแต่ผสมผสานความเป็นทุนนิยมประชาธิปไตยเข้าไปด้วยโดยสะท้อนสีเหลืองทองของชุดเกราะและอุปนิสัยที่ไม่ชอบทำงานตามกรอบของตัวโทนี่ สตาร์ค

3.4 เน้นไปที่การเล่าเรื่องข้ามสื่อ ทั้งนี้อาจเลือกใช้ซูเปอร์ฮีโร่ที่มีมาในนิยายในท้องถิ่นไทย เช่น ขุนแผน พระอภัยมณี อิเหนา ฯลฯ มาดัดแปลงเป็นซีรีส์ มังงะ ตลอดจนภาพยนตร์ฉบับคนแสดง ด้วยแนวทางการเล่าเรื่องข้ามสื่อตามบริษัทหรือประเทศที่เคยประสบความสำเร็จ ดังเช่น มาร์เวลสตูดิโอที่ดัดแปลงฮีโร่จากคอมิกส์มาเป็น แอนิเมชันจนกระทั่งภาพยนตร์ หรือการนำนิยายแฮรี่ พอตเตอร์มาดัดแปลงเป็นเวอร์ชันภาพยนตร์หรือเกม

3.5 เนื้อเรื่องที่สร้างขึ้นนั้นต้องมีความสัมพันธ์กับวัฒนธรรมไทยในสมัยนิยม เพื่อสร้างกระแสสะท้อนสังคมไทยไปสู่สังคมโลก ทั้งนี้จำเป็นต้องมีซูเปอร์ฮีโร่ที่สร้างจากพื้นฐานสังคมไทยขึ้นมาแต่ต้องบอกเล่าให้มีความเป็นสมัยนิยมด้วยเช่นเดียวกัน เช่น มาร์เวลคอมิกส์สร้างกับต้นอเมริกาขึ้นในช่วงสงครามโลกโดยให้

เป็นวีรบุรุษสงคราม แต่เมื่อยุคสมัยเปลี่ยนภาพยนตร์กับต้นอเมริกาในปัจจุบันก็ปรับให้ตัวกับต้นมีความทันสมัยขึ้น และมีการเล่าเรื่องผสมผสานความโหดสยอง (old school) กับเรื่องราวด้านเทคโนโลยีที่ทันสมัย

3.6 ผู้บริโภคต้องเปิดกว้างต่อตัวละครฮีโร่ไทยที่สร้างขึ้น ก่อนจะสร้างความนิยมต่อยอดไปในต่างชาตินั้น ผู้บริโภคชาวไทยนั้นจำเป็นต้องให้โอกาสรับชม ส่งเสริม และสนับสนุนสื่อหรือสินค้าที่เกี่ยวข้องตัวละครฮีโร่ไทยเพื่อต่อยอดให้เกิดความนิยมภายในประเทศเสียก่อน

ข้อเสนอแนะการวิจัย

ข้อเสนอแนะทั่วไป

1. ภาครัฐบาลควรบูรณาการร่วมกับภาคเอกชนและภาคประชาชนในการวางนโยบายที่มีประสิทธิภาพในการนำแนวทางทางความสำเร็จของมาร์เวลสตูดิโอในแง่ของการพัฒนาตัวละครฮีโร่และการเล่าเรื่องให้เกิดความนิยมทั่วโลกในการเป็นพิมพ์เขียวสำหรับการพัฒนาการอุตสาหกรรมภาพยนตร์และซูเปอร์ฮีโร่ไทย

2. ค่ายหนังควรแนวทางการเล่าเรื่องข้ามสื่อของมาร์เวลสตูดิโอในการสร้างภาพยนตร์จากมาร์เวลคอมิกส์มาปรับใช้ในการนำนวนิยาย วรรณกรรม และการตูนไทยที่นิยมมาดัดแปลงเป็นภาพยนตร์

ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งในอนาคต

1. เนื่องจากการศึกษครั้งนี้เป็นการศึกษาเฉพาะในเชิงคุณภาพเท่านั้น หากต้องเพิ่มในส่วนของความเห็นในระดับสาธารณะ ในงานวิจัยครั้งต่อไปควรเพิ่มการวิเคราะห์ข้อมูลในส่วนของการวิจัยเชิงปริมาณเข้าไปด้วย โดยอาจศึกษาในส่วนของผู้รับสารหรือมุมมองแฟนคลับเพิ่มเติมขึ้นมา

