ภาพถ่ายโฆษณา เรื่อง “รถจักรยานยนต์ อินเดียน”
ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “INDIAN MOTORCYCLE”

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการถ่ายภาพ ภาควิชานิเทศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2559

ภาพถ่ายโฆษณา เรื่อง “รถจักรยานยนต์ อินเดียน”

ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “INDIAN MOTORCYCLE”

นาย ปัณณวิชญ์ ปกครอง

ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตร
ศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต สาขาวิชาการถ่ายภาพ ภาควิชานิเทศศิลป์
คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
ปีการศึกษา 2559

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ใบอนุมัติศิลปนิพนธ์

ภาพถ่ายโฆษณา เรื่อง “รถจักรยานยนต์ อินเดียน”

ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “INDIAN MOTORCYCLE”

นายปัณณวิชญ์ ปักครอง

MR PHANNAVICH POKKRONG

ภาควิชานิเทศศิลป์ คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง
อนุมัติให้ศิลปนิพนธ์ฉบับนี้เป็นส่วนหนึ่งของการศึกษาตามหลักสูตรศิลปกรรมศาสตรบัณฑิต
สาขาวิชาการถ่ายภาพ

อาจารย์ที่ปรึกษาศิลปนิพนธ์.....วันที่ 02/06/60.....

(อาจารย์วิรุนันท์ ชิตเดชะ)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

หัวข้อศิลปนิพนธ์	ภาพถ่ายโฆษณา เรื่อง “รถจักรยานยนต์ อินเดียน”
	ADVERTISING PHOTOGRAPHY TITLED “INDIAN MOTORCYCLE”
ชื่อ	นายปัณณวิชญ์ ปกครอง
สาขาวิชา	การถ่ายภาพ
คณะ	สถาปัตยกรรมศาสตร์
ปีการศึกษา	2559
อาจารย์ที่ปรึกษา	อาจารย์วิรุนันท์ ชิตเดชะ

บทคัดย่อ

ผลงานภาพถ่ายชุดนี้ได้รับแรงบันดาลใจมาจากความชื่นชอบและความสนใจส่วนตัวของข้าพเจ้าที่มีต่อรถจักรยานยนต์ประเภท ครุยเซอร์ โดยเฉพาะจักรยานยนต์ยี่ห้อ อินเดียน ที่ถือว่าเป็นยี่ห้อรถจักรยานยนต์ประเภทครุยเซอร์ยี่ห้อแรกของประเทศสหรัฐอเมริกา ประกอบกับทาง อินเดียน มอเตอร์ไซค์เคิล (ประเทศไทย) กำลังทำการประชาสัมพันธ์สินค้าในตลาดประเทศไทยในปี 2017 ทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานภาพถ่ายเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า โดยจะถ่ายสินค้าในรูปแบบของภาพถ่ายหุ่นนิ่งภายใต้การจัดแสงเงาแสดงให้เห็นรูปร่างลักษณะของลักษณะรถที่ถูกออกแบบมาอย่างปราณีต นำเสนอถึงความโดดเด่นอันเรียบหรูของรถจักรยานยนต์อินเดียน เป็นภาพชุด 16 ภาพ โดยใช้กล้อง DSLR 5D Mark III นำเสนอเป็นภาพถ่ายขนาด 16x24 นิ้ว 12x18 นิ้ว และโบร์ชัว ขนาด 16.5x11.7 นิ้ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

กิตติกรรมประกาศ

งานศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้จะสำเร็จไม่ได้เลยหากขาดบุคคลเหล่านี้

พ่อและแม่ สำหรับกำลังใจดีดี และกำลังสนันสนุนเงินทุนที่ใช้ในการดำเนินงาน

อาจารย์วิรุนันท์ ชิตเดชะ ที่ปรึกษาและช่วยดูแลผลงานศิลปนิพนธ์ชิ้นนี้จนสำเร็จลุล่วง

คณะอาจารย์ผู้ตรวจศิลปนิพนธ์ทุกๆท่าน สำหรับคำแนะนำต่างๆ

พี่ลี่ ณัฐพล ไตรณัฐี และอินเดียน มอเตอร์ไซค์เคิล (ประเทศไทย)

พี่บอย พี่ตั้ม พี่เช้น พี่บาส พี่นา พี่ตุ้ม ป้าขายน้ำ จาก LIFE AND CUSTOM ที่คอยดูแลและอำนวยความสะดวกเรื่องของสถานที่ในวันถ่ายทำ

กอล์ฟ บอล นิค สำหรับรถมอเตอร์ไซค์ที่ใช้ในการทดลองแสง

โป้ง ไหม จิน ไปป์ กัน ภูมิ ใหม่ อาร์ม จ๊อบ แฟรงค์ พี่พีท ที่คอยช่วยเหลือในขณะถ่ายทำและหลังถ่ายทำ

พี่เอก พี่บอล จาก Le photographe ที่คอยอำนวยความสะดวกเรื่องของอุปกรณ์ไฟบางส่วน

หากตนหล่นใครไปขออภัยด้วยครับ

จึงขอขอบพระคุณทุกคนเป็นอย่างยิ่งมา ณ ที่นี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

บทคัดย่อ ..... ก

กิตติกรรมประกาศ ..... ข

สารบัญ ..... ค

สารบัญภาพประกอบ ..... ฉ

บทที่

1 บทนำ 1

1.1 ความเป็นมาของโครงการ 1

1.2 วัตถุประสงค์ 1

1.3 ขอบเขตการศึกษา 1

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย 1

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ 2

1.6 งบประมาณ 2

2 การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล 3

2.1 ความหมายของการโฆษณา 3

2.1.1 ประเภทของการโฆษณา 3

2.1.2 บทบาทของการโฆษณา 6

2.1.3 หน้าที่ของการโฆษณา 7

2.2 ความหมายของรถมอเตอร์ไซค์ประเภทครุยเซอร์ 8

2.3 ประวัติอินเดียน 8

2.4 รูปแบบของสินค้า 17

2.4.1 รุ่นรถมอเตอร์ไซค์ indian ที่มีจำหน่ายในประเทศไทย 17

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

2.5 วิเคราะห์ตลาด....20

2.6 วิเคราะห์ SWOT ANALYSIS....21

2.7 วิเคราะห์กลยุทธทางการตลาด 4P....22

2.8 วิเคราะห์การโฆษณา....23

2.8.1 วิเคราะห์การโฆษณาจากเว็บไซต์....22

2.8.2 วิเคราะห์การโฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์....29

2.9 วิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด....31

2.9.1 วิเคราะห์สื่อโฆษณาของคู่แข่ง....35

2.10 ช่างภาพสร้างสรรค์....39

3 วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล....49

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล....49

3.2 การเตรียมการก่อนการสร้างสรรค์การทำงาน....49

3.2.1 สรุปแนวความคิด....49

3.2.2 รถมอเตอร์ไซค์....49

3.2.3 สถานที่....51

3.2.4 ภาพร่าง....52

3.2.5 ทดลองถ่าย....58

3.2.6 ตารางการทำงาน....59

4 ขั้นตอนการตกแต่งภาพหลังการสร้างสรรค์ ออกแบบโบร์ชัวและภาพผลงานสำเร็จ....60

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญ

หน้า

4.1 ขั้นตอนการตกแต่งภาพหลังการสร้างสรรค์.....60

4.2 ออกแบบโบร์ชัวด้วยโปรแกรม Photoshop CC2017.....64

4.3 ภาพผลงานสำเร็จ.....67

5 สรุปผลการสร้างสรรค์.....77

5.1 ปัญหาและข้อจำกัด.....77

5.2 ข้อเสนอแนะ.....77

บรรณานุกรม.....78

ประวัติผู้เขียน.....79

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 1 ภาพนาย Oscar Hedstrom....9
ภาพที่ 2 รถต้นแบบอินเดียน....9
ภาพที่ 3 มอเตอร์ไซค์ v twin เวอร์ชั่นถนน....10
ภาพที่ 4 โรงงานอินเดียน....11
ภาพที่ 5 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Scout....12
ภาพที่ 6 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Ace....12
ภาพที่ 7 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนที่มีการตกแต่งสไตล์ Deco....13
ภาพที่ 8 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Pony Scout....13
ภาพที่ 9 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนที่ใช้ระบบกันสะเทือนหลังแบบ Plunger และใช้บังโคลน....14
ภาพที่ 10 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนที่ใช้ในทางการทหาร....14
ภาพที่ 11 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่นสุดท้ายก่อนปิดสายการผลิตในปี 1953....15
ภาพที่ 12 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Cheif ในปี 1999....16
ภาพที่ 13 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Cheif ในปี 2008....16
ภาพที่ 14 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Scout ในปี 2016....17
ภาพที่ 15 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Chief Classic ในปี 2016....18
ภาพที่ 16 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Chief Vintage ในปี 2016....18
ภาพที่ 17 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Cheiftain ในปี 2016....19
ภาพที่ 18 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Roadmaster ในปี 2016....19

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 19 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Scout....23

ภาพที่ 20 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Scout....23

ภาพที่ 21 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Scout....23

ภาพที่ 22 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Classic....24

ภาพที่ 23 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Classic....24

ภาพที่ 24 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Classic....24

ภาพที่ 25 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Classic....25

ภาพที่ 26 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage....25

ภาพที่ 27 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage....25

ภาพที่ 28 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage....26

ภาพที่ 29 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage....26

ภาพที่ 30 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage....26

ภาพที่ 31 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chieftain....27

ภาพที่ 32 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chieftain....27

ภาพที่ 33 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chieftain....27

ภาพที่ 34รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chieftain....28

ภาพที่ 35 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Roadmaster....28

ภาพที่ 36 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Roadmaster....28

ภาพที่ 37 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Roadmaster....29

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 38 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Roadmaster....29

ภาพที่ 39 โฆษณา Indian Choice....29

ภาพที่ 40 โฆษณา Indian Choice....30

ภาพที่ 41 โฆษณา Indian Choice....30

ภาพที่ 42 โฆษณา Indian Choice....31

ภาพที่ 43 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Scout....32

ภาพที่ 44 รถมอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน รุ่น Sportster....32

ภาพที่ 45 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Classic....32

ภาพที่ 46 รถมอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน รุ่น Softail Deluxe....33

ภาพที่ 47 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage....33

ภาพที่ 48 รถมอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน รุ่น Roadking....33

ภาพที่ 49 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chieftain....34

ภาพที่ 50 รถมอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน รุ่น Street Glide....34

ภาพที่ 51 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Roadmaster....34

ภาพที่ 52 รถมอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน รุ่น Ultra Glide....35

ภาพที่ 53 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน....35

ภาพที่ 54 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน....35

ภาพที่ 55 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน....36

ภาพที่ 56 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน....36

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 57 รถโมษณามอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน....36
ภาพที่ 58 รถโมษณามอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน....37
ภาพที่ 59 รถโมษณามอเตอร์ไซค์ดูคาติ....37
ภาพที่ 60 รถโมษณามอเตอร์ไซค์ดูคาติ....37
ภาพที่ 61 รถโมษณามอเตอร์ไซค์ดูคาติ....38
ภาพที่ 62 ภาพ Michael Mayo....39
ภาพที่ 63 ภาพงานของ Michael Mayo....39
ภาพที่ 64 ภาพงานของ Michael Mayo....39
ภาพที่ 65 ภาพงานของ Michael Mayo....40
ภาพที่ 66 ภาพงานของ Michael Mayo....40
ภาพที่ 67 ภาพ Justin Carrasquillo....41
ภาพที่ 68 ภาพงานของ Justin Carrasquillo....41
ภาพที่ 69 ภาพงานของ Justin Carrasquillo....41
ภาพที่ 70 ภาพงานของ Justin Carrasquillo....42
ภาพที่ 71 ภาพงานของ Justin Carrasquillo....42
ภาพที่ 72 ภาพงานของ Justin Carrasquillo....42
ภาพที่ 73 ภาพงานของ Justin Carrasquillo....43
ภาพที่ 74 ภาพงานของ Justin Carrasquillo....43
ภาพที่ 75 ภาพ Trevor Pearson....44

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 76 ภาพงานของ Trevor Pearson....44
ภาพที่ 77 ภาพงานของ Trevor Pearson....44
ภาพที่ 78 ภาพงานของ Trevor Pearson....45
ภาพที่ 79 ภาพงานของ Trevor Pearson....45
ภาพที่ 80 ภาพงานของ Trevor Pearson....45
ภาพที่ 81 ภาพงานของ Trevor Pearson....46
ภาพที่ 82 ภาพงานของ Trevor Pearson....46
ภาพที่ 83 ภาพ Tim Wallace....47
ภาพที่ 84 ภาพงานของ Tim Wallace....47
ภาพที่ 85 ภาพงานของ Tim Wallace....47
ภาพที่ 86 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Scout....50
ภาพที่ 87 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Classic....50
ภาพที่ 88 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage....50
ภาพที่ 89 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Cheiftain....51
ภาพที่ 90 แผนที่สถานที่ถ่าย....51
ภาพที่ 91 ห้องที่ใช้ถ่าย....52
ภาพที่ 92 ภาพร่าง 1....52
ภาพที่ 93 ภาพร่าง 2....53
ภาพที่ 94ภาพร่าง 3....53
ภาพที่ 95 ภาพร่าง 4....53

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 96 ภาพร่าง 5 54
ภาพที่ 97 ภาพร่าง 6 54
ภาพที่ 98 ภาพร่าง 7 54
ภาพที่ 99 ภาพร่าง 8 55
ภาพที่ 100 ภาพร่าง 9 55
ภาพที่ 101 ภาพร่าง 10 55
ภาพที่ 102 ภาพร่าง 11 56
ภาพที่ 103 ภาพร่าง 12 56
ภาพที่ 104 ภาพร่าง 13 56
ภาพที่ 105 ภาพร่าง 14 57
ภาพที่ 106 ภาพร่าง 15 57
ภาพที่ 107 ภาพร่าง 16 57
ภาพที่ 108 ภาพทดลองแสง 1 58
ภาพที่ 109 ภาพทดลองแสง 2 58
ภาพที่ 110 ภาพทดลองแสง 3 58
ภาพที่ 111 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 1 67
ภาพที่ 112 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 2 67
ภาพที่ 113 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 3 68
ภาพที่ 114 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 4 68
ภาพที่ 115 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 5 69
ภาพที่ 116 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 6 69
ภาพที่ 117 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 7 70
ภาพที่ 118 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 8 70
ภาพที่ 119 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 9 71
ภาพที่ 120 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 10 71
ภาพที่ 121 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 11 72
ภาพที่ 122 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 12 72
ภาพที่ 123 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 13 73

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สารบัญรูปภาพ

หน้า

ภาพที่ 124 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 14 73
ภาพที่ 125 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 15 74
ภาพที่ 126 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 16 74
ภาพที่ 127 ภาพโบร์ชัวที่ 1 75
ภาพที่ 128 ภาพโบร์ชัวที่ 2 75
ภาพที่ 129 ภาพโบร์ชัวที่ 3 75
ภาพที่ 130 ภาพโบร์ชัวที่ 4 76
ภาพที่ 131 ภาพโบร์ชัวที่ 5 76
ภาพที่ 132 ภาพขณะจัดแสดง 76

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 1

บทนำ

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของโครงการ

ผลงานภาพถ่ายชุดนี้ได้รับแรงบันดาลใจมาจากความชื่นชอบและความสนใจส่วนตัวของข้าพเจ้าที่มีต่อรถมอเตอร์ไซค์ประเภท ครุยเซอร์ ข้าพเจ้าหลงไหลในภาพลักษณ์ของรถมอเตอร์ไซค์ประเภทนี้เนื่องจากการออกแบบที่มีความคลาสสิคสวยงาม ที่ไม่เปลี่ยนแปลงไปตามกาลเวลา

โดยเฉพาะรถมอเตอร์ไซค์ยี่ห้อ อินเดียน ที่ถือว่าเป็นยี่ห้อรถมอเตอร์ไซค์ประเภทครุยเซอร์ยี่ห้อแรกของประเทศสหรัฐอเมริกา ประกอบกับทาง อินเดียน มอเตอร์ไซค์เคิล (ประเทศไทย) กำลังทำการประชาสัมพันธ์สินค้าในตลาดประเทศไทยในปี 2017 ทำให้เกิดแรงบันดาลใจในการสร้างสรรค์ผลงานภาพถ่ายเพื่อเป็นการประชาสัมพันธ์สินค้า โดยจะถ่ายสินค้าในรูปแบบของภาพถ่ายหุ่นนิ่ง ภาพถ่ายรถมอเตอร์ไซค์อินเดียน ภายใต้การจัดแสงเงาแสดงให้เห็นรูปร่างลักษณะของลักษณะรถที่ถูกออกแบบมาอย่างปราณีต นำเสนอถึงความโดดเด่นอันเรียบหรูของรถมอเตอร์ไซค์อินเดียน

1.2 วัตถุประสงค์

1. เพื่อใช้เป็นสื่อประชาสัมพันธ์สินค้าภายใต้แบรนด์ อินเดียน
2. เพื่อศึกษาเทคนิคการถ่ายภาพรถมอเตอร์ไซค์ภายในสตูดิโอ

1.3 ขอบเขตการศึกษา

1. ภาพถ่ายขนาด 16x24 นิ้ว จำนวน 12 ภาพ และ 12x18 จำนวน 4 ภาพ
2. โบร์ชัวรถมอเตอร์ไซค์จำนวน 1 เล่ม

