

## บทที่ 1

### บทนำ

#### 1.1 ที่มาและความสำคัญของปัญหา

สื่อมวลชน (Mass Media) อันทรงอิทธิพลอย่างยิ่งประเภทหนึ่งที่สำคัญ ได้แก่ สื่อโสตทัศน์(Audio-Visual Media)เพราะเป็นสื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการของผู้รับสาร (Audience) ได้ทั้งการฟังและการมองเห็น ซึ่งสามารถทำให้ผู้รับสาร มองเห็นภาพพจน์ที่ต้องการสื่อ ตลอดจนอารมณ์ของสารนั้น ๆ ไปพร้อม ๆ กัน ซึ่งสามารถทำให้เกิดความเข้าใจได้ง่ายกว่าสื่อประเภทอื่น ๆ ที่มีข้อจำกัดในเรื่องของการรับสาร ตัวอย่างสื่อโสตทัศน์ที่สามารถเข้าถึงกลุ่มผู้รับสารได้เป็นจำนวนมาก และมีพัฒนาการต่อเนื่องยาวนานที่สำคัญ ได้แก่ รายการโทรทัศน์ โดยเฉพาะอย่างยิ่งรายการจากสถานีวิทยุโทรทัศน์ ที่เปิดให้ผู้รับสารชมโดยไม่เสียค่าใช้จ่าย หรือที่เรียกว่า โทรทัศน์สาธารณะ ซึ่งสำหรับประเทศไทย ปัจจุบันมีการเปิดช่องสัญญาณแก่ประชาชนทั่วไปจำนวน 6 สถานี ได้แก่ สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 3 สถานีวิทยุโทรทัศน์สีกองทัพบกช่อง 5 สถานีวิทยุโทรทัศน์กองทัพบกช่อง 7 สถานีวิทยุโทรทัศน์ไทยทีวีสีช่อง 9 สถานีวิทยุโทรทัศน์แห่งประเทศไทยช่อง 11 หรือเอ็นบีที และสถานีทีวีไทย ทีวีสาธารณะ หรือไทยพีบีเอส

ในแต่ละสถานีมีการบริหารจัดการช่วงเวลาที่มีความแตกต่างกันในรายละเอียดของเนื้อหาและ จุดยืน ตลอดจนความเหมาะสมในเชิงธุรกิจ อันส่งผลถึงความอยู่รอดของสถานี ซึ่งแต่ละรายการ จะสอดคล้องกับกลุ่มเป้าหมายที่แตกต่างกันไปในรายละเอียดของกลุ่มผู้รับสาร โดยมีเนื้อหาสาระในแต่ละช่วงเวลา ที่สอดคล้องกับพฤติกรรมการรับสารของมวลชน กลุ่มรายการที่มีความสำคัญต่อความนิยมของสถานีเป็นอย่างมาก ได้แก่ รายการบันเทิง จากสำนักงานสถิติแห่งชาติ ได้มีการสำรวจผู้รับชมสื่อวิทยุและโทรทัศน์ ประจำปี พ.ศ. 2551 จาก 79,560 ครั้วเรือนทั่วประเทศ จากตัวอย่างประชากรที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป พบว่า มีผู้สนใจรายการข่าวลดลง แต่หันมาสนใจรายการบันเทิงมากขึ้น จากตัวอย่างประชากรที่มีอายุ 6 ปีขึ้นไป มีทั้งหมด 60.2 ล้านคน มีผู้ชมสื่อวิทยุโทรทัศน์สูงสุด 57 ล้านคน เท่ากับร้อยละ 94.6 โดยที่ภาคกลาง มีผู้ชมสูงสุด ร้อยละ 95.4 รองลงมาเป็นภาคอีสาน ร้อยละ 94.4 ภาคเหนือและภาคใต้ มีจำนวนผู้ชมใกล้เคียงกัน คือ ร้อยละ 93.6 ส่วนพฤติกรรมชมโทรทัศน์ในปี พ.ศ.2551 นั้น มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ.2546 เพียงเล็กน้อย โดยรายการที่มีผู้ชมมากที่สุด คือ รายการบันเทิง ร้อยละ 57.7 รองมาคือ รายการข่าว ร้อยละ 40 สารคดีหรือความรู้ทั่วไป ร้อยละ 2 กลุ่มอายุผู้ชมรายการบันเทิงมากที่สุด คือ วัย