2. จากการศึกษาในส่วนของการเก็บข้อมูลเชิงคุณภาพ มีการเก็บข้อมูลเพียงแค่การสัมภาษณ์เชิงลึกและการวิเคราะห์เอกสาร ดังนั้น เพื่อความลุ่มลึกของข้อมูลที่ใช้ในการวิเคราะห์ จึงเพิ่มการเก็บข้อมูลในส่วนของการสนทนากลุ่มผู้เชี่ยวชาญ หรือนักวิชาการในภาคส่วนที่เกี่ยวข้องกับภาพยนตร์ฮอลลีวูด

รายการอ้างอิง

- กรณ์ โรจน์วงศ์สกุล. (2565). การวิเคราะห์ปัจจัยที่ทำให้อุตสาหกรรมบันเทิงเกาหลีใต้ประสบความสำเร็จ. [วิทยานิพนธ์รัฐศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์].
- ทัศนีย์ สาลิโกชน. (2565). เปิดไลน์อัพหนังมาร์เวล เฟส 5-6 มีอะไรให้ดูกันบ้าง. กรุงเทพฯธุรกิจ. <https://www.bangkokbiznews.com/lifestyle/1018117>
- ทีมข่าวคอร์ปอเรท-การตลาด กรุงเทพฯธุรกิจ. (2564). Soft Power ประเทศไทย ติด TOP 5 มหาอำนาจปี 67 แล้ว ‘ไทย’ อยู่ตรงไหนของโลก? <https://www.bangkokbiznews.com/business/business/1148155>
- ธันวา ศรีสุภาพ. (2566). มงทิศทางภาพยนตร์อีสาน ผ่าน “สับเหว้อ”. ไทยพีบีเอส. <https://www.thaipbs.or.th/thecitizen/index.html%3Fp=88345.html>
- พิมลภัส พันธุ์เสื่อทอง. (2566). Viral Marketing คืออะไร กลยุทธ์ทำการตลาดให้แบรนด์เป็นกระแส. Primal. <https://www.primal.co.th/th/marketing/what-is-viral-marketing/>
- ภูริทัต สังประกุล. (2564). การวิเคราะห์กลยุทธ์การสื่อสารการตลาดเชิงบูรณาการของบริษัทมาร์เวลสตูดิโอส์. [วิทยานิพนธ์นิเทศศาสตรมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยเชียงใหม่].

- วรรณยศ บุญเพิ่ม, เอกลักษณ์ โภคทรัพย์ไพบูลย์ และไตรรัตน์ สิทธิกุล. (2561). การศึกษาพัฒนาการของอุตสาหกรรมตัวละครซูเปอร์ฮีโร่สัญชาติไทย และแนวทางการพัฒนาเพื่อความสำเร็จอย่างยั่งยืน. *วารสารวิชาการนวัตกรรมสื่อสารสังคม*, 6(2), 211-222. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jcosci/article/view/169464>
- วิระชัย ตั้งสกุล. (2558). การบริหารกิจการภาพยนตร์. ใน *เอกสารประกอบการสอนชุดวิชาการบริหารกิจการสื่อสาร หน่วย 11* (หน้า 188-202). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมมาธิราช.
- เวทเซล, ชาร์ลี, และ เวทเซล, สเตฟานี. (2565). *The Marvel Studio Story บทเรียนธุรกิจฉบับมาร์เวลสตูดิโอ* (ศรัณย์ น่วมจรีต, แปล). ลีฟริช.
- สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. (2564). รายงานการศึกษาการพัฒนาอุตสาหกรรมสร้างสรรค์สาขาภาพยนตร์และวีดิทัศน์ ปี 2564. สำนักงานส่งเสริมเศรษฐกิจสร้างสรรค์. https://article.tcdc.or.th/uploads/media/2022/6/20/media_7-CEA-Film-Final-Report.pdf
- Box office mojo. (2023). *All-time charts boxoffice*. <https://www.boxofficemojo.com/charts/overall/>
- Campbell, J. (2008). *The hero with a thousand faces*. Joseph Campbell Foundation.
- Nye, J. S. (2008). Public diplomacy and soft power. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, 616(1), 94-109. <https://doi.org/10.1177/0002716207311699>