1.4 แนวทางการบรรลุเป้าหมาย

1. ศึกษาทำความเข้าใจผลิตภัณฑ์ ตลอดจนคู่แข่งทางการค้า
2. ศึกษาวิเคราะห์ภาคการตลาดของแบรนด์
3. ศึกษาวิเคราะห์ตัวอย่างโฆษณาของแบรนด์ ที่ถูกใช้จริง
4. คัดเลือกรุ่นรถที่จะใช้ในการถ่ายภาพ พร้อมศึกษารายระเอียดของการออกแบบ
5. ร่างภาพที่ต้องการถ่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

6. ศึกษาและทดสอบลักษณะแสงกับรถมอเตอร์ไซค์เพื่อหาความเหมาะสมที่จะต้องใช้ในการจัดแสงเพื่อถ่ายภาพ

7. ติดต่อและสำรวจสถานที่ถ่ายทำจริง

8. เตรียมพร้อมและวางแผนการถ่ายทำ

9. ถ่ายทำจริง

10. นำไปสู่กระบวนการปรับแต่งภาพและออกแบบโบร์ชัว

11. นำไปสู่กระบวนการจัดพิมพ์ภาพและจัดทำโบร์ชัว

12. สรุปผลงาน

1.5 ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. เข้าใจกระบวนการนำเอาลักษณะเด่นของสินค้ามาใช้สร้างสรรค์ให้เกิดงานโฆษณา

2. ได้เรียนรู้ถึงวิธีการขั้นตอนและเทคนิคการถ่ายภาพรถมอเตอร์ไซค์ ไปใช้เพื่อประกอบอาชีพในอนาคต

3. ได้เรียนรู้ระบบการถ่ายภาพสินค้าเพื่อการประชาสัมพันธ์

4. ได้เรียนรู้ระบบการทำงานร่วมกับบริษัทของแบรนด์สินค้า

1.6 งบประมาณ

ค่าเดินทาง	4,000	บาท
ค่าอาหาร	3,200	บาท
ค่าอุปกรณ์	5,500	บาท
ค่าพิมพ์รูป	9,000	บาท
ค่าจัดทำโบร์ชัว	250	บาท
รวม	21,950	บาท

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่2

การค้นคว้าและวิเคราะห์ข้อมูล

2.1 ความหมายของการโฆษณา

การโฆษณาคือกระบวนการสื่อสารเป็นกระบวนการทางการตลาดเป็นกระบวนการทางเศรษฐกิจ และสังคมเป็นกระบวนการเพื่อการประชาสัมพันธ์ หรือเป็นกระบวนการในการสื่อสารเพื่อให้ข้อมูลและการโน้มน้าวใจ

การโฆษณาต้องประกอบด้วยลักษณะสำคัญ 6 ประการ คือ

1. การโฆษณาเป็นการสื่อสารที่ต้องมีการชำระเงินค่าพื้นที่หรือเวลา
2. การสื่อสารดังกล่าวบางครั้งอาจอยู่ในรูปของการบริการสาธารณะ ที่มีผู้ให้ความอนุเคราะห์พื้นที่หรือเวลาในการเผยแพร่ข้อมูลฟรี
3. การโฆษณาต้องมีการระบุชื่อผู้อุปถัมป์ ผู้โฆษณา หรือผู้ชำระเงินค่าพื้นที่หรือเวลา
4. การโฆษณามีการใช้ข้อความที่พยายามจะจูงใจ หรือพยายามที่จะมีอิทธิพลต่อผู้บริโภคเพื่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงบางสิ่งบางอย่างตามที่ผู้โฆษณาต้องการ
5. ข้อความโฆษณาจะถูกเผยแพร่ผ่านสื่อมวลชน ประเภทเดียวหรือหลายประเภทเพื่อสามารถเข้าถึงผู้บริโภคอย่างมีประสิทธิภาพ
6. เนื่องจากการโฆษณาเป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารผ่านสื่อมวลชน ดังนั้นการโฆษณาจึงเป็นการสื่อสารที่ไม่ใช่สื่อบุคคล

2.1.1 ประเภทของการโฆษณา

โฆษณาสามารถแบ่งได้หลายลักษณะ ขึ้นอยู่ที่ผู้พิจารณาจะใช้เกณฑ์ใดในการแบ่ง โดยจะต้องพิจารณข้อความในชิ้นงานโฆษณานั้น ๆ ด้วยว่าผู้โฆษณาต้องการสื่อสารไปยังกลุ่มเป้าหมายใด โฆษณานั้นปรากฏที่ไหน ในสื่อใด หรือต้องการบรรลุวัตถุประสงค์ด้านจึงจะสามารถแบ่งประเภทของแคมเปญโฆษณาได้ชัดเจนขึ้น โดยทั่วไปเกณฑ์ที่ใช้ในการแบ่งประเภทของการโฆษณา มี 4 หลักเกณฑ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ได้แก่ การจำแนกตามกลุ่มเป้าหมาย จำแนกตามขอบเขตทางภูมิศาสตร์ จำแนกตามสื่อ และจำแนกตามวัตถุประสงค์

ประเภทของการรณรงค์โฆษณาโดยใช้เกณฑ์ 4 เกณฑ์ ได้แก่

1. การจำแนกโดยใช้กลุ่มเป้าหมาย : โฆษณาใด ๆ ก็ตามมักจะมุ่งที่จะสื่อสารกับกลุ่มเป้าหมายเฉพาะซึ่งผู้โฆษณาต้องการที่จะจูงใจหรือมีอิทธิพลอย่างใดอย่างหนึ่งต่อกลุ่มเป้าหมายนั้น ๆ โดยทั่วไปสามารถจำแนกโฆษณาตามกลุ่มเป้าหมายได้เป็น 2 กลุ่มย่อย คือ โฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นผู้บริโภค และกลุ่มเป้าหมายที่เป็นองค์กรหรือหน่วยงาน
   1.1 Consumer Advertising คือการรณรงค์โฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายคือผู้บริโภคขั้นสุดท้าย เพื่อที่จะกระตุ้นให้ซื้อสินค้า บริการไปเพื่อใช้เองภายในครัวเรือน
   1.2 Business Advertising คือการโฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายเป็นองค์กร ร้านค้า โฆษณาลักษณะนี้มักปรากฏในสิ่งพิมพ์ที่มีกลุ่มเป้าหมายเฉพาะ
2. จำแนกตามขอบเขตทางภูมิศาสตร์
   2.1 Local Advertising ทำการโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายซึ่งอยู่รอบ ๆ หรือละแวกใกล้เคียง
   2.2 Regional Advertising ทำการโฆษณาไปยังกลุ่มเป้าหมายภายในเขตภูมิภาคเดียวกัน
   2.3 National Advertising ทำการโฆษณาคล้ายกับ 2.2 แต่ช่องทางในการจัดจำหน่ายสินค้ากระจ่ายอยู่ทั่วทุกภูมิภาคของประเทศ จึงต้องรณรงค์โฆษณาให้ครอบคลุมอย่างทั่วถึงเพื่อสร้างการรับรู้เกี่ยวกับตราสินค้าเหมือน ๆ กัน
   2.4 International Advertising การโฆษณาที่มีกลุ่มเป้าหมายมากกว่า 1 ประเทศ ขึ้นอยู่กับระบบการจัดจำหน่ายด้วยว่าการกระจายสินค้าไปขายในประเทศใดบ้าง ครอบคลุมเฉพาะทวีป หรือทั่วโลก โดยโฆษณาอาจมีการปรับเปลี่ยนภาษาผู้แสดงให้เหมาะสมกับค่านิยม และวัฒนธรรมของกลุ่มเป้าหมาย
3. จำแนกตามสื่อโฆษณา การโฆษณาสามารถจำแนกออกเป็น 5 ประเภท ตามสื่อที่ใช้เป็นเครื่องมือในการนำข้อความโฆษณาไปสู่กลุ่มเป้าหมายที่ต้องการ
   3.1 การโฆษณาทางสื่อสิ่งพิมพ์
   3.2 การโฆษณาทางสื่ออิเลคทรอนิค
   3.3 การโฆษณาทางสื่อนอกสถานที่
   3.4 การโฆษณาทางจดหมายตรง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.5 การโฆษณาทางสื่ออื่น ๆ

4. การจำแนกตามวัตถุประสงค์ของการโฆษณา

4.1 Product Advertising การโฆษณาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการรับรู้โดยการให้ข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการ โน้มน้าวชักจูงให้เกิดความชื่นชอบในตราสินค้า นำไปสู่การทดลองซื้อผลิตภัณฑ์หรือบริการ

4.2 Non-product Advertising การโฆษณาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อนำเสนอแนวความคิด เพื่อ สร้างภาพลักษณ์ทำให้ผู้บริโภคเกิดทัศนคติที่ดี และนำไปสู่การให้ความร่วมมือและสนับสนุนกิจกรรมขององค์กรหรือสถาบัน

4.3 Commercial Advertising การโฆษณาใดก็ตามที่มุ่งหวังผลกำไรเป็นการตอบแทนจากการโฆษณา

4.4 Non-commercial Advertising การโฆษณาขององค์กรใด ๆ ก็ตามที่มิได้มุ่งหวังกำไรเป็นการตอบแทนจากการโฆษณา

4.5 Primary-demand Advertising การโฆษณาซึ่งผู้โฆษณาต้องการกระตุ้นให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ หรือเห็นความจำเป็นของการเลือกซื้อเลือกใช้ผลิตภัณฑ์ ประเภทใดประเภทหนึ่ง โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้ความรู้ความเข้าใจ และให้ข้อมูลที่จะเป็นประโยน์เกี่ยวกับคุณค่าของผลิตภัณฑ์ประเภทใดประเภทหนึ่งมากกว่าการเน้นที่สินค้าแบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งโดยเฉพาะ

4.6 Selective-demand Advertising การโฆษณาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อกระตุ้นให้เกิดความต้องการในผลิตภัณฑ์แบรนด์ใดแบรนด์หนึ่งโดยเฉพาะ โดยโฆษณาพยายามชี้ให้เห็นว่าผลิตภัณฑ์ดังกล่าวมีคุณสมบัติที่เหนือกว่าหรือแตกต่างกว่าผลิตภัณฑ์แบรนด์อื่น และคุณสมบัติดังกล่าวนั้นตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคได้เป็นอย่างดี

4.7 Direct-action Advertising การรณรงค์โฆษณาที่มีการกระตุ้นให้กลุ่มเป้าหมายมีการตอบสนองต่อโฆษณาดังกล่าวในทันที หรือภายในช่วงระยะเวลาสั้นที่กำหนด เช่นการโฆษณาทาง tv 24 ชั่วโมงแต่ถ้าซื้อภายใน 5 นาทีจะได้รางวัลพิเศษ โดยโฆษณาอาจกระตุ้นให้มีการตอบกลับในลักษณะร่วมทายปัญหา แสดงความคิดเห็นขอรายละเอียดเพิ่มเติม

4.8 Indirect-action Advertising การรณรงค์โฆษณาที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสร้างการรับรู้ในตราสินค้า ย้ำเตือนให้เห็นคุณประโยยชน์ของการใช้ตราสินค้าพัฒนาจนเกิด

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ความรู้สึกชื่นชอบในตราสินค้าดังกล่าว เมื่อใดก็ตามที่ผู้บริโภคเกิดความต้องการในการซื้อสินค้าหรือการบริการนั้น ก็จะนำข้อมูลเกี่ยวกับตราสินค้าที่รู้สึกชื่นชอบนั้นมาพิจารณาประกอบการตัดสินใจซื้อ

2.1.2 บทบาทของการโฆษณา

บทบาทของการโฆษณาสามารถจำแนกบทบ้านด้านต่าง ๆ ออกเป็น 4 ด้าน ได้แก่บทบาทของการโฆษณาในด้านการตลาด : การตลาด คือ กระบวนการที่องค์กรธุรกิจ สร้างสรรค์ขึ้นเพื่อที่สามารถตอบสนองความต้องการ และสร้างความพึงพอใจให้กับผู้บริโภคด้วยสินค้าหรือบริการ ผู้บริโภคที่องค์กรเลือกเพื่อใช้ความพยายามทางการตลาดทุกรูปแบบเพื่อสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับสินค้าหรือบริการไปนั้น เราเรียกว่า ตลาดเป้าหมาย เครื่องมือที่นักการตลาดใช้ในการตอบสนองความต้องการผู้บริโภค คือ สินค้าและบริการ มีการกำหนดราคา ที่เหมาะสมกับส่วนตลาด และวิธีการกระจายผลิตภัณฑ์อย่างทั่วถึง นอกจากนี้การตลาดยังรวมถึงการที่จะสื่อสารข้อมูลเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการไปยังผู้บริโภคที่เรียกว่า การสื่อสารการตลาด ซึ่งเครื่องมือทั้ง 4 อย่างที่รวมเรียกว่า ส่วนผสมทางการตลาด

การสื่อสารการตลาดประกอบด้วยเทคนิคการสื่อสารรูปแบบต่างได้ ได้แก่การโฆษณา การส่งเสริมการขาย การประชาสัมพันธ์ และพนักงานขาย จดหมายตรงส่งถึงผู้รับ

ดังนั้นถ้ากล่าวถึงบทบาทของการโฆษณาในด้านการตลาด คือ การมองว่าการโฆษณาเป็นส่วนหนึ่งของเครื่องมือในการสื่อสารทางการตลาดเพื่อเข้าถึงผู้บริโภค

บทบาทของการโฆษณาในด้านการสื่อสาร : โฆษณาเป็นการสื่อสารผ่านสื่อมวลชนรูปแบบหนึ่ง วัตถุประสงค์คือเพื่อสื่อสารข้อมูลที่สำคัญ และจำเป็นของผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทที่เหมาะสมกับความต้องการของตลาดแต่ละส่วน โฆษณามีทั้งการให้ข้อมูลข่าวสาร สร้างภาพลักษณ์ให้กับองค์กรผู้ผลิตสินค้า ควบคู่ไปกับการให้ข้อเท็จจริงที่สำคัญ และผู้บริโภคควรรู้ประกอบการตัดสินใจ

บทบาทของการโฆษณาในด้านเศรษฐกิจ : โฆษณาช่วยให้เกิดการกระจายสินค้าจากผู้ผลิตไปยังผู้บริโภค ก่อให้เกิดการกระจายรายได้ ผู้ประกอบการหรือเจ้าของสินค้าเมื่อขายสินค้าได้ก็มีรายได้และกำไรมาขยายกิจการ ก่อให้เกิดการจ้างงานเพิ่มขึ้น ประชาชนมีกำลังจับจ่ายซื้อสินค้ามากขึ้น ในทางกลับกันถ้าสินค้าขายไม่ได้ ก็จะสวนทางสิ่งที่กล่าวมาทั้งหมด

บทบาทของการโฆษณาในด้านสังคม : โฆษณาช่วยให้ทราบว่ามีผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ อะไรเกิดขึ้นในสังคมบ้าง ผลิตภัณฑ์แต่ละแบรนด์มีการพัฒนาไปอย่างไรบ้าง และบางโฆษณาก็ช่วยสอนให้รู้จักวิธีการใช้ เกิดการเรียนรู้เกี่ยวกับประดิษฐกรรมใหม่ ๆ โฆษณายังเป็นกระจกสะท้องสังคม แฟชั่น ทิศทางหรือกระแสความนิยมคนผู้บริโภคในแต่ละยุคสมัยบางครั้งโฆษณาเป็นจุดเริ่มต้นของการสร้างกระแสความนิยม เกิดแฟชั่นบางอย่าง ถ้อยคำที่กลายเป็นคำฮิตติดปากของคนในสังคม โฆษณาสามารถสร้างให้เกิดพลังความร่วมมือร่วมใจของคนในสังคม

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.1.3 หน้าที่ของการโฆษณา

ถึงแม้ว่าการโฆษณาแต่ละชิ้นซึ่งอาจจะมีลักษณะเป็นโฆษณาเดี่ยว หรือเป็นแคมเปญโฆษณาก็ตาม พยายามที่จะบรรลุวัตถุประสงค์ของเจ้าของผลิตภัณฑ์ซึ่งเป็นผู้ที่ชำระเงินค่าโฆษณาก็ตาม แต่โฆษณาดังกล่าวก็ทำหน้าที่ที่สามารถจำแนกออกได้เป็น 3 ประการ คือ

1. ให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือตราผลิตภัณฑ์

แม้ว่าโฆษณาบางโฆษณาจะพยายามหลีกเลี่ยงที่จะใช้ข้อความจำนวนมาก หรือมีแต่ก็เป็นข้อความที่สั้นมาก แต่หน้าที่หลักอย่างหนึ่งของการโฆษณาก็คือการให้ข้อมูลที่เป็นประโยชน์แก่ผู้บริโภคเพื่อใช้ประกอบการตัดสินใจ แต่ข้อมูลข่าวสารที่ปรากฏในงานโฆษณาจะมีมากหรือน้อยขึ้นอยู่กับประเภทของผลิตภัณฑ์ และความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย เนื่องจากผู้บริโภคมีความต้องการข้อมูลในการตัดสินใจซื้อผลิตภัณฑ์แต่ละประเภทไม่เท่าเทียมกัน เช่น การตัดสินใจการซื้อยาสีฟันกับรถยนต์

2. นำเสนอสิ่งจูงใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาหรือการกระทำอย่างใดอย่างหนึ่ง