เด็ก ร้อยละ 91.4 และลดลงตามกลุ่มอายุที่เพิ่มขึ้น กลุ่มที่ชมหรือรับฟังรายการข่าว คือ วัยสูงอายุมากที่สุด ร้อยละ 65.2 และลดลงเมื่อกลุ่มอายุน้อยลง จากสถิติพบว่า รายการภาคบันเทิงซึ่งเป็นรายการที่แต่ละสถานีให้ความสำคัญเป็นอันดับต้น ๆ เมื่อเปรียบเทียบกับรายการอื่น จากกลุ่มผู้ชมที่ให้ความสนใจรายการประเภทนี้อย่างสูงในช่วงปีที่ผ่านมา และมีแนวโน้มสูงขึ้นเรื่อย ๆ เมื่อเทียบกับกลุ่มอายุแล้ว เป็นที่น่าตระหนกว่าความนิยมของผู้ชมรายการสารคดีหรือความรู้ทั่วไป มีเพียงร้อยละ 2 เท่านั้น รวมไปถึง กลุ่มอายุของผู้ชมรายการบันเทิงกลุ่มใหญ่ที่สุดกลับเป็นวัยเด็ก ซึ่งควรจะได้รับข้อมูลข่าวสารที่เป็นประโยชน์มากกว่าการรับชมรายการบันเทิง ซึ่งเน้นความสนุกสนาน ผ่อนคลาย แม้ว่าข้อเท็จจริงจะบ่งชี้ว่า รายการประเภทสารคดีหรือความรู้ทั่วไป จะเป็นประโยชน์แก่เยาวชน แต่ก็เป็นการยากที่จะเปลี่ยนแปลงผังรายการ หรือรูปแบบรายการเพื่อตอบสนองแนวความคิดนี้ ดังนั้น ผู้ผลิตจึงปรับปรุง และสอดแทรกความบันเทิงเข้าไปในรายการให้มีเนื้อหาเกี่ยวกับความรู้ทั่วไปมากขึ้นเพื่อกระตุ้นระดับความนิยม เช่น ภาพยนตร์การ์ตูน ที่มักจะสอดแทรกเกร็ดความรู้ ข้อคิด คติเตือนใจเข้าไปในเนื้อหารายการ เพื่อความอยู่รอดของผู้ผลิตรายการโทรทัศน์นั้นๆ ทั้งนี้แทบจะไม่มีรายการสารคดีหรือความรู้ทั่วไปใด ๆ ที่มีรูปแบบการนำเสนอเชิงวิชาการ ที่สามารถได้รับความนิยมจากผู้ชม ซึ่งส่วนใหญ่รายการที่ได้รับความนิยมดังกล่าวจะเป็นรายการในภาคบันเทิงที่มีการสอดแทรกเนื้อหาสาระบางอย่างเข้าไปเพื่อสร้างคุณค่าแก่รายการเพียงบางช่วงเท่านั้น ทั้งนี้เช่นเดียวกันกับรายการข่าวที่เป็นรายการหลักของแต่ละสถานี รายการบันเทิงก็ถือเป็นแหล่งชุมทรัพย์ที่สำคัญในการดำเนินการเช่นกัน และจากการที่สามารถจับกลุ่มผู้ชมจำนวนมากไว้ได้ รวมถึงกระแสความนิยมในรายการที่ให้ความบันเทิงของมวลชน ย่อมส่งผลต่อการซื้อช่วงเวลาโฆษณาของช่องนั้น ๆ มากขึ้นตามลำดับซึ่งรายได้ของแต่ละช่องจะขึ้นอยู่กับจำนวนและราคาของการโฆษณาของผู้สนับสนุนเป็นหลัก