ตามปกติแล้วผู้บริโภคมักรู้สึกต่อต้าน และไม่เต็มใจที่จะเปลี่ยนแปลงพฤติกรรมที่เคยทำอยู่เป็นประจำของตนเองหรือการเรียนรู้เกี่ยวกับผลิตภัณฑ์หรือบริการใหม่ ๆ จึงอาจจะเป็นเรื่องยากสำหรับผู้บริโภคบางคน ดังนั้นโฆษณาจึงจำเป็นต้องชี้ให้ผู้บริโภคเห็นโดยใช้เหตุผลว่า ถ้าเขาเปลี่ยนมาใช้ผลิตภัณฑ์ที่กำลังโฆษณาอยู่นี้ คุณจะได้รับผลประโยชน์บางอย่างเป็นการตอบแทนโดยอาจเป็นการใช้ภาพ ใช้ข้อความต่าง ๆ เป็นเครื่องมือในการจูงใจ การแสดงให้เห็นถึงความสะดวกสบายที่จะได้รับ ผลิตภัณฑ์มีคุณภาพ และประสิทธิภาพที่เหนือกว่า ผลิตภัณฑ์มีราคาถูกกว่า ประหยัดกว่า หรือโดยการใช้บุคคลที่มีชื่อเสียงมายืนยัน เป็นต้น

3. โฆษณาทำหน้าที่ย้ำเตือน

โฆษณาทั่วไปมักจะมีจุดมุ่งหมายที่จะเข้าถึงผู้บริโภคปัจจุบัน แต่อย่าลืมว่ายังมีกลุ่มผู้บริโภคที่เป็นลูกค้าเก่าของเราที่เคยซื้อผลิตภัณฑ์ของเราไปใช้แล้ว โฆษณาจะต้องพยายามย้ำเตือนความจำของผู้บริโภคเกี่ยวกับชื่อ ตราสินค้า ภาพลักษณ์ เพื่อทำให้ผู้บริโภครู้สึกผูกพัน ไม่หันไปใช้ผลิตภัณฑ์ของคู่แข่ง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

โครงการภาพถ่ายมอเตอร์ไซค์ INDIAN นี้จัดทำขึ้นเป็นส่วนหนึ่งในการโฆษณาของบริษัท เพื่อที่จะให้ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ นำเสนอสิ่งจูงใจเพื่อกระตุ้นให้เกิดปฏิกิริยาจูงใจในการมาบริโภคสินค้าและเป็นเครื่องย้ำเตือนให้ผู้ที่บริโภคสินค้าอยู่แล้วยังคงภักดีต่อแบรนด์ รู้สึกภาคภูมิใจในแบรนด์

โดยโครงการภาพถ่ายโฆษณานี้มีแคมเปญโฆษณาคือ Indian is back ซึ่งสอดคล้องกับการกลับมาทำตลาดของ INDIAN MOTORCYCLE หลังจากหายไปจากตลาดรถมอเตอร์ไซค์กว่า 50 ปี

2.2 ความหมายของรถมอเตอร์ไซค์ประเภทครุยเซอร์

ครุยเซอร์ คือมอเตอร์ไซค์ที่มีสไตล์อเมริกัน ที่ผลิตในปี 1930ถึงประมาณ 1960 โดยท่านั่งขณะขับขี่ เท้าจะเยื้องไปข้างหน้า มือยกสูง กระดูกสันหลังชันเล็กน้อย หรือ เยื้องไปทางข้างหลัง ทำให้มีความรู้สึกสบายเมื่อขับขี่เป็นระยะเวลานาน

2.3 ประวัติอินเดียน

อินเดียนเป็นยี่ห้อรถมอเตอร์ไซค์ประเภท ครุยเซอร์ สัญชาติ อเมริกัน โดยเริ่มดำเนินงานตั้งแต่ ปี 1901 ถึง 1953 ในเมืองสปริงฟิลด์ รัฐแมซซาชูเซตส์ สหรัฐอเมริกา โดยเริ่มแรกนั้นชื่อบริษัท Hendee Manufacturing Company แต่ภายหลังถูกเปลี่ยนเป็น Indian Motocycle Manufacturing Company ในไป 1928

ในปี 1910 Indian ได้เป็นผู้ผลิตรถมอเตอร์ไซค์ที่ยิ่งใหญ่ที่สุดในโลก โดยรุ่นของรถที่ขายดีและได้รับความนิยมนั้นได้แก่ Scout และ Chief แต่เนื่องจากทางบริษัทเกิดวิกฤตการทางการเงินในปี 1953 ทำให้ Indian ต้องปิดสายการผลิตในที่สุด

กระทั่งในปี 2011 กลุ่มบริษัท Polaris ได้ซื้อกิจการทั้งหมดของ Indian Motorcycles ซึ่งรวมถึงสิทธิบัตรต่าง ๆ และผลิตรถมอเตอร์ไซค์ Indian ที่มีความทันสมัยแต่ยังสะท้อนไสตล์ความเป็น Indian ดั้งเดิมในปี 2013

Indian Motocycle Co. ถูกก่อตั้งอยู่ภายใน Hendee Manufacturing Company โดย George M. Hendee เมื่อปี 189 ซึ่งเป็นผู้ผลิตจักรยาน โดยแรกเริ่มชื่อแบรนด์นั้นใช้ชื่อ American Indian ซึ่งภายหลังนั้นถูกย่อให้เหลือเพียงแค่ Indian ในปี 1898 โดยนาย Hendee ได้ให้เหตุผลว่าการตัดคำว่า American ออกไปเพื่อที่จะเป็นที่ยอมรับในตลาดส่งออกได้ง่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 1 ภาพนาย Oscar Hedstrom

แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

ปี 1900 ได้มีนาย Oscar Hedstrom เข้าร่วมมามีส่วนร่วมการพัฒนารถมอเตอร์ไซค์ โดยทั้งนาย Hendee และ Hedstrom ได้กำเนิด มอเตอร์ไซค์ที่มีเครื่องยนต์ 1 สูบ 1.75 แรงม้า ในย่านบ้านของ Hendee ที่ สปริงฟิลด์ โดยมอเตอร์ไซค์รุ่นนี้ได้ถือว่าประสบผลความสำเร็จขายได้เป็นตุเป็นตะ ซึ่งยอดขายได้มีจำนวนมากในทศวรรษ

ปี 1901 รถต้นแบบ 1 และ 2 ได้ใช้โครงตัวถังที่รูปลักษณ์แบบเพชร ได้ถูกสร้าง และทดลองมอเตอร์ไซค์คันแรกของ Indian ได้ใช้โซ่ในการขับเคลื่อน และออกแบบที่คำนึงถึงความคล่องตัว นั้นได้ถูกขายสู่สาธารณะในปี 1902

ภาพที่ 2 รถต้นแบบอินเดียน

แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

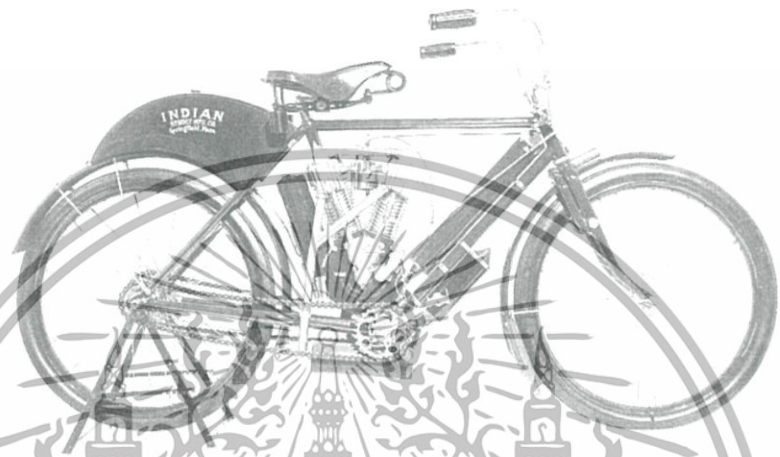
ปี 1903 Indian ได้ทำลายสถติโลกมอเตอร์ไซค์ที่เร็วที่สุดด้วยความเร็ว 56 ไมล์ต่อชั่วโมงหรือประมาณ 90.12 กิโลเมตรต่อชั่วโมง

ปี1904 ทางบริษัทได้ใส่สีแดงไปในมอเตอร์ไซค์ของ Indian ยอดขายประจำปีของมอเตอร์ไซค์พุ่งทะลุถึงมากกว่า 500 คัน และเคยมากกว่า 32,000 คันในปี 1913 โดยเครื่องยนต์ของ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Indian นั้นถูกผลิต และประกอบโดยบริษัท Aurora Firm แต่ภายหลังปี 1907 Indian ได้ให้บริษัท Thor ซึ่งเป็นผู้ผลิตมอเตอร์ไซค์ในสหรัฐอเมริกาเหมือนกันผลิตเครื่องยนต์ให้

ปี 1905 ได้สร้างรถแข่งที่มีขุมกำลังจากเครื่อง v twin เป็นครั้งแรก โดยได้ศึกษา และพัฒนาแรมปีอจนได้นำไปโชว์ตามงานต่าง ๆ และทำลายสถิติมากมาย



ภาพที่ 3 มอเตอร์ไซค์ v twin เวอร์ชั่นถนน

แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

ปี 1907 ได้สร้างมอเตอร์ไซค์ v twin เวอร์ชั่นถนนขึ้นมาโดยให้นักบิดที่มีชื่อเสียงสองคนคือ George Holden และ Luis Mueller ขับมอเตอร์ไซค์ทำลายสถิติข้ามประเทศสหรัฐอเมริกาจากเมืองซานดิเอโก ไปยัง เมืองนิวยอร์ค ภายใน 31 วัน ซึ่งเร็วกว่าสถิติเดิมที่ถูกเคยทำไว้ถึง 18 วัน

Indian V-Twin สร้างสถิติชนะเลิศในการแข่งขันรายการ English 1000-Mile Reliability Trial ครั้งที่ 1 ส่งผลให้ชื่อ “อินเดียน” ได้รับความน่าเชื่อถือนับแต่นั้นมา จากนั้นในปีเดียวกันกรมตำรวจนิวยอร์กได้ตัดสินใจซื้อมอเตอร์ไซค์ดังกล่าวจำนวน 2 คัน สำหรับใช้ในการติดตามม้าที่หนีออกจากคอก และในปีเดียวกัน มอเตอร์ไซค์ Indian ได้ถูกประจำการในหน่วยตำรวจจักรยานยนต์ กรมตำรวจนิวยอร์ค

ปี 1908 เริ่มมีการวางถังน้ำมันรูปแบบใหม่ "loop frame" ให้กับมอเตอร์ไซค์อินเดียน โดยการติดตั้งเข้ากับเฟรมแนวนอนด้านหน้าของตัวรถ ก่อนที่ผู้ผลิตมอเตอร์ไซค์รายอื่น ๆ จะยึดเป็นแบบอย่าง จนกลายเป็นสูตรสำเร็จในการออกแบบตำแหน่งถังน้ำมันของรถมอเตอร์ไซค์ทั่วโลกมาจนถึงปัจจุบันนี้

ปี 1911 นักบิด Indian กวาดทุกสถิติความเร็วและระยะทางของอเมริกา และยังสามารถกวาด 3 อันดับแรกในการแข่งขันรายการ Isle of Man Mountain Course Race ครั้งที่ 1 มาครองได้เป็นผลสำเร็จอีกด้วย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปี 1913 Indian เริ่มใช้ระบบแขนแบบ Swingarm และระบบกันสะเทือนหลังแบบ Leaf-Spring กับรถมอเตอร์ไซค์ในสายการผลิตเป็นครั้งแรก

ปี 1914 Indian มีพนักงานที่ทำงานในสายการผลิตกว่า 3,000 คน กัดบแนวประกอบชิ้นส่วนรถที่ยาวถึง 7 ไมล์ ในโรงงานอินเดียนที่เมืองสปริงฟิลด์ รัฐแมสซาชูเซตส์ ซึ่งมีพื้นที่ถึง 1 ล้านตารางฟุต และในปีเดียวกันนี้ Indian ได้เปิดตัวรถมอเตอร์ไซค์ที่ใช้ชุดไฟแสงสว่างและชุดสตาร์ทเครื่องยนต์ทำงานด้วยระบบไฟฟ้าคันแรกของโลก ขณะที่นักบิดอินเดียนนาม Cannonball Baker สามารถสร้างสถิติความเร็วใหม่ในการขี่มอเตอร์ไซค์ Indian V-Twin ข้ามฝั่งประเทศได้สำเร็จอีกด้วย โดยใช้ระยะเวลาแค่ 11 วัน 12 ชั่วโมง 10 นาที

ภาพที่ 4 โรงงานอินเดียน

แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 1 กิจกรรมแข่งรถของ Indian (อินเดียน) ต้องหยุดชะงักลงชั่วคราว เนื่องจากบริษัทต้องจัดส่งรถสำหรับใช้ทางการทหารจำนวน 41,000 คัน ให้กับกองทัพสหรัฐฯ พร้อมกับการเปิดตัว "Powerplus" เครื่องยนต์ใหม่แบบ Side-Valve ขนาด 61 ลบ.นิ้ว ในปีเดียวกัน

ปี 1918 รถแข่ง Indian ที่มาพร้อมเครื่องยนต์ Powerplus ในแบบ Overhead Cam ที่มีถึง 4 วาล์วต่อสูบ สามารถทำความเร็วสูงสุดได้ถึง 120 ไมล์ / ชั่วโมง

ปี 1920 เริ่มมีการใช้โครงสร้างแบบ Semi-Monocoque ในเครื่องยนต์, ระบบส่งกำลัง และชุดเฟรม กับมอเตอร์ไซค์ Indian ในสายการผลิตเป็นครั้งแรก พร้อมกับการเปิดตัวรถใหม่ "Indian Scout" อย่างเป็นทางการ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 5 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Scout

แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

เริ่มต้นการปฏิวัติด้วย Indian Scout รุ่นปี 1920 ตามด้วย Indian Chief ที่ทำความเร็วได้ถึง 95 ไมล์ / ชั่วโมง, Indian Big Chief อันทรงพลัง, รถรุ่นเล็กอย่าง Indian Prince และ Indian Four ที่มาพร้อมเครื่องยนต์ 4 สูบ ที่น่าตื่นตาตื่นใจ

ปี 1922 Indian กลายเป็นบริษัทแรกในอเมริกาที่ใช้วัสดุอะลูมิเนียมในการทำชุดไพรเมรี่ ซึ่งไม่ทำให้น้ำมันเครื่องซึมออก (Leak Proof) โดยบริษัทยังคงเป็นผู้นำในการแข่งขันด้านการป้องกันน้ำมันเครื่องซึมออกจากฝาต่อมาอีก 10 ปี

ปี 1923 Indian เปิดตัวรถใหม่ Big Chief V-Twin ขนาด 74 ลบ.นิ้ว

ปี 1927 เปิดตัว Indian Ace รุ่น 4 สูบ

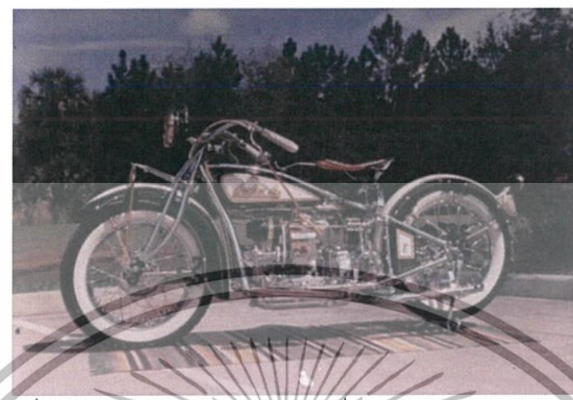
ภาพที่ 6 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Ace

แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

ปี 1928 Indian 101 Scout กลายเป็นมอเตอร์ไซค์ที่ถูกเลือกในการแสดงมอเตอร์ไซค์ผาดโผน "Wall of Death"

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปี 1930 ในยุคที่ Art Deco เป็นที่นิยม มีการตกแต่งมอเตอร์ไซค์ Indian ให้สวยงามยิ่งขึ้น ด้วยสีสันที่จัดจ้านของสี Deco มีการออกแบบสีรถแบบทูโทน รวมไปถึงการใช้เทคนิค Pinstriping และการติดป้ายโลโก้กับตัวถังเพื่อเพิ่มลวดลายให้กับตัวรถ



ภาพที่ 7 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนที่มีการตกแต่งสไตล์ Deco

แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

ปี 1932 Indian เปิดตัว Indian Motoplane และ Pony Scout ซึ่งเป็นรถรุ่นเล็ก 2 โมเดลใหม่

ภาพที่ 8 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Pony Scout

แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

ปี 1937 Ed Kretz เจ้าของฉายา “Iron Man” ขี่มอเตอร์ไซค์คู่ใจ Indian Sport Scout วิ่งครบรอบสนามในการคว้าชัยรายการ Inaugural Daytona 200 ในปี 1937 ซึ่งเป็นปีเดียวกันที่บริษัทอินเดียนเปิดตัวมอเตอร์ไซค์คาร์บูเรเตอร์คู่รุ่นแรก

ปี 1939 ในช่วงที่สงครามโลกครั้งที่ 2 เริ่มต้น Indian หันไปมุ่งเน้นการจัดเตรียมรถให้กับกระทรวงสงครามสหรัฐฯ (ต่อมาเปลี่ยนเป็นกระทรวงกลาโหม) อีกครั้ง ควบคู่ไปกับการจัดเตรียมมอเตอร์ไซค์ Indian Chief พร้อม sidecar จำนวน 5,000 คัน ตามคำสั่งซื้อของรัฐบาลฝรั่งเศส

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปี 1940 Indian บุกเบิกการใช้ระบบกันสะเทือนหลังแบบ "Plunger" (ต้นแบบโช้คในยุคปัจจุบัน) พร้อมกับการเปิดตัวเครื่องหมายการค้ารูปแบบใหม่อย่างบังโคลนแบบคลุมเต็มล้อ (หรือ Valences) ขณะที่มอเตอร์ไซค์ Indian (อินเดียน) ส่วนใหญ่ที่ถูกผลิตขึ้นในช่วงสงครามก็ยังคงเป็นรถที่ใช้ในทางการทหารและตำรวจ

ภาพที่ 9 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนที่ใช้ระบบกันสะเทือนหลังแบบ Plunger และใช้บังโคลนแบบคลุมเต็มล้อซึ่งเป็นเครื่องหมายการค้ารูปแบบใหม่

แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

ปี 1941 Indian เริ่มผลิตมอเตอร์ไซค์ทางการทหารที่ขับเคลื่อนด้วยระบบเพลาที่พัฒนาก้าวหน้ายิ่งขึ้น พร้อมด้วยระบบเกียร์ 4 สปีด

ภาพที่ 10 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนที่ใช้ในทางการทหาร

แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

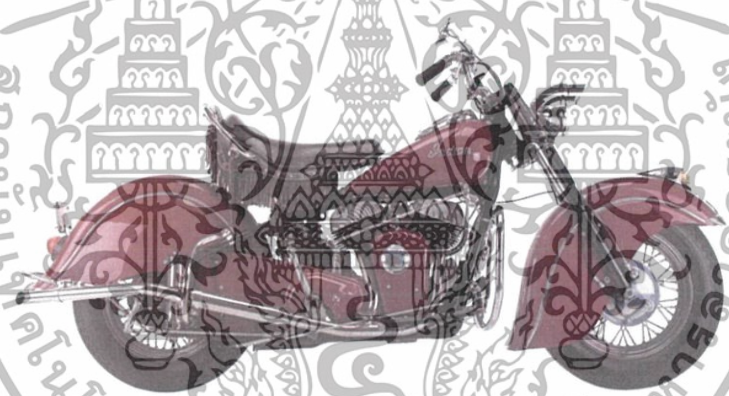
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปี 1943 Indian ได้รับรางวัล Army-Navy Production Award (หรือ Army-Navy "E" Award) ซึ่งเป็นรางวัลที่มอบเป็นเกียรติให้กับบริษัทที่มีความสามารถในการผลิตอาวุธยุทโธปกรณ์เพื่อใช้ในระหว่างช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 ได้เป็นเลิศ

ปี 1945 บริษัทถูกขายและถูกรวมเข้ากับ Torque Engineering Company ก่อนที่ส่วนการผลิตของบริษัทจะขึ้นอยู่กับ Atlas Corporation ขณะที่ฝ่ายกระจายสินค้ากลายเป็น The Indian Sales Corporation ในเวลาต่อมา

ปี 1948 Floyd Emde ขี่มอเตอร์ไซค์คู่ใจ Indian 648 Scout สร้างสถิติคว้าชัยชนะในการแข่งขันรายการ Daytona 200 ซึ่งจัดขึ้นบนหาด/ถนนใหม่เป็นครั้งแรก

ปี 1951 หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 อินเดียนพยายามต่อสู้ดิ้นรน เพื่อกลับเข้าสู่ตลาดที่ขายให้กับพลเรือนอีกครั้ง โดยการนำเอา Indian Chief ที่ตกรุ่นไปแล้ว กลับมาเปิดตัวใหม่ในเครื่องยนต์ขนาดใหญ่ 80 ลบ.นิ้ว อันทรงพลัง แต่ยอดขายก็ยังลดลงอย่างต่อเนื่อง จนต้องยุติสายการผลิตลงในปี 1953



ภาพที่ 11 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่นสุดท้ายก่อนปิดสายการผลิตในปี 1953
แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

ปี 1967 เฮอร์เบิร์ท เจมส์ “เบิร์ท” มันโร (Herbert James "Burt" Munro) นักแข่งรถมอเตอร์ไซค์ชาวนิวซีแลนด์ ผู้ใช้ชีวิตหลังเกษียณในการพัฒนารถมอเตอร์ไซค์อินเดียน เพื่อตามความฝันในการเป็นรถมอเตอร์ไซค์ที่วิ่งเร็วที่สุดในโลก ทั้งนี้ “เบิร์ท” ก็ได้ขี่รถอินเดียน Scout ปี 1920 ที่ปรับแต่งใหม่ด้วยตนเอง เข้าแข่งขันงาน Speed Week ที่เมืองซอลท์เลค รัฐยูทาห์ในอเมริกา สร้างสถิติความเร็วรุ่นความจุกระบอกสูบไม่เกิน 1,000 ซีซี กระทั่ง 40 ปีผ่านไป ก็ยังไม่มีใครสามารถทำลายสถิติของเขาลงได้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปี 1998 ความซับซ้อนของสิทธิในเครื่องหมายการค้า ขัดขวางความพยายามที่จะฟื้นฟู แบรนด์ Indian หลายต่อหลายครั้ง จนกระทั่งบริษัทคู่แข่งทั้งหลายก่อนนี้ ได้รวมตัวกันและกลายเป็น Indian Motorcycle Company ในเวลาต่อมา

ปี 1999 Indian Motorcycle Company เริ่มเปิดสายการผลิตมอเตอร์ไซค์ Indian อีกครั้ง แต่การดำเนินงานยังไม่ประสบความสำเร็จ

ภาพที่ 12 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Cheif ในปี 1999

แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

ปี 2003 ปีของการผลิตรถโมเดลสุดท้ายของ Indian Motorcycle Company ในยุคนี้

ปี 2004 หลังการพยายามดิ้นรนเพื่อฟื้นฟู Chris-Craft Boat Company สุดท้าย Stephen Julius และ Steve Heese ก็หันความสนใจมาที่ Indian จนกระทั่งพวกเขาได้ครอบครองสิทธิเครื่องหมายการค้าและทรัพย์สินทางปัญญาของ Indian ในที่สุด

ภาพที่ 13 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Cheif ในปี 2008

แหล่งที่มา: http://www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ปี 2008 Indian เปิดสายการผลิตมอเตอร์ไซค์อีกครั้ง โดยเริ่มจากสายการประกอบ Indian Chief รุ่นปี 2009 ที่ Kings Mountain ในรัฐนอร์ธ แคโรไลน่า

ปี 2011 Polaris Industries บริษัทผู้ผลิตและพัฒนา Snowmobiles และ ATV รายใหญ่ในสหรัฐอเมริกา ได้เพิ่ม Indian แบรนด์มอเตอร์ไซค์ระดับตำนานเข้ามาเป็นส่วนหนึ่งของบริษัท โดย Polaris นับเป็นบริษัทที่มีเสถียรภาพมั่นคงอยู่แล้วจากรถมอเตอร์ไซค์ Victory ทั้งนี้ Indian (อินเดียน) จะดำเนินงานอย่างเป็นเอกเทศ โดยจะผลิตรถขึ้นภายใต้ความเฉียบแหลมทางวิศวกรรมและนวัตกรรมทางเทคโนโลยีของ Polaris ขณะเดียวกันก็ยังคงความเป็นแบรนด์ระดับสูงและการออกแบบที่เป็นเอกลักษณ์ รวมไปถึงความภาคภูมิใจในความร่ำรวยของมรดกทางวัฒนธรรมของอเมริกา

ปี 2012 ปีสุดท้ายของการผลิต Indian Chief โดยสายการผลิตใน Kings Mountain

ปี 2013 Indian Motorcycle ยุคใหม่จะฟื้นคืนชีพอีกครั้ง ประเดิมด้วยการเปิดตัวเครื่องยนต์ใหม่ "Indian Thunder Stroke 111" ที่ Daytona Bike Week เมื่อช่วงต้นปี 2013

ปี 2014 เปิดตัวรถมอเตอร์ไซค์ Indian Chief ในสายการผลิต ที่งาน Sturgis Motorcycle Rally เมื่อเดือนสิงหาคม

2.4 รูปแบบของสินค้า

2.4.1รุ่นรถมอเตอร์ไซค์ Indian ที่มีจำหน่ายในประเทศไทย

INDIAN® SCOUT™

ภาพที่ 14 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Scout ในปี 2016

แหล่งที่มา:http:// http://www.indianmotorcycle.com/en-us

INDIAN SCOUT ใหม่ได้รับการถ่ายทอดรูปแบบจาก SCOUT ในยุคเก่า ที่มีนวัตกรรม และความสวยงามของรถครุยเซอร์ อเมริกัน นี่คือโมเดลแรกที่มีหม้อน้ำ เป็นโมเดลใหม่ ในสไตล์ของมอเตอร์ไซค์ INDIAN ที่แท้จริง, INDIAN SCOUT ตำนานที่จะโลดแล่นในอนาคต

INDIAN® CHIEF® CLASSIC

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 15 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Chief Classic ในปี 2016
แหล่งที่มา:http:// http://www.indianmotorcycle.com/en-us

รูปแบบที่เหนือกาลเวลา นวัตกรรมที่ไม่หยุดนิ่ง และที่หัวใจของมันคือ พละกำลังที่มากมายเหลือใช้ จาก Thunder Stroke 111 V-Twin มันคือครุยเซอร์ที่มีพละกำลังเต็มไปด้วยนวัตกรรมของอนาคต ด้วยความบริสุทธิ์ของรูปแบบที่เป็น INDIAN ดั่งงานประติมากรรม

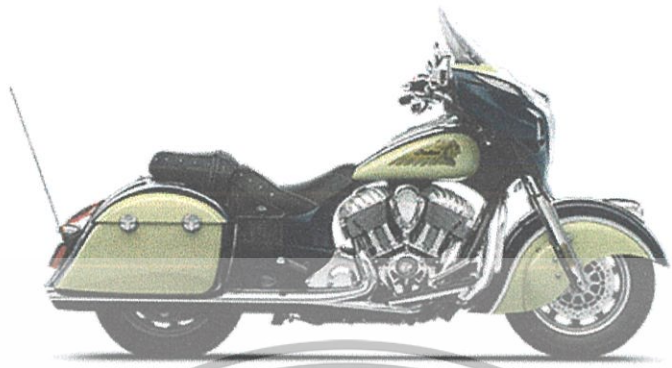
INDIAN® CHIEF® VINTAGE

ภาพที่ 16 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Chief Vintage ในปี 2016
แหล่งที่มา:http:// http://www.indianmotorcycle.com/en-us

INDIAN CHIEF VINTAGE ความดั้งเดิมของรูปแบบอินเดียนที่มีความละเอียดเพิ่มขึ้นมันอาจจะดูเหมือนบางสิ่งบางอย่างที่ผ่านมา แต่ CHIEF VINTAGE นั้นทุกอย่างคือสิ่งใหม่ ภายใต้ กระเป๋าหนังแท้ ยางขอบขาว กุญแจคีย์เลส ระบบควบคุมความเร็วอัตโนมัติ และชิลด์หน้าปลดเร็ว

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

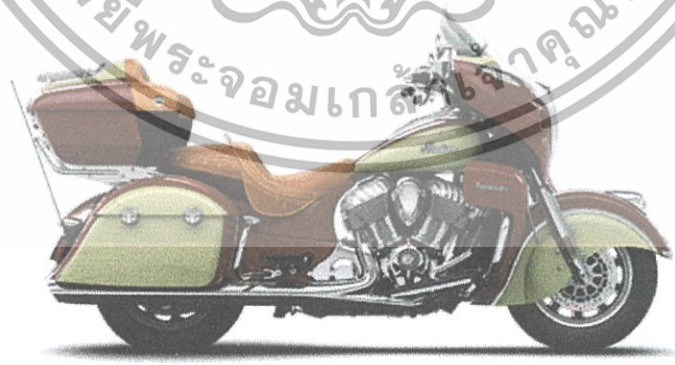
INDIAN® CHIEFTAIN®



ภาพที่ 17 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Cheiftain ในปี 2016
แหล่งที่มา:http:// http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ไม่มีมอเตอร์ไซค์ที่ทำให้คุณเป็นผู้นำ เท่ากับคันนี้ ด้วยพลังที่น่าเกรงขามของเครื่องยนต์ Thunder Stroke 111 และเต็มไปด้วยคุณสมบัติที่คุณต้องการ ชิลด์กันลมขนาดใหญ่ ระบบเครื่องเสียงคุณภาพขนาด 100 วัตต์ รีโมทล็อคกระเป๋า และการควบคุมที่ให้ความมั่นใจสไตล์ที่ได้รับการเปลี่ยนแปลงใหม่,แต่จิตวิญญาณของ Indian ยังคงเดิม

INDIAN ROADMASTER™



ภาพที่ 18 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Roadmaster ในปี 2016
แหล่งที่มา:http:// http://www.indianmotorcycle.com/en-us

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

รถมอเตอร์ไซค์รุ่นนี้นี้ถูกสร้างสำหรับการเดินทางในระยะเวลาที่ยาวนาน ด้วย งานหัตถศิลป์ที่มีฝีมือปราณีต และ นวัตกรรมที่นักขับต้องการลืมทุกทางลัด และออกไปสำรวจพร้อมกับรถมอเตอร์ไซค์ที่เป็นตำนานอย่าง Indian Roadmaster

2.5 วิเคราะห์การตลาด

Indian Motorcycle (Thailand) นั้นได้เริ่มดำเนินงานมาตั้งแต่ ปี 2013 โดยได้รับแต่งตั้งเป็น ผู้จัดจำหน่าย รถมอเตอร์ไซค์ Indian แต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย ซึ่งดำเนินงานโดย บริษัท Life & Kustom เป็นบริษัทแม่ ซึ่งได้เป็นตัวแทนในการจัดจำหน่ายมอเตอร์ไซค์ยี่ห้ออื่นด้วย อาทิ Victory motorcycle , Ural motorcycle , Zero engineering สำนักงานตั้งอยู่ที่ เลขที่ 37 ซอยพัฒนาการ 67 แขวงประเวศ เขตประเวศ กรุงเทพฯ 10250

Indian Motorcycle (Thailand) โดยนาย ณัฐพล ไตรณัฐี กรรมการผู้จัดการ บริษัท อินเดียน วิคตอรี่ มอเตอร์ไซเคิล จำกัด ผู้นำเข้า และจำหน่ายรถจักรยานยนต์สัญชาติอเมริกัน Indian อย่างเป็นทางการแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทย เปิดเผยว่า บริษัทมีความพร้อมในการทำตลาด Indian รถบิ๊กไบค์ที่มีความเก่าแก่ระดับตำนาน เป็นที่รู้จัก และนิยมอย่างแพร่หลายในกลุ่มผู้หลงใหลสองล้อทั่วโลก นับตั้งแต่เปิดตัวในปี ค.ศ. 1901

วันนี้ Indian ได้กลับมาสร้างประวัติศาสตร์อีกครั้งในเมืองไทย เพื่อตอบรับกระแสความต้องการของผู้บริโภค โดยก่อสร้างอาคารโชว์รูมและศูนย์บริการ เพื่อครอบคลุมการบริการต่าง ๆ อาทิ สต๊อกรถ อะไหล่ อุปกรณ์ตกแต่ง เครื่องแต่งกาย และกิจกรรมการการขับขี่

โดย Indian Motorcycle (Thailand) ได้วางกลยุทธ์ทางการตลาดแบบ 360 องศา เช่น โรดโชว์ตามงาน Bike week ที่จัดขึ้นทุกภูมิภาคของประเทศไทย ทั้งนี้เพื่อสร้างการรับรู้ต่อแบรนด์ และเปิดริการภายใต้มาตรฐานเดียวกับ Indian Motorcycle สหรัฐอเมริกา ประกอบด้วย Sales : จำหน่ายรถที่นำเข้าจากสหรัฐอเมริกาที่ถูกต้องตามกฎหมาย Service ซ่อมบำรุงด้วยเครื่องมือทันสมัย พร้อมทีมช่างที่ผ่านการอบรมจาก Indian Motorcycle สหรัฐอเมริกา Spare Parts จัดหา และสต๊อกอะไหล่แท้ Second Hand : เป็นสื่อกลางซื้อขายแลกเปลี่ยน Safety Riding จัดฝึกอบรมการขับขี่รถบิ๊กไบค์อย่างถูกวิธี และปลอดภัย Soceity เป็นศูนย์กลางจัดกิจกรรมสันทนาการ พบปะสังสรรค์ของชาว Indian

ทั้งนี้ นายณัฐพล ไตรณัฐีกล่าวเสริมว่า ด้วยใจที่รักในการขับขี่มอเตอร์ไซค์ ทำให้ผู้บริหาร บริษัท โพลาริส อินดัสทรีส์ จำกัด (บริษัทแม่ของ Indian Motorcycle) มั่นใจต่อการรุกเบิดตลาด Indian Motorcycle ในประเทศไทย ว่า สามารถส่งมอบประสบการณ์ที่ดีทั้งผลิตภัณฑ์ และบริการที่ดีให้ตรงใจลูกค้าตามมาตรฐานในประเทศสหรัฐอเมริกา โดยทิศทางการตลาดของ Indian Motorcycle (Thailand) นั้นมุ่งเน้นกลุ่มเป้าหมายไปที่ บุคคลที่มีรสนิยมชื่นชอบความเป็น Indian