รายการบันเทิง มีหลากหลายรูปแบบ ทั้งเกมโชว์ รายการเพลง ภาพยนตร์ และรายการละคร ซึ่งถือเป็นที่สุดของการแข่งขันระหว่างสถานี นอกจากนักแสดงที่มีหน้าที่เสมือนแม่เหล็ก ที่สามารถดึงดูดผู้ชื่นชอบในตัวดาราดังแต่ละคนแล้ว องค์ประกอบของการผลิตละครส่วนต่างๆยังเป็นการแสดงและการผลิตทางวัฒนธรรมที่น่าสนใจและมีอิทธิพลอย่างสูงต่อกลุ่มผู้ชมและสังคมไทย จะเห็นได้ว่าวงการละครโทรทัศน์ ถือเป็นวงการที่มีพัฒนาการยาวนานกว่าครึ่งศตวรรษ โดยแต่ละช่องสถานีจะมีดาราแม่เหล็กในสังกัดสลับเปลี่ยนหมุนเวียนกันในบทบาทต่าง ๆ เพื่อเรียกระดับความนิยม (Rating) ให้กับช่องและช่วงเวลาทีละครเรื่องนั้น ๆ ออกอากาศ เมื่อละครโทรทัศน์เป็นรายการบันเทิงที่ทวีความสำคัญต่อการขยายตัวของธุรกิจบันเทิง เป็นที่แน่นอนว่า ในแต่ละสถานีย่อมมีกลุ่มผู้จัด หรือบริษัทผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์ผลิตละครออกอากาศ

เป็นจำนวนมากเพื่อตอบสนองความต้องการของผู้ชมที่ติดตามชมละครโทรทัศน์ ซึ่งมีการเพิ่มช่วงเวลาจากเดิมที่มีเพียงละครหลังช่วงรายการข่าวภาคค่ำเป็นละครเย็น ละครก่อนข่าว ละครหลังข่าว ละครเช้า ละครบ่าย ตลอดจนละครหลังละครหลังข่าว รวมไปถึงละครที่นำเข้ามาจากต่างประเทศ ซึ่งถือได้ว่าการขยายตัวอย่างสูงและมีการเพิ่มช่วงเวลาออกอากาศที่หลากหลายมากขึ้น ทั้งนี้ยังไม่รวมการนำละครที่เคยออกอากาศแล้วมาออกอากาศใหม่ ซึ่งถือได้ว่าเป็นการใช้เวลาการออกอากาศไปกับละครทั้งสิ้น จากตัวอย่างข้างต้นสามารถอ้างอิงถึงความต้องการ (Demand) ของผู้ชมที่ต้องการชมละคร และการตอบสนอง (Supply) ของสถานีโทรทัศน์ ที่ส่งผลให้เกิดบริษัทผู้ผลิตละครโทรทัศน์จำนวนมาก อันเป็นที่มาของการแข่งขันในวงการละครเพื่อแย่งชิงส่วนแบ่งของตลาด (Market Share) ที่มาจากระดับความนิยมของผู้ชมนั่นเอง

การประสบความสำเร็จของละครโทรทัศน์ มีส่วนที่สำคัญสืบเนื่องมาจากนโยบายการบริหารจัดการของช่องสถานี ซึ่งสามารถจำกัดในรูปแบบการนำเสนอ แนวทางของละคร ช่วงเวลา ตลอดจนการแสดงออกของดารา หรือนักแสดงในสังกัด โดยนโยบายของสถานีถือเป็นสิ่ง que ผู้ผลิตละครจะต้องนำมาปรับใช้ในการนำเสนอโครงเรื่อง การวางตัวนักแสดง ตลอดจนกลยุทธ์ต่าง ๆ ที่สอดคล้องกับทิศทางการบริหารและนโยบายการออกอากาศของสถานี นอกจากนี้ยังต้องวิเคราะห์กระแสความนิยมในรูปแบบของละคร นักแสดง โครงเรื่อง สถานการณ์ปัจจุบัน โดยเฉพาะอย่างยิ่งความต้องการของผู้ชม ซึ่งถือเป็นปัจจัยหลักที่ส่งผลต่อกระแสความนิยมของละครเรื่องนั้น ๆ ด้วยองค์ประกอบทางการตลาดที่ถือเป็นเป้าหมายหลักที่แปรผันโดยตรงต่อรายได้ของทางสถานีและผู้ผลิต ทำให้ละครโทรทัศน์ ที่มีการผลิตมากกว่า 200 เรื่องต่อปีนั้น ถูกวิพากษ์วิจารณ์ในเชิงลบเรื่องของเนื้อหา ดังนั้นละครโทรทัศน์ที่สมควรได้รับความนิยมจึงจำเป็นต้องมีความสมบูรณ์ในเรื่ององค์ประกอบที่สำคัญไม่ว่าจะเป็น บทการแสดง ความสมจริงของฉาก ความสวยงามของเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย การกำกับการแสดง รวมถึงองค์ประกอบอื่น ๆ ซึ่งถือเป็นศิลปะในการสร้างสรรค์งานทางด้านการแสดงและการผลิตทางวัฒนธรรม หรือแม้แต่การหยิบยืมบางฉากบางตอนของละครมาใช้ในชีวิตประจำวัน ไม่ว่าจะเป็นวลีที่คุ้นหู คำพูดที่ติดปาก ตลอดจนการสนทนาถึงเนื้อหาที่สะท้อนถึงอารมณ์ ความรุนแรง และเรื่องเพศ ซึ่งถือเป็นเรื่องที่ไม่ได้รับการพูดถึงในการดำเนินชีวิตโดยปกติ