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Motorcycle หลงรักการออกแบบที่มีความเป็นอเมริกัน พละกำลังที่เหลือเฟือ ต้องการที่จะแตกต่างไม่เหมือนใคร อีกทั้งยังเป็นประวัติศาสตร์ที่ยังมีอยู่จริงด้วยอายุของแบรนด์ที่ยาวนานกว่า 116 ปี (1901) ซึ่งถือว่ารถมอเตอร์ไซค์ Indian เป็นมรดกทางวัฒนธรรมของสหรัฐอเมริกา

ซึ่งตั้งแต่ดำเนินงานมามีรถมอเตอร์ไซค์ที่ถูกจำหน่ายไปแล้วกว่า 40 คัน ซึ่งถือว่าผู้บริโภคให้การตอบรับที่ดีในตลาดประเทศไทย

2.6 วิเคราะห์ SWOT ANALYSIS

จุดแข็ง

-มีจุดยืนที่ชัดเจนทำให้ผู้บริโภคจดจำแบรนด์ได้ไม่สับสนกับแบรนด์อื่น

- เป็นรถมอเตอร์ไซค์ที่มีตำนานกว่า 116 ปี ด้วยกาลก้าวผ่านระยะเวลานานทำให้แบรนด์เกิดคุณค่าในตัวเอง

- ราคาจำหน่ายของรถถูกกว่ารถของคู่แข่งอย่าง Harley Davidson เทียบกันรุ่นต่อรุ่น

-มีสไตล์การออกแบบที่เป็นตัวของตัวเอง

จุดอ่อน

-ราคาสูงยากต่อการจับต้องของนักขี่ที่งบประมาณไม่สูง

-รูปแบบการออกแบบที่ค่อนข้างล้าสมัยมีความเป็นตัวของตัวเองสูง ไม่เป็นไปตามยุคสมัย

-ตัวเลือกในเรื่องของขนาดเครื่องยนต์มีให้เลือกน้อย ซึ่งมีให้เลือกแค่ 1,130 ซีซี และ 1,811 ซีซี

-กินน้ำมัน

-การบำรุงรักษา และอะไหล่ต้องพึ่งพาศูนย์บริการที่เดียว

โอกาส

-ผู้บริหารเป็นผู้ที่รักในการขับขี่มอเตอร์ไซค์ และกว้างขวางในวงการมอเตอร์ไซค์ทำให้มีความน่าเชื่อถือในบริษัท

- เป็นตัวแทนจำหน่ายแต่เพียงผู้เดียวในประเทศไทยซึ่งได้รับการแต่งตั้งจากบริษัทแม่จากสหรัฐอเมริกาดังนั้นการช่วยเหลือต่าง ๆ จากบริษัทแม่จะให้ประโยชน์สูงสุดต่อบริษัท

- กลุ่มเป้าหมายของผู้บริโภคเป็นกลุ่มที่มีกำลังซื้อสูงทำให้มีโอกาสที่จะขายรถมอเตอร์ไซค์ได้

อุปสรรค์

-ไม่เป็นที่รู้จักของนักขี่มอเตอร์ไซค์ยุคใหม่

-ผู้บริโภคยังมีความจงรักภักดีต่อแบรนด์คู่แข่ง

-คันใหญ่ไม่เหมาะสำหรับขับขี่ในเมืองหลวงอย่างกรุงเทพมหานคร

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.7 วิเคราะห์กลยุทธ์ทางการตลาด 4P

สินค้า

ด้วยภาพลักษณ์ที่ชัดเจนเป็นตัวของตัวเองมากว่า 116 ปี นำเอกลักษณ์ของตัวเองในยุครุ่งเรืองนำมาปรับแต่งให้เข้ากับสมัยใหม่วางตลาดโดยเจาะกลุ่มนักขับขี่มอเตอร์ไซค์ที่มีกำลังจ่ายสูงและหลงในในแบรนด์ INDIAN

ราคา

ราคาอยู่ในกลุ่ม Hi end ของมอเตอร์ไซค์ในประเทศไทยแต่เมื่อเทียบกับคู่แข่งแล้ว ยังถือว่าถูกกว่าคู่แข่งพอสมควร

ช่องทางการจัดจำหน่าย

ศูนย์บริการที่มาตรฐานครบวงจรในย่านราชดำเนิน ที่เดินทางสะดวกอยู่ใจกลางเมืองอย่างกรุงเทพมหานคร ทั้งการจัดหาอะไหล่รถ ซ่อมบำรุงรักษาจากทีมช่างที่ได้รับการอบรมจากประเทศสหรัฐอเมริกา

กิจกรรมทางการตลาด

ส่งเสริมการขายด้วยการออกบูทประจำตามงานไบค์วีคที่จัดขึ้นตามภูมิภาคต่าง ๆ ในประเทศไทย และงานมอเตอร์ไซค์ประจำปีในกรุงเทพมหานครที่ทางบริษัทเป็นแม่หลักในงาน พร้อมทั้งลดราคาพิเศษสำหรับผู้คนที่สนใจภายในงาน

2.8 วิเคราะห์การโฆษณา

2.8.1 วิเคราะห์การโฆษณาจากเว็บไซต์

Indian Motorcycle ได้เผยแพร่ภาพชุดโฆษณาที่แสดงให้เห็นถึงไลฟ์สไตล์ของรถในแต่ละแบบได้อย่างชัดเจนตามวัตถุประสงค์ของรถในแต่ละรุ่น

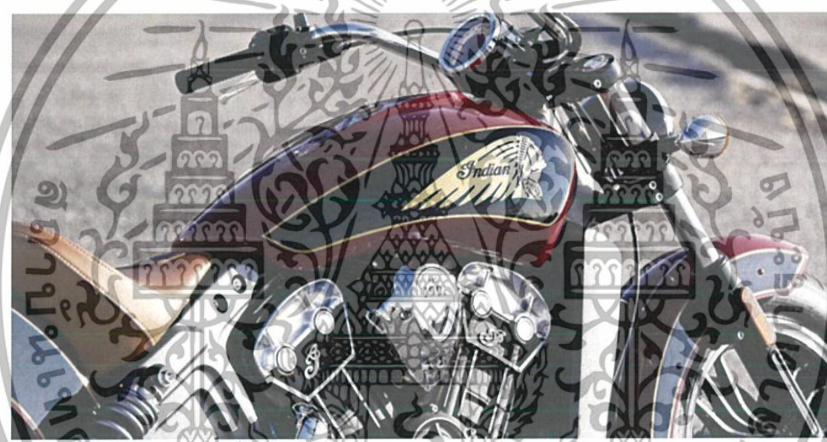
SCOUT

นั้นเป็นรถตระกูล MIDSIZE ของ INDIAN ที่ถูกออกแบบมาสำหรับการใช้งานภายในเมืองหลวงด้วยตัวถังที่มีขนาดกระทัดรัดการขับขี่คล่องแคล่วว่องไวซึ่งถือเป็นจุดเด่นในรถรุ่นนี้

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

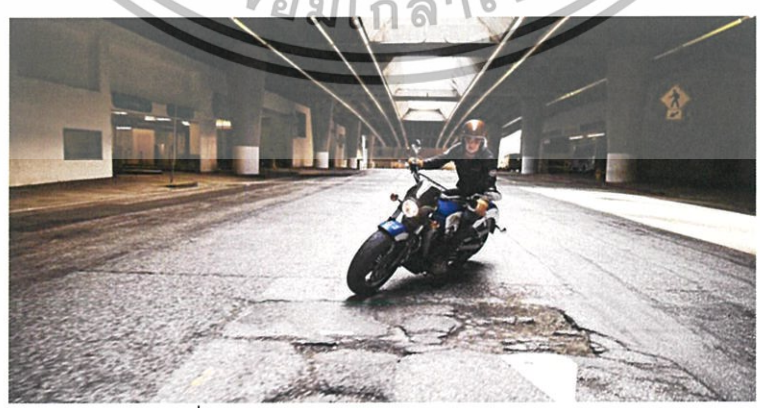
ภาพที่ 19 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Scout

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us



ภาพที่ 20 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Scout

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us



ภาพที่ 21 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Scout

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CHIEF CLASSIC

รูปแบบของ CHIEF CLASSIC จะสื่อให้เห็นถึงรูปทรงที่สวยงามคลาสสิคของตัวรถ

ภาพที่ 22 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Classic

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ภาพที่ 23 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Classic

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ภาพที่ 24 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Classic

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 25 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Classic

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

CHIEF VINTAGE นั้นจะนำเสนอในเรื่องของการเดินทางที่เป็นตำนานของอเมริกาในลักษณะที่ใช้มอเตอร์ไซค์เพื่อการท่องเที่ยว

ภาพที่ 26 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ภาพที่ 27 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 28 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ภาพที่ 29 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage

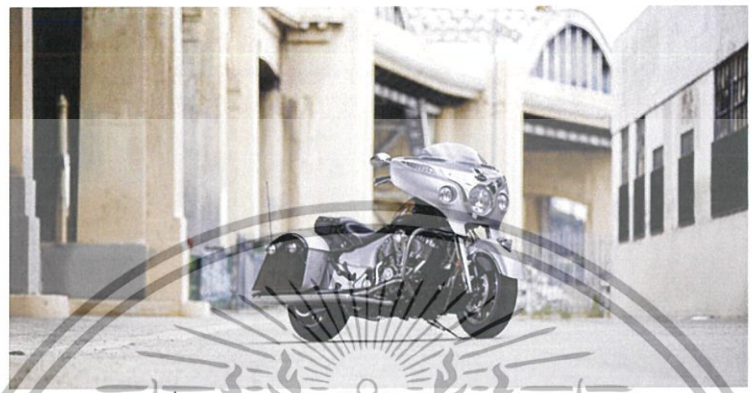
แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ภาพที่ 30 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

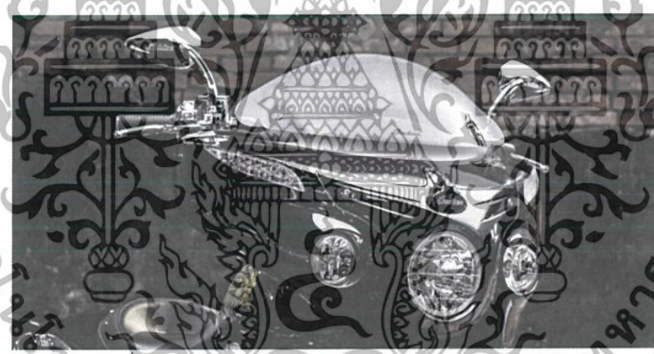
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

CHEIFTAIN นั้นจะเน้นในเรื่องของภาพลักษณ์ที่เป็นผู้นำ โดยจะสื่อสารผ่านลักษณะขับขี่ในเมืองหลวง ขัดกับรูปแบบของตัวรถซึ่งสื่อสารความมั่นใจในการเป็นผู้นำของคนที่ขับขี่รถรุ่นนี้ได้เป็นอย่างดี



ภาพที่ 31 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chieftain

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us



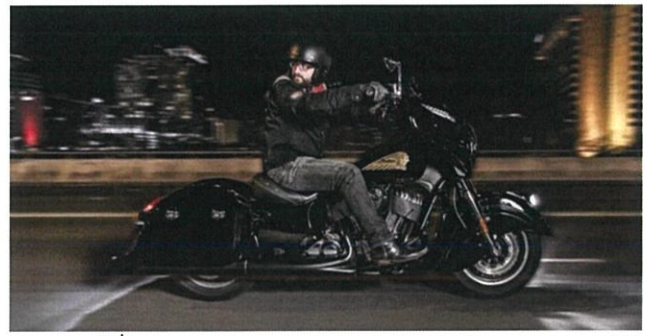
ภาพที่ 32 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chieftain

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ภาพที่ 33 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chieftain

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 34 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chieftain

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ROADMASTER นั้นถือเป็นรุ่นใหญ่สุดของ INDIAN เป็นรุ่นที่ถูกสื่อสารออกมาด้วยความหรูหราของการท่องเที่ยวไปในระยะทางไกลและระยะเวลานาน จุดเด่นคือเบาะหลังในรุ่นเดียวของ INDIAN ที่ไว้สำหรับคนซ้อนที่ให้ความสะดวกสบาย

ภาพที่ 35 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Roadmaster

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ภาพที่ 36 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Roadmaster

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 37 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Roadmaster

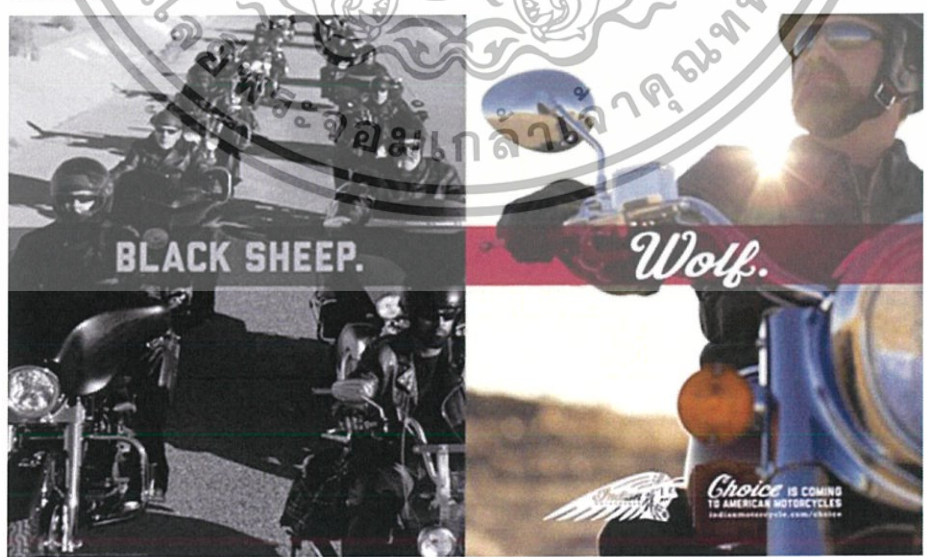
แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ภาพที่ 38 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Roadmaster

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

2.8.2 วิเคราะห์โฆษณาจากสื่อสิ่งพิมพ์

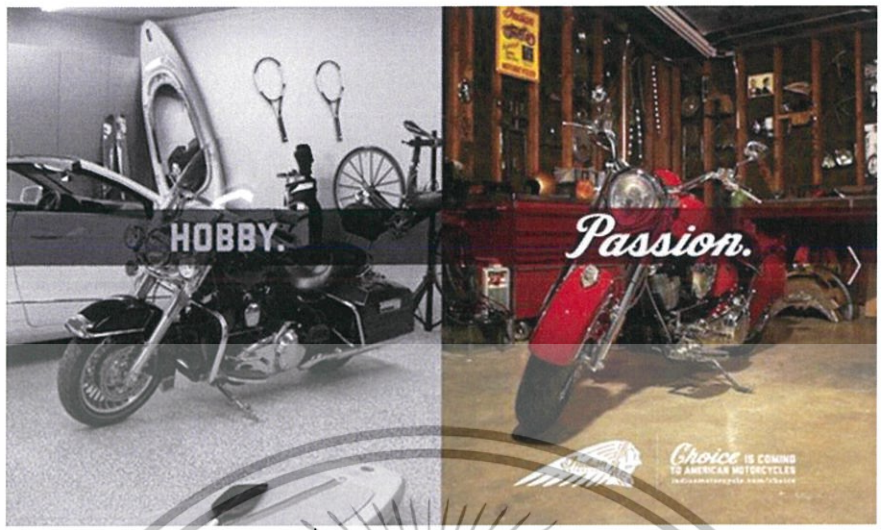
Indian Choice



ภาพที่ 39 โฆษณา Indian Choice

แหล่งที่มา: http://www.commarts.com/exhibit/indian-motorcycle-ads

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



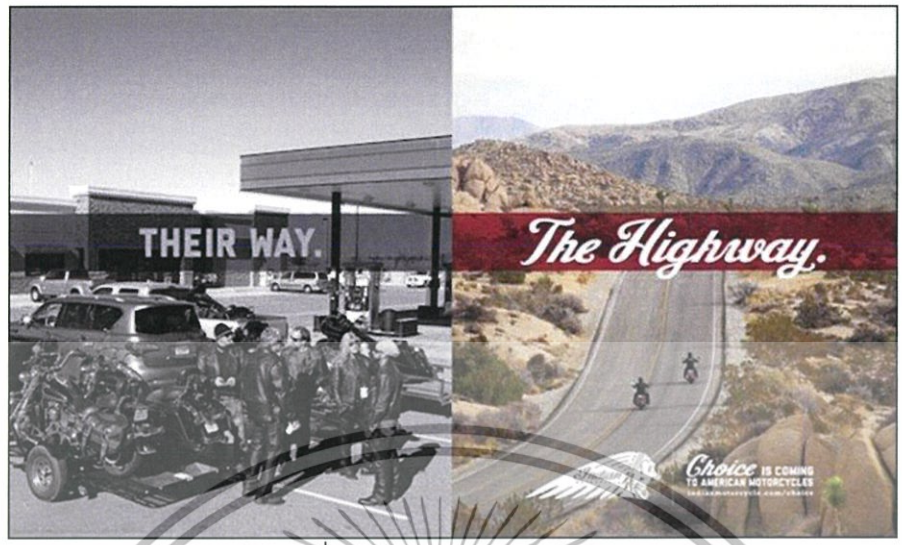
ภาพที่ 40 โฆษณา Indian Choice

แหล่งที่มา: http://www.commarts.com/exhibit/indian-motorcycle-ads

ภาพที่ 41 โฆษณา Indian Choice

แหล่งที่มา: http://www.commarts.com/exhibit/indian-motorcycle-ads

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 42 โฆษณา Indian Choice

แหล่งที่มา: http://www.commarts.com/exhibit/indian-motorcycle-ads

สื่อโฆษณาชุดนี้พยายามจะจิกกัดคู่แข่งทางการตลาดนั่นก็คือ Harleydavidson ซึ่งเป็นแบรนด์คู่แข่งโดยใช้คำมาสื่อสารสินค้าของตนเองเมื่อเปรียบเทียบกับคู่แข่ง ภาพในส่วนแรกจะถูกทำให้ลักษณะของภาพเป็นสีขาวดำโดยที่ใช้คำจัดกัดความให้สินค้าของคู่แข่งดูด้อยค่ากว่าอย่างเช่น Black Sheep – Wolf Hobby – Passion Recreation – Way of life Theirway – The highway

2.9 วิเคราะห์คู่แข่งทางการตลาด

คู่แข่งตัวฉกาจของ Indian Motorcycle นั้นถือว่าเป็นยี่ห้อรถมอเตอไซค์ที่ตีคู่กับ Indian มานับ 100 ปี โดยถือกำเนิดหลัง Indian ประมาณ 2ปี (1903) นั่นคือ Harley-Davidson ซึ่งถือครองยอดขายมอเตอไซค์ประเภท ครุยเซอร์ มากกว่า Indian ตั้งแต่ปี 1920 จนถึงปัจจุบัน

เนื่องด้วย Harley Davidson ถูกช่วยเหลือตอนประสบวิกฤติทางการเงินทำให้ Harley Davidson สามารถทำการตลาดได้อย่างต่อเนื่องทำให้ชื่อเสียงเพิ่มพูนขึ้นเรื่อย ๆ ต่างกับ Indian ที่ลดถอยลง ดังนั้นความนิยมของผู้ขับขี่รถสไตล์ Cruiser จะเทไปทางฝั่ง Harley Davidson มากกว่า แม้แต่รถมอเตอร์ไซค์ทั้งสองยี่ห้อจะมีความคล้ายคลึงกันเรียกว่ามีรุ่นที่ชนกันรุ่นต่อรุ่น

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Indian Scout VS Harley Davidson Sportster 1200 Custom

ภาพที่ 43 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Scout

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ภาพที่ 44 รถมอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน รุ่น Sportster

แหล่งที่มา: http://www.harley-davidson.com

Indian Chief Classic VS Harley Davidson Softail Deluxe

ภาพที่ 45 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Classic

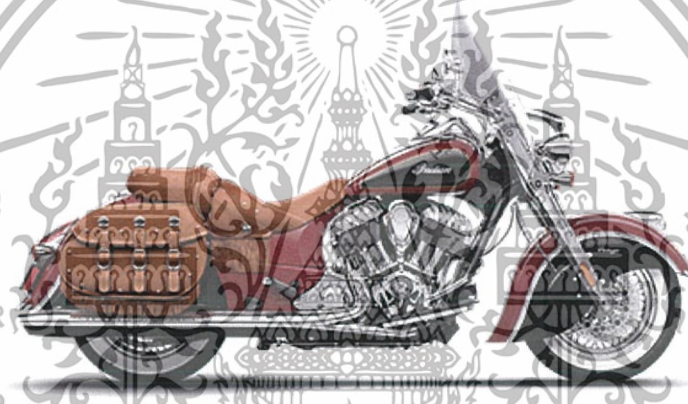
แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 46 รถมอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน รุ่น Softail Deluxe

แหล่งที่มา: http://www.harley-davidson.com

Indian Chief Vintage VS Harley Davidson Roadking



ภาพที่ 47 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ภาพที่ 48 รถมอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน รุ่น Roadking

แหล่งที่มา: http://www.harley-davidson.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Indian Chieftain VS Harley Davidson Street Glide

ภาพที่ 49 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chieftain

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

ภาพที่ 50 รถมอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน รุ่น Street Glide

แหล่งที่มา: http://www.harley-davidson.com

Indian Roadmaster VS Harley Davidson Ultra Glide

ภาพที่ 51 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Roadmaster

แหล่งที่มา: http://www.indianmotorcycle.com/en-us

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 52 รถมอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน รุ่น Ultra Glide

แหล่งที่มา: http://www.harley-davidson.com

2.9.1 วิเคราะห์สื่อโฆษณาของคู่แข่ง

สไตล์ของการโฆษณาของคู่แข่ง โดยตรงนั้นคือ Haley Davidson นั้นรูปแบบจะไม่หนีกันกับ INDIAN มากนักโดยจะสื่อให้เห็นวัตถุประสงค์ของรถในแต่ละรุ่นเช่นกัน

ภาพที่ 53 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน

แหล่งที่มา: http://www.harley-davidson.com

ภาพที่ 54 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน

แหล่งที่มา: http://www.harley-davidson.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 55 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน

แหล่งที่มา: http://www.harley-davidson.com

ภาพที่ 56 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน

แหล่งที่มา: http://www.harley-davidson.com

ภาพที่ 57 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน

แหล่งที่มา: http://www.harley-davidson.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 58 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ฮาเล่ย์เดวิดสัน

แหล่งที่มา: http://www.harley-davidson.com

ส่วนคู่แข่งรองถ้าเทียบรูปแบบรถและราคาใกล้เคียงที่สุดก็คงจะเป็น Ducati Daivel ที่เป็นรถทรง Cruiser เหมือนกัน แต่จากการศึกษานั้นค้นพบว่า รูปแบบของการถ่ายภาพโฆษณาของรถมอเตอร์ไซค์ประเภท cruiser นั้นมีรูปแบบที่ค่อนข้างตายตัวไม่ต่างกันมาก

ภาพที่ 59 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ดูคาติ

แหล่งที่มา: http://www.ducatithailand.com/index.do

ภาพที่ 60 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ดูคาติ

แหล่งที่มา: http://www.ducatithailand.com/index.do

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 61 รถโฆษณามอเตอร์ไซค์ดูคาติ

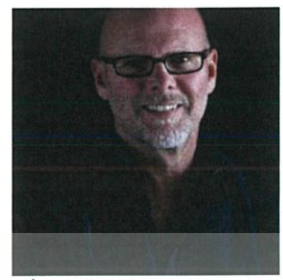
แหล่งที่มา: http://www.ducatithailand.com/index.do

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.10 ช่างภาพสร้างสรรค์

Michael Mayo



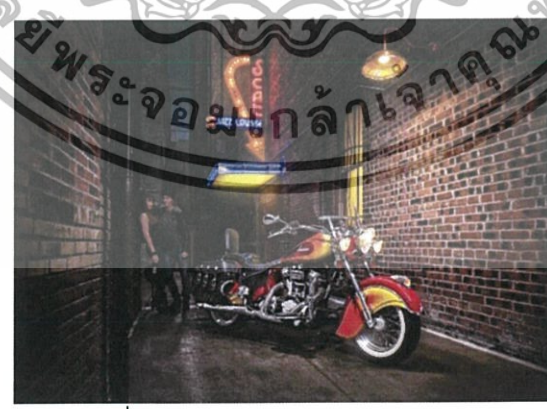
ภาพที่ 62 ภาพ Michael Mayo

แหล่งที่มา: https://www.michaelmayo.com

ตัวอย่างภาพถ่าย

ภาพที่ 63 ภาพงานของ Michael Mayo

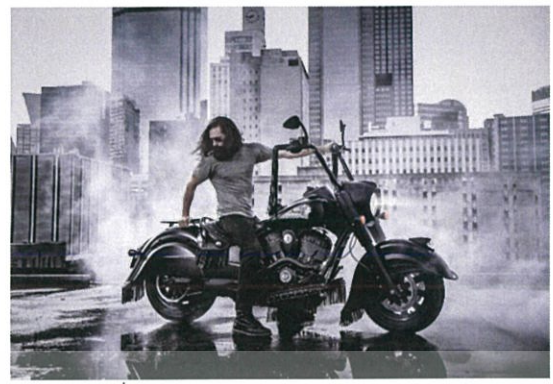
แหล่งที่มา: https://www.michaelmayo.com



ภาพที่ 64 ภาพงานของ Michael Mayo

แหล่งที่มา: https://www.michaelmayo.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 65 ภาพงานของ Michael Mayo

แหล่งที่มา: https://www.michaelmayo.com

ภาพที่ 66 ภาพงานของ Michael Mayo

แหล่งที่มา: https://www.michaelmayo.com

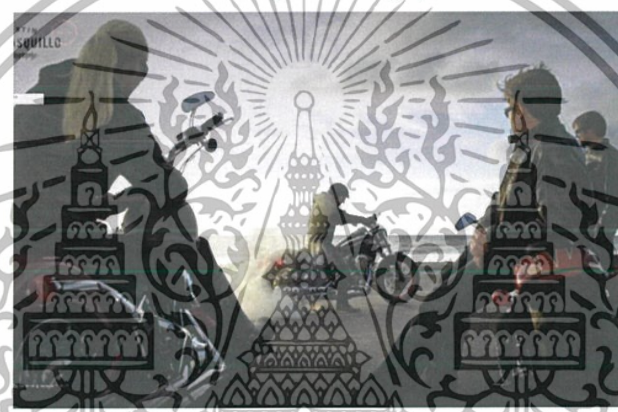
ภาพถ่ายของ Michael นั้น ในเซ็ตนี้สไตล์จะเป็นในเรื่องของไลฟ์สไตล์กับรถมอเตอร์ไซค์ที่จะเน้นในเรื่องของความเท่ของแบบการแต่งตัวที่บ่งบอกถึงความเป็นนักขับขี่มอเตอร์ไซค์ รูปแบบของ mood & tone ที่ถูกจัดไว้ในแบบที่คล้ายคลึงรูปภาพแฟชั่นช่วยส่งเสริมให้งานมีความน่าสนใจยิ่งขึ้น ถึงแม้ภาพเซ็ตนี้จะถูกมองว่าเป็นแฟชั่นมากกว่าถ่ายภาพมอเตอร์ไซค์ แต่รายละเอียดในมอเตอร์ไซค์นั้นไม่ได้ถูกทิ้งไปยังคงมีความปราณีตในการจัดแสงเพื่อเน้นในส่วนของมอเตอร์ไซค์ที่เป็นส่วนสำคัญของภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Justin Carrasquillo

ภาพที่ 67 ภาพ Justin Carrasquillo

แหล่งที่มา: http://www.jcpla.com



ภาพที่ 68 ภาพงานของ Justin Carrasquillo

แหล่งที่มา: http://www.jcpla.com

ภาพที่ 69 ภาพงานของ Justin Carrasquillo

แหล่งที่มา: http://www.jcpla.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 70 ภาพงานของ Justin Carrasquillo

แหล่งที่มา: http://www.jcpla.com

ภาพที่ 71 ภาพงานของ Justin Carrasquillo

แหล่งที่มา: http://www.jcpla.com

ภาพที่ 72 ภาพงานของ Justin Carrasquillo

แหล่งที่มา: http://www.jcpla.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 73 ภาพงานของ Justin Carrasquillo

แหล่งที่มา: http://www.jcpla.com

ภาพที่ 74 ภาพงานของ Justin Carrasquillo

แหล่งที่มา: http://www.jcpla.com

ภาพชุดนี้เป็นโฆษณาของมอเตอร์ไซค์ Haley Davidson Breakout โดยจะนำเสนอในรูปแบบของไลฟ์สไตล์ในการใช้มอเตอร์ไซค์ในชีวิตประจำวัน และการขับขี่ โดยภาพเซ็ตนี้นั้นสื่อถึงสิ่งที่กล่าวมาข้างต้นค่อนข้างได้ดีเขาพยายามให้รูปไม่หยุดนิ่งด้วยการเน้นที่จะใส่สิ่งที่เคลื่อนไหวเข้าไปในภาพ เช่นการ เบิร์นล้อ หรือรูปภาพโรลลิ่งที่เป็นสเน่ห์ในการถ่ายรูปรถหรือแม้แต่อารมณ์ของแบบในขณะที่อยู่ในภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

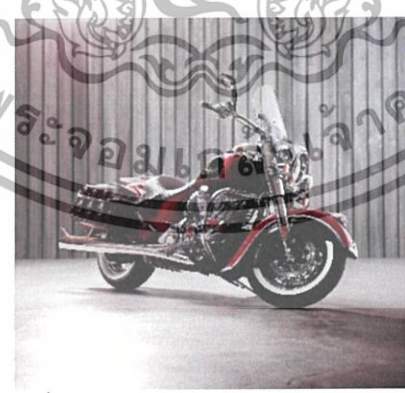
Trevor Pearson

ภาพที่ 75 ภาพ Trevor Pearson

แหล่งที่มา: https://www.trevorpearson.com

ภาพที่ 76 ภาพงานของ Trevor Pearson

แหล่งที่มา: https://www.trevorpearson.com



ภาพที่ 77 ภาพงานของ Trevor Pearson

แหล่งที่มา: https://www.trevorpearson.com

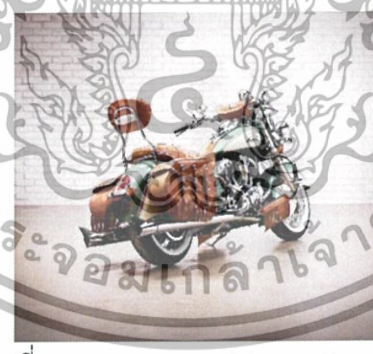
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 78 ภาพงานของ Trevor Pearson

แหล่งที่มา: https://www.trevorpearson.com

ภาพที่ 79 ภาพงานของ Trevor Pearson

แหล่งที่มา: https://www.trevorpearson.com



ภาพที่ 80 ภาพงานของ Trevor Pearson

แหล่งที่มา: https://www.trevorpearson.com

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 81 ภาพงานของ Trevor Pearson

แหล่งที่มา: https://www.trevorpearson.com

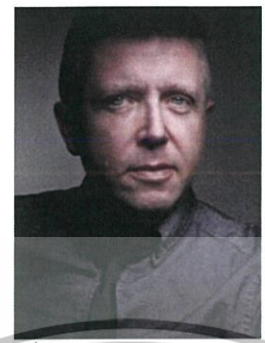
ภาพที่ 82 ภาพงานของ Trevor Pearson

แหล่งที่มา: https://www.trevorpearson.com

ภาพของ Trevor นั้นเป็นรูปแบบของภาพที่เรียบง่ายที่ไม่ต้องมีสิ่งประกอบอะไรมากแต่ต้องคัดสรรค์ฉากสถานที่ที่ถ่ายให้ดีโดยเฉพาะฉากหลังซึ่งจะส่งผลรวมต่อภาพมากที่สุดภาพเซ็ตนี้ได้ถูกใช้ในบริษัท INDIAN จริง ๆ โดยที่จะสื่อความเรียบง่ายให้มากที่สุดปล่อยให้รถมอเตอร์ไซค์เป็นตัวพระเอกที่จะนำเล่าภาพไปเอง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Tim Wallace



ภาพที่ 83 ภาพ Tim Wallace

แหล่งที่มา: www.ambientlife.co.uk

ภาพที่ 84 ภาพงานของ Tim Wallace

แหล่งที่มา: www.ambientlife.co.uk

ภาพที่ 85 ภาพงานของ Tim Wallace

แหล่งที่มา: www.ambientlife.co.uk

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพถ่ายของ Tim Wallace ที่เห็นชัดสุดคือการที่เล่นกับความมืดของพื้นหลังแล้วเน้นแสงสว่างขึ้นมาที่ตัววัตถุที่ต้องการจะสื่อสารออกมา การที่ใส่แสงในรูปแบบ low key เพื่อเป็นการสร้างเส้น และน้ำหนักของตัวรถนั้นทำให้รูปภาพที่ถ่ายออกมามีน้ำหนักอีกทั้งยังเพิ่มความน่าสนใจให้แก่ภาพ

สถาบันเทคโนโลยีพระจอมเกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 3

วิเคราะห์และสรุปผลข้อมูล

3.1 การวิเคราะห์ข้อมูล

อินเดียนรถจักรยานยนต์สัญชาติสหรัฐอเมริกา เป็นรถจักรยานยนต์ที่มีคุณลักษณะโดดเด่นชัดเจน ในเรื่องการออกแบบที่เน้นส่วนโค้งเว้าได้อย่างสวยงาม เพื่อนำเสนอให้เห็นส่วนโค้งเว้าให้ออกมาได้ชัดเจนมากยิ่งขึ้น ควรจะใช้วิธีการจัดแสงที่จะเล่นกับความมืดของพื้นหลังแล้วเน้นแสงสว่างขึ้นมาที่ตัววัตถุที่ต้องการจะสื่อสารออกมา การที่ใส่แสงในรูปแบบ low key เพื่อเป็นการสร้างเส้นและน้ำหนักของตัวรถนั้นทำให้รูปภาพที่ถ่ายออกมามีน้ำหนักอีกทั้งยังเพิ่มความน่าสนใจให้แก่ภาพ