การขยายตัวอย่างสูงในวงการละครโทรทัศน์ โดยเฉพาะช่วงปีที่ผ่านมา อ้างอิงจากการวิจัยของสำนักงานสถิติแห่งชาติ ถือเป็นแรงจูงใจสำคัญที่ทำให้ผู้ศึกษามองเห็นโอกาสในการศึกษาแนวโน้มของ “โครงการจัดตั้งบริษัทที่ปรึกษาและผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิง (The Costume Expert)” เนื่องจากเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ถือเป็นปัจจัยสำคัญ ที่เป็น

องค์ประกอบหลักอย่างหนึ่ง ที่สามารถเติมเต็มความสมบูรณ์ให้กับละครโทรทัศน์เรื่องนั้น ๆ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบและวางแผนการผลิตละครโทรทัศน์ ที่มีความจำเป็นจะต้องจัดซื้อจัดหา หรือออกแบบ ตัดเย็บเสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายใหม่ให้กับนักแสดง เพื่อให้สอดคล้องกับบทประพันธ์ บทการแสดง ขนาดของตัวนักแสดง ยุคสมัย ตลอดจนภาพพจน์ที่ต้องการจะให้ปรากฏในตัวละคร ซึ่งส่งผลต่ออรรถรสของผู้ชม โดยเฉพาะในละครที่มีเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นองค์ประกอบสำคัญเพื่อสร้างความสมจริงให้กับตัวละคร และการดำเนินเรื่องราว ซึ่งเป็นที่น่าสนใจว่าการสร้างสรรค์เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในละครถือเป็นผลงานศิลปะ ที่ได้รับการเสนอให้มีการมอบรางวัลในสาขาการออกแบบเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายยอดเยี่ยม ในงานประกาศรางวัลอันทวงเกียรติของวงการละครโทรทัศน์ และแวดวงการแสดงและการผลิตทั้งในประเทศและนานาชาติ

เมื่อมีความต้องการรับชมละครโทรทัศน์มากขึ้น การผลิตละครโทรทัศน์จึงมีมากขึ้นตามลำดับ ดังนั้นความต้องการฝ่ายที่ปรึกษา ผู้จัดหา และผู้ผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายย่อมได้รับความสนใจและมีความต้องการจากบริษัทผู้ผลิตละครรายต่าง ๆ เพิ่มมากขึ้นเช่นกัน ดังนั้นผู้ศึกษาเห็นว่าโครงการนี้จึงถือเป็นจุดเริ่มต้น ในการพัฒนางานวงการละครโทรทัศน์ จากองค์ประกอบเรื่องเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย ที่ได้มีการศึกษา ค้นคว้า สรรหา และออกแบบ ตัดเย็บ เพื่อให้เกิดความถูกต้อง สมบูรณ์ และสอดคล้องกับบทประพันธ์ ยกตัวอย่างเช่น การสร้างละครย้อนยุค (Period) ซึ่งจำเป็นจะต้องมีการค้นคว้าข้อมูลการแต่งกายในยุคนั้น ๆ อย่างละเอียด และสามารถนำมาอ้างอิงได้อย่างเหมาะสมกับเรื่องราวและลักษณะของตัวแสดงในช่วงเวลานั้น ๆ โดยถือเป็นจรรยาบรรณ และความรับผิดชอบต่อผู้ชมในฐานะผู้ผลิตงานทางวัฒนธรรม ซึ่งเมื่อผู้ชมได้รับชมละครโทรทัศน์ ที่มีองค์ประกอบในส่วนต่าง ๆ ที่ไม่ขัดต่อความรู้สึก ย่อมถือเป็นนิมิตรหมายอันดีในการสร้างความพึงพอใจให้กับผู้ชมละครโทรทัศน์ ที่เรียกได้ว่าเป็นหนึ่งในงานทางด้านธุรกิจบันเทิงที่ทรงอิทธิพลที่สุดในยุคนี้ โดยเฉพาะการสร้างมาตรฐานให้กับงานทางด้านแสดงและการผลิตของประเทศไทยให้พัฒนาทัดเทียมต่างชาติ ที่มีการผลิตละครโทรทัศน์เป็นหนึ่งในสินค้าส่งออกของประเทศ อันนำมาซึ่งรายได้ที่มีมูลค่ามหาศาล โดยจะมีการบริหารจัดการในส่วนของการศึกษา เพื่อเป็นที่ปรึกษาที่ดีในการพัฒนาการใช้เสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ถูกต้อง เหมาะสม งดงามตามบทประพันธ์ ตลอดจนศึกษาในเรื่องของความเป็นไปได้ในการพัฒนาธุรกิจละครโทรทัศน์ อันมีตัวแปรสำคัญเชิงต้นทุน หรืองบประมาณการผลิตของละครแต่ละเรื่อง ที่จำเป็นจะต้องมีการแข่งขันในเรื่องของต้นทุนที่ต่ำกว่าคู่แข่งทั้งภายในสถานี ภายนอกสถานี ตลอดจนการพัฒนาเพื่อแข่งขันในตลาดโลก ซึ่งการศึกษานี้มีจุดมุ่งหมายที่ชัดเจนเพื่อเป็นจุดเริ่มต้นในการพัฒนาองค์ประกอบของละครโทรทัศน์ อันเกี่ยวกับเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเป็นหลักโดยการนำการบริหาร จัดการมา

ประยุกต์ใช้อย่างเป็นรูปธรรม เพื่อให้เป็นตัวอย่างที่ดีในการศึกษาต่อเนื่อง หรือพัฒนาองค์ประกอบอื่นๆ ของงานแสดงและการผลิตทางวัฒนธรรมที่มีการพัฒนาอย่างยั่งยืน

## 1.2 วัตถุประสงค์ในการศึกษา

1. เพื่อศึกษาความต้องการ และความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อบริษัทที่ปรึกษาและผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงในระดับต่าง ๆ
2. เพื่อศึกษาข้อมูล และแนวทางการบริหารจัดการเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งบริษัทที่ปรึกษาและผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิง

## 1.3 ขอบเขตของโครงการ

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยได้กำหนดขอบเขตการศึกษาเฉพาะแนวทางในการบริหารจัดการงบประมาณด้านเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายที่ใช้ในงานละครของบริษัทผู้ผลิตรายการละครโทรทัศน์ ตลอดจนความต้องการ และความคาดหวัง ที่มีต่อบริษัทที่ปรึกษาและผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิง The Costume Expert รวมถึงรูปแบบในการดำเนินธุรกิจ อุปสรรคที่พบ และกลุ่มผู้ใช้บริการของกลุ่มบริษัทหรือร้านผู้ประกอบการที่มีลักษณะการดำเนินงานคล้ายคลึงกับบริษัทที่ปรึกษาและผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิง The Costume Expert ที่มีสถานประกอบการอยู่ในเขตกรุงเทพมหานคร โดยไม่ศึกษาขั้นตอนในการออกแบบและตัดเย็บ