3.2 การเตรียมการก่อนการสร้างสรรค์การทำงาน

ข้าพเจ้าเริ่มติดต่อกับบริษัทตั้งแต่เนิ่นๆ ข้าพเจ้าเดินทางไปสำรวจ ถึงความพร้อมของสถานที่ด้วยตนเอง เมื่อได้สถานที่แล้วต่อมาคือการเตรียมความพร้อมเกี่ยวกับอุปกรณ์ในการถ่าย จึงกำหนดวันถ่าย ต่อไปนี้คือข้อมูลรายละเอียดในการเตรียมก่อนการถ่ายทำ

3.2.1 สรุปแนวความคิด

แนวความคิด : ความเรียบหรูในความมืด ความเรียบหรูมาจากตัวตนของแบรนด์อินเดียนที่มีมูลค่าของสินค้าค่อนข้างสูง ส่วนความมืดนั้นมาจากการที่ได้หยุดสายการผลิตไปตั้งแต่ปี 1953 ดังนั้นการที่ปรากฏตัวท่ามกลางความมืดนั้นเปรียบเสมือนการกลับมาอันยิ่งใหญ่ของรถมอเตอร์ไซค์ที่มีประวัติศาสตร์อันยาวนานของอินเดียน

3.2.2 รถมอเตอร์ไซค์

รถมอเตอร์ไซค์ที่เลือกใช้ในการถ่ายคือรถจักรยานยนต์ที่ทาง อินเดียน มอเตอร์ไซค์เคิล (ประเทศไทย) ทำการตลาดอย่างหนักและถือว่าประสบผลความสำเร็จในยอดขาย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Indian Scout

ภาพที่ 86 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Scout

Indian Chief Classic

ภาพที่ 87 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Classic

Indian Chief Vintage

ภาพที่ 88 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียน รุ่น Chief Vintage

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

Indian Cheiftain

ภาพที่ 89 รถมอเตอร์ไซค์อินเดียนรุ่น Cheiftain

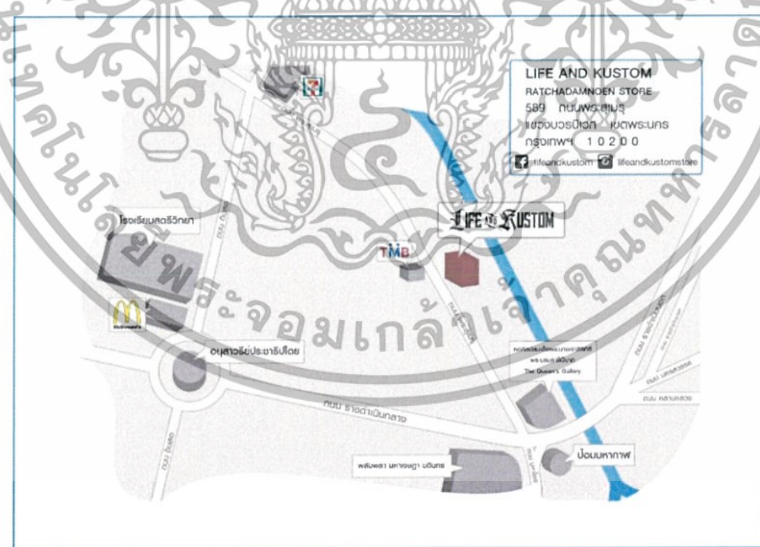
3.2.3 สถานที่

Life and Kustom

เลขที่ 589 ถนนพระสุเมรุ

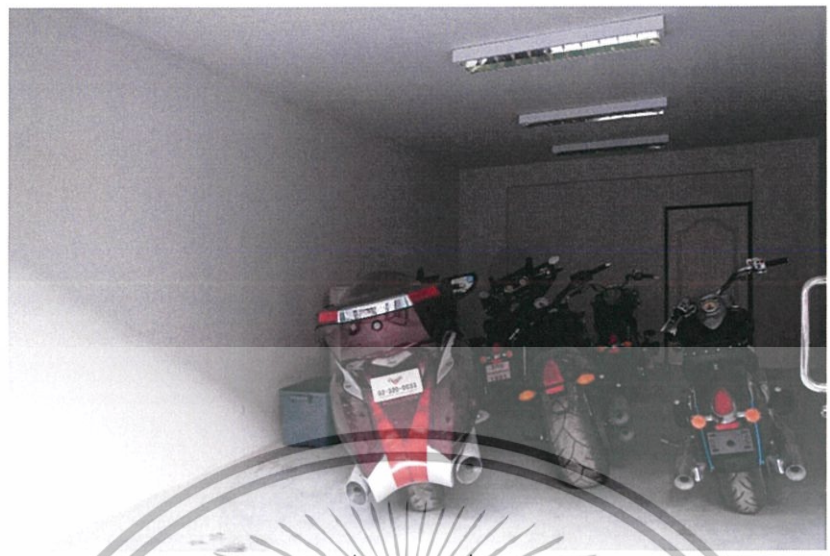
แขวงบวรนิเวศ เขตพระนคร

กรุงเทพฯ 10200



ภาพที่ 90 แผนที่สถานที่ถ่าย

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

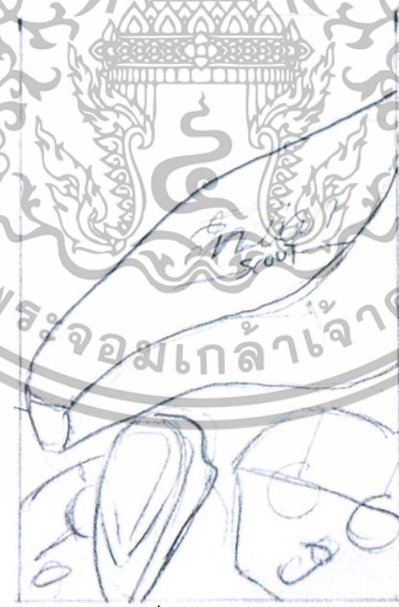


ภาพที่ 91 ห้องที่ใช้ถ่าย

สถานที่เป็นห้องเก็บรถของ Life and Kustom

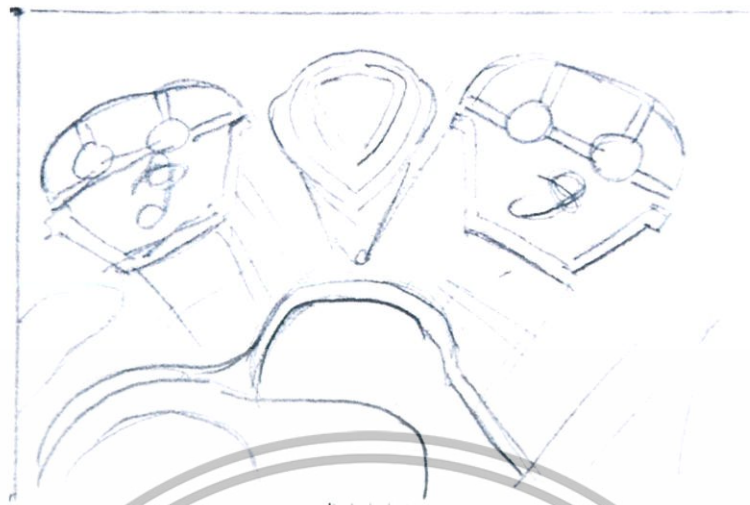
ขนาดของห้องสูง 270 เซนติเมตร ยาว 780 เซนติเมตร กว้าง 480 เซนติเมตร

3.2.4 ภาพร่าง



ภาพที่ 92 ภาพร่าง 1

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 93 ภาพร่าง 2

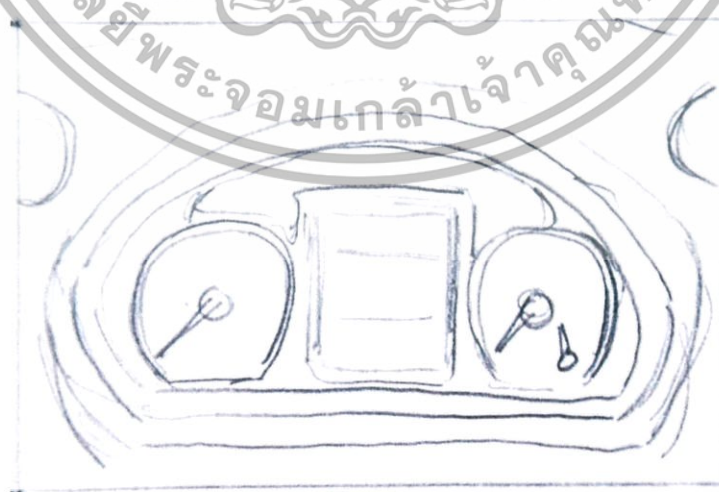
ภาพที่ 94ภาพร่าง 3

ภาพที่ 95 ภาพร่าง 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 96 ภาพร่าง 5

ภาพที่ 97 ภาพร่าง 6



ภาพที่ 98 ภาพร่าง 7

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 99 ภาพร่าง 8

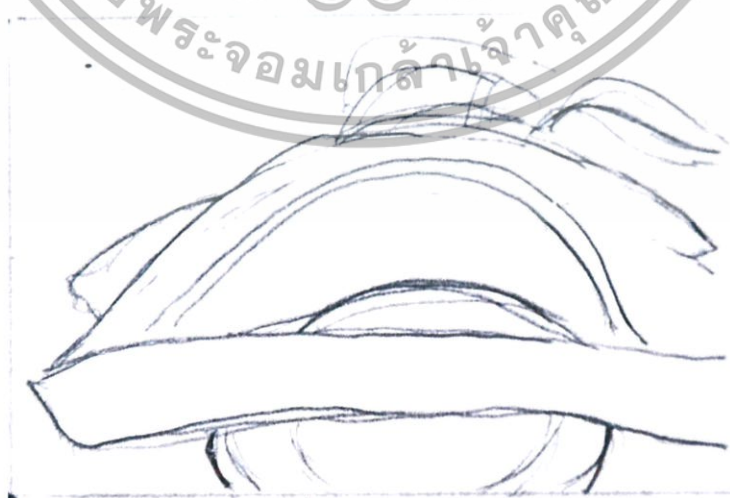
ภาพที่ 100 ภาพร่าง 9

ภาพที่ 101 ภาพร่าง 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 102 ภาพร่าง 11

ภาพที่ 103 ภาพร่าง 12



ภาพที่ 104 ภาพร่าง 13

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 105 ภาพร่าง 14

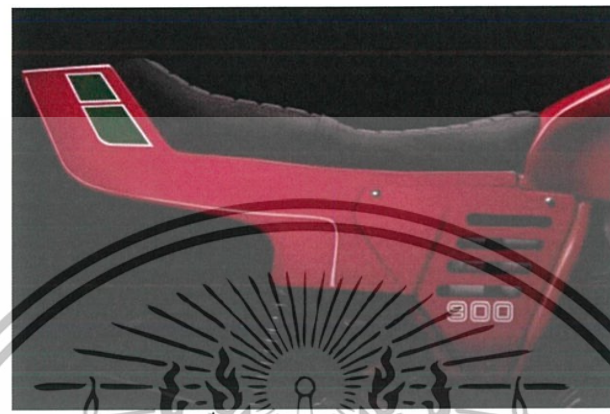
ภาพที่ 106 ภาพร่าง 15

ภาพที่ 107 ภาพร่าง 16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

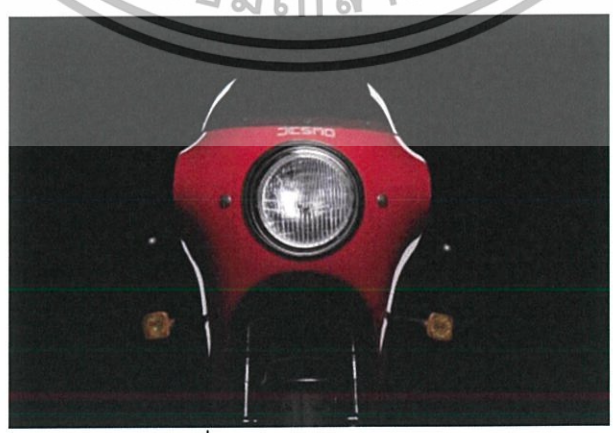
3.2.5 ทดลองถ่าย

การถ่ายทดลองครั้งแรกนั้นเป็นการทดลองการจัดแสง การจัดไฟ การหามุมต่างๆเพื่อที่วัน จริงจะได้รู้วิธีแกปัญหา แต่เนื่องจากยังไม่สะดวกไปถ่ายรถจริงเลยใช้รถรุ่นอื่นเพื่อทดสอบอารมณ์ของภาพ



ภาพที่ 108 ภาพทดลองแสง 1

ภาพที่ 109 ภาพทดลองแสง 2



ภาพที่ 110 ภาพทดลองแสง 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

สรุปผลการทดลอง

การทดลองถ่าย จากการถ่ายครั้งที่แล้วทำให้เรารู้สิ่งที่ต้องแก้ไขและสิ่งที่ต้องเพิ่มเติม ในครั้งนี้เพิ่มไฟสตู เป็น 3-4 ตัว Solfbox 2 และ strip softbox 1 ได้เอาผ้าขาวมาทำให้แสงที่ได้นั้น นุ่มขึ้นอีกด้วย และนำผ้าดำมากั้นไม่ให้บรรยากาศรอบรถสะท้อนเข้าสู่รถ

3.2.6 ตารางการทำงาน

29 มีนาคม ถาย Indian scout

30 มีนาคม ตกแตงรูปภาพ

1-4 เมษายน ตกแตงรูปภาพ

5 เมษายน ถาย Indian cheif classic & vintage indoor

6-8 เมษายน ตกแตงรูปภาพ

9 เมษายน ถาย Indian Cheiftain indoor

10-19 เมษายน ตกแตงรูปภาพ

20 เมษายน พิมพรูปภาพ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 4

ขั้นตอนการตกแต่งภาพหลังการสร้างสรรค์ ออกแบบโบร์ชัวและภาพผลงานสำเร็จ

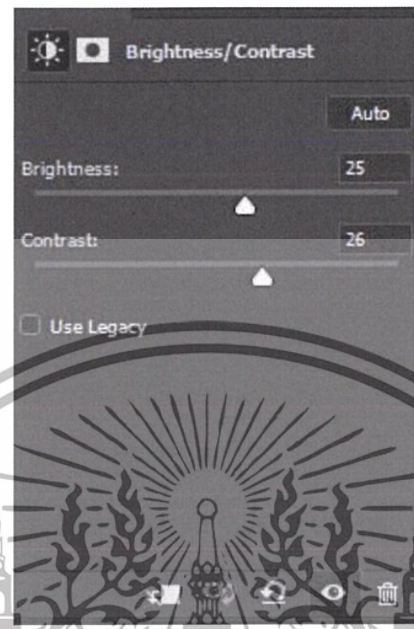
4.1 ขั้นตอนการตกแต่งภาพหลังการสร้างสรรค์

ภาพรวมของการตกแต่ง คือ ใส่พื้นหลังสีดำ ทำการตกแต่งโทนสีของภาพ เพิ่ม ความมืด เพื่อให้เกิดรู้สึกเรียบหรู ตกแต่งในส่วนเงาสะท้อนให้ดูหรูหรา โดยมีขั้นตอนดังต่อไปนี้

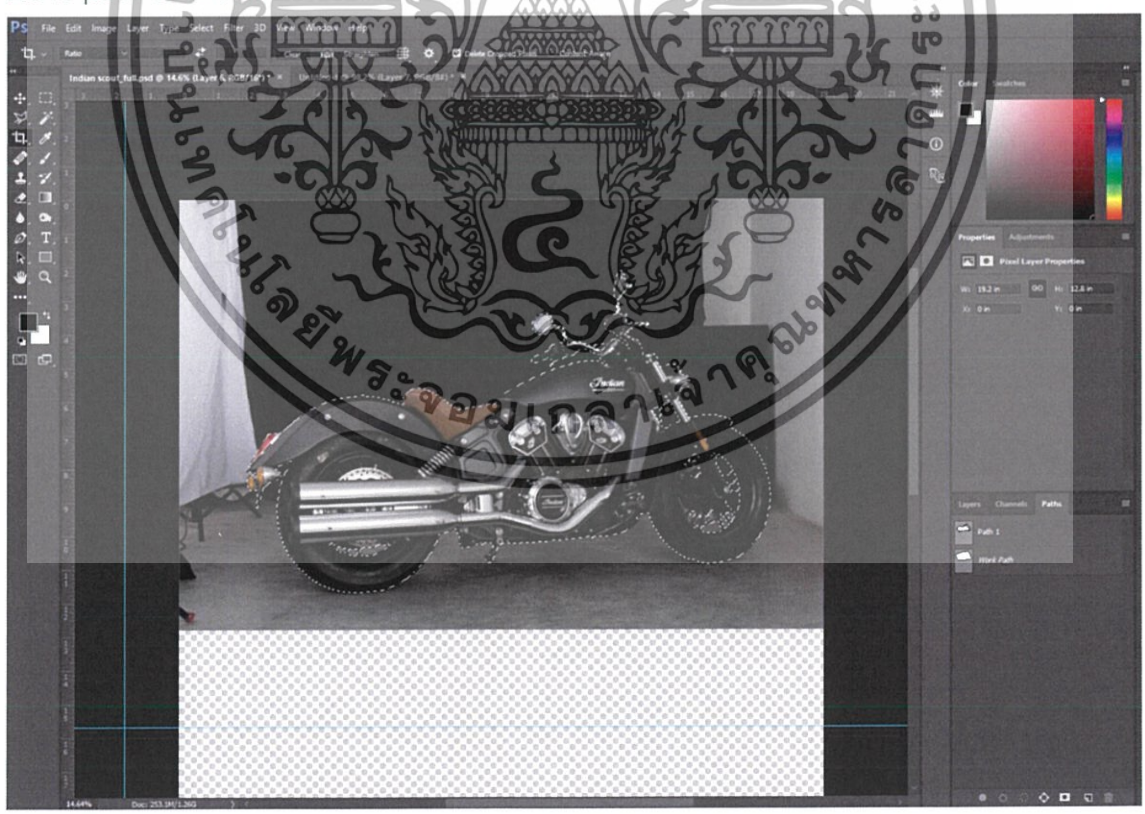
1.เปิดไฟล์ขึ้นมานำส่วนต่างๆที่จัดแสงมาประกอบกัน