## 1.4 นิยามศัพท์เฉพาะ

บริษัทที่ปรึกษา และผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกาย หมายถึง บริษัทที่มีบุคลากรซึ่งมีความรู้ ความสามารถ ความชำนาญเฉพาะทาง ในการให้คำปรึกษากับกลุ่มผู้ใช้บริการที่มีความต้องการหลากหลาย ตั้งแต่ขั้นตอนการออกแบบตัดเย็บจนถึงขั้นตอนในการดูแลรักษา

ธุรกิจบันเทิง หมายถึง กลุ่มบริษัทหรือกลุ่มบุคคลผู้ประกอบกิจการด้านความบันเทิง ได้แก่ ภาพยนตร์ ละคร ดนตรี เป็นต้น ซึ่งในการศึกษาครั้งนี้เน้นการศึกษาเฉพาะธุรกิจเกี่ยวกับการผลิต การออกแบบ และการบริการเช่า ยืม ตลอดจนตัดเข้าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายเพื่อการแสดงในวงการละครโทรทัศน์เท่านั้น

เสื้อผ้าและเครื่องแต่งกายเพื่อการแสดง หมายถึง สิ่งที่สวมใส่เพื่อบอกเพศ สถานภาพ อายุ อาชีพ สัญชาติ ภูมิอากาศ ลักษณะนิสัย ตลอดจนความนิยมตามสมัย

ผู้ประกอบการตราสินค้า (Brand Connection) หมายถึง บุคลากรฝ่ายเสื้อผ้าที่ทำหน้าที่ในการจัดหาเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายด้วยวิธีการหยิบยืมจากสถานประกอบการที่มีชื่อเสียงเป็นที่รู้จักของคนทั่วไป

การเช่ายืม หมายถึง การยืมหรือเช่าเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายหรือเครื่องประดับที่สถานประกอบการมีอยู่เพื่อให้นักแสดงสวมใส่ประกอบการแสดงตามบทบาทและนำส่งคืนเมื่อใช้งานเสร็จสิ้น

การตัดเช่า หมายถึง การตัดเย็บเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายตามขนาดร่างกายของนักแสดง ขึ้นใหม่ตามบทบาทเพื่อสวมใส่ประกอบแสดง จากสถานประกอบการและนำส่งคืนเมื่อใช้งานเสร็จสิ้น

การตัดซื้อ หมายถึง การตัดเย็บเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายตามขนาดร่างกายของนักแสดง ขึ้นใหม่ตามบทบาทเพื่อสวมใส่ประกอบแสดงจากสถานประกอบการเมื่อใช้งานเสร็จสิ้นเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายดังกล่าวจะตกเป็นกรรมสิทธิ์ของผู้ที่สั่งตัด

## 1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

หากมีการนำโครงการไปใช้ประโยชน์จริง คาดว่าบริษัทที่ปรึกษาและผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิง จะเป็นตัวอย่างที่ดีในการบริหารจัดการงานแสดงและการผลิต โดยเฉพาะอย่างยิ่ง ในส่วนของการออกแบบ และการจัดหาเสื้อผ้า เครื่องแต่งกาย เครื่องประดับ และอุปกรณ์อื่นเกี่ยวข้องกับการแสดง ที่ครบวงจร มีระบบ มีคุณภาพ และสอดคล้องกับบท และองค์ประกอบอื่น ๆ ของการแสดง เพื่อการสอดคล้องประสานกันอย่างกลมกลืนและมีคุณภาพในการสร้างสรรค์งาน ทั้งนี้จะสามารถเป็นส่วนหนึ่งในการพัฒนาอุตสาหกรรมทางวัฒนธรรมที่มีขีดความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โดยมีประโยชน์อันสอดคล้องกับวัตถุประสงค์ดังต่อไปนี้

1. จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับความต้องการ และความคาดหวังของผู้ประกอบการที่มีต่อบริษัทที่ปรึกษา และผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิงในระดับต่าง ๆ
2. จะได้ข้อมูลเกี่ยวกับแนวทางการบริหารจัดการเพื่อวิเคราะห์ความเป็นไปได้ในการจัดตั้งบริษัทที่ปรึกษาและผลิตเสื้อผ้าเครื่องแต่งกายในธุรกิจบันเทิง