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

2.ตกแต่งแสงให้ดูสวยงามด้วยเครื่องมือ Brightness/Contrast

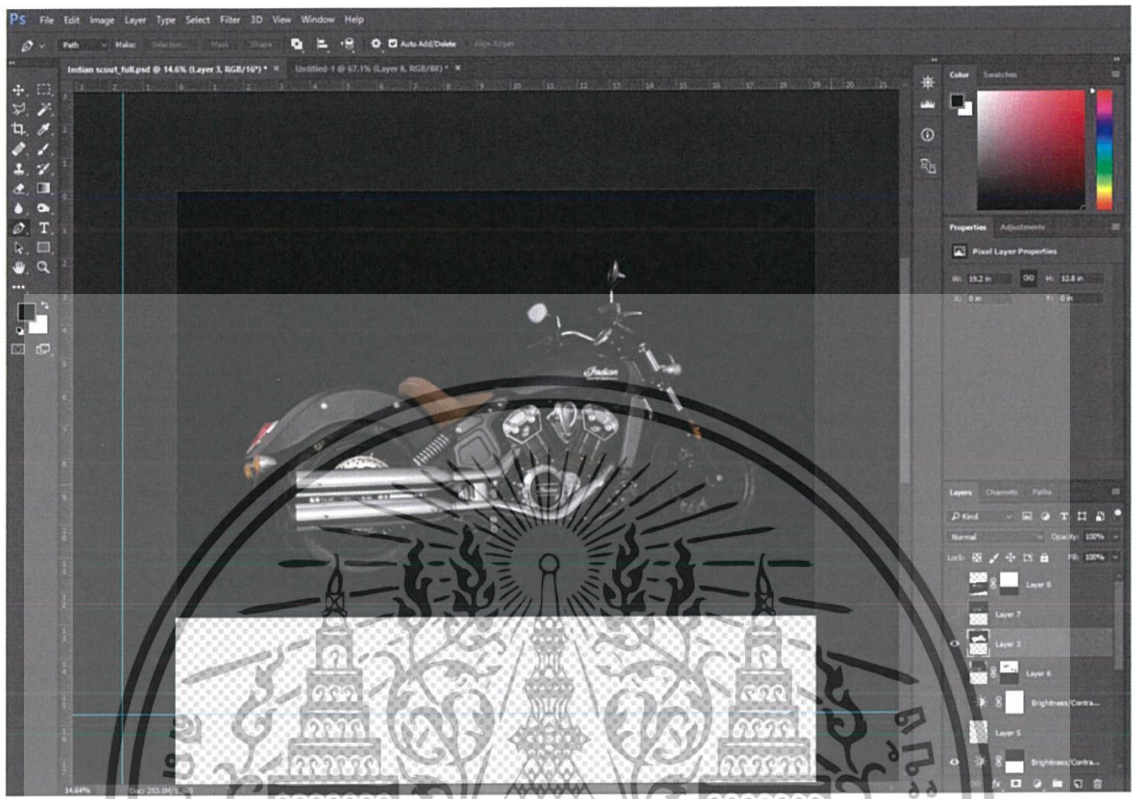


2.เดิน path รอบตัวรถ

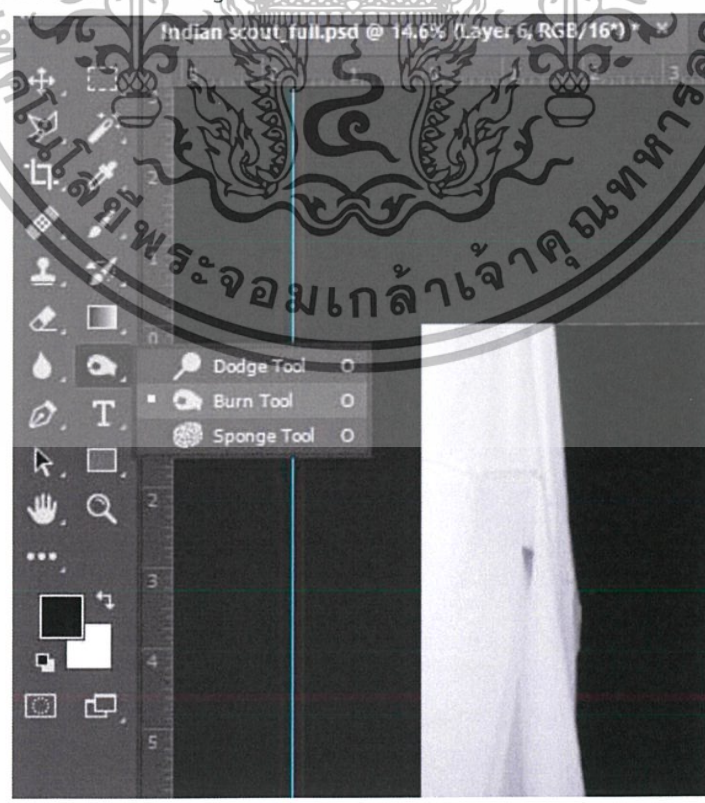


เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

3.ใส่สีดำลงไปแทนฉาก



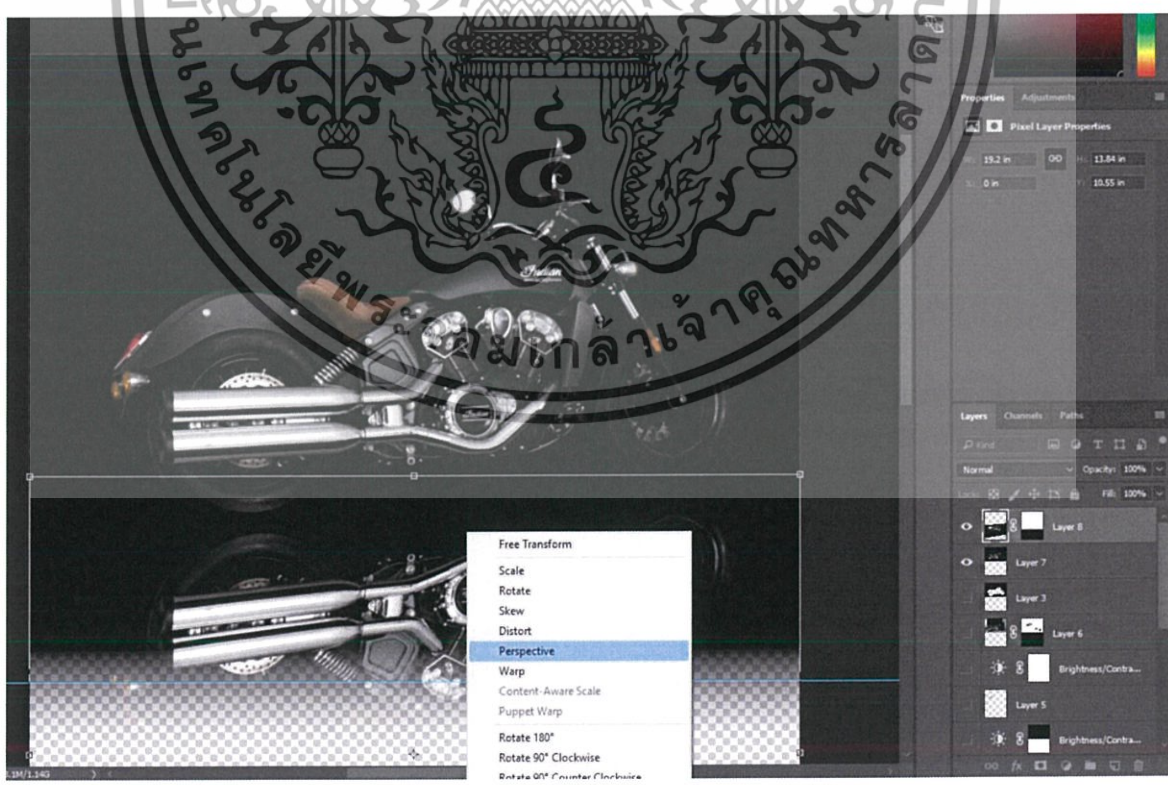
4.สร้างมิติให้ภาพด้วยเครื่องมือ Dodge&Burn



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

5.เก็บรอยฝุ่น เงาสะท้อนคนออกด้วยเครื่องมือ Clone Stamp

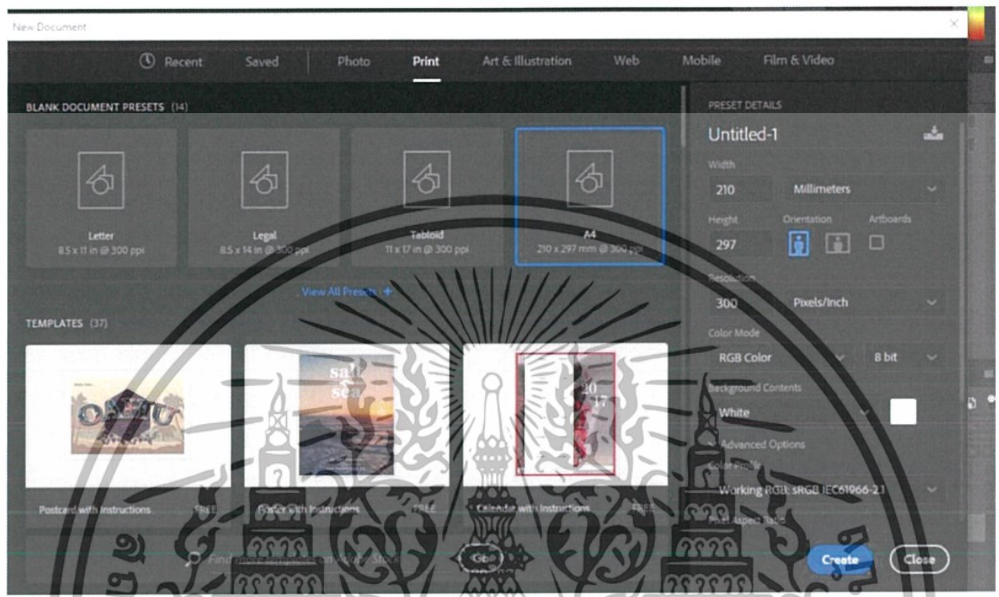
6.ทำเงาสะท้อนพื้น Copy ภาพนำมากลับหัวแล้วใช้คำสั่ง Transform perspective ให้เข้ากับรถดูไม่หลอกตาเสร็จสมบูรณ์



เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.2 ออกแบบโบร์ชัวด้วยโปรแกรม Photoshop CC2017

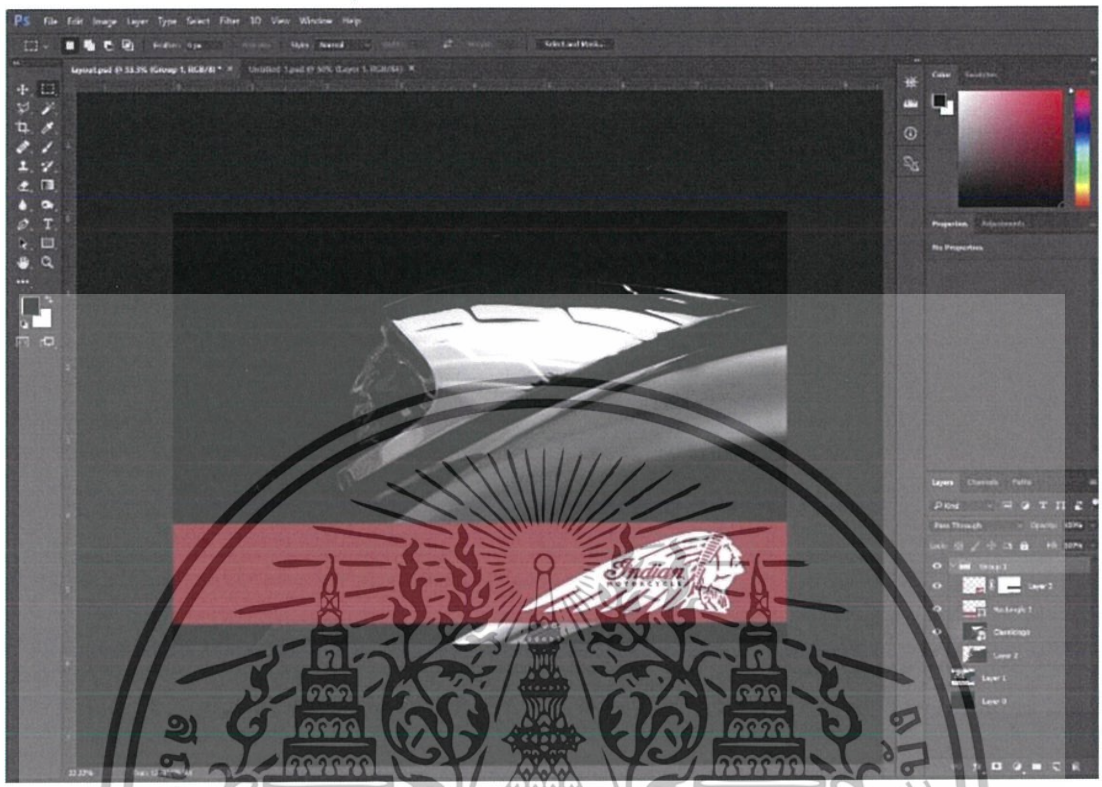
1.สร้างกระดาษมาเลือกไซส์ A4 ที่ 300dpi



2.ทำโลโก้ของอินเดียนมาวางพร้อมทั้งคาดแถบ

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

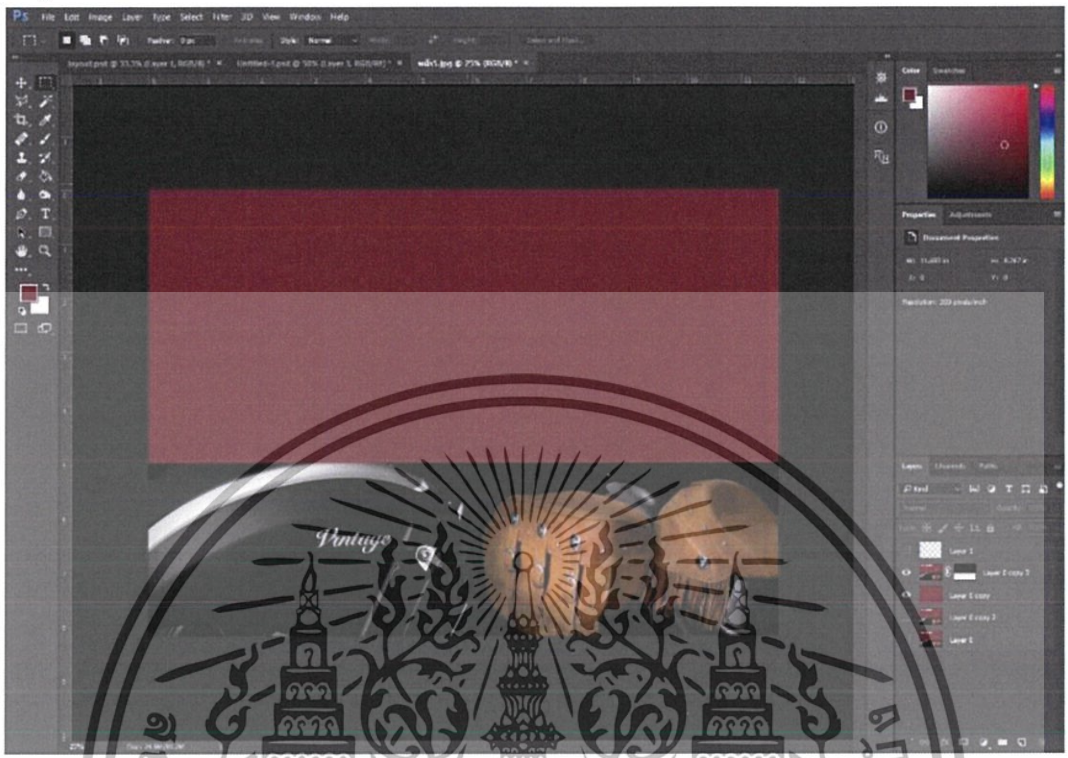
3.นำภาพมาวางเป็นอันเสร็จสมบูรณ์



4.หน้าต่อไปให้เทสีลงบนฉากเปล่า

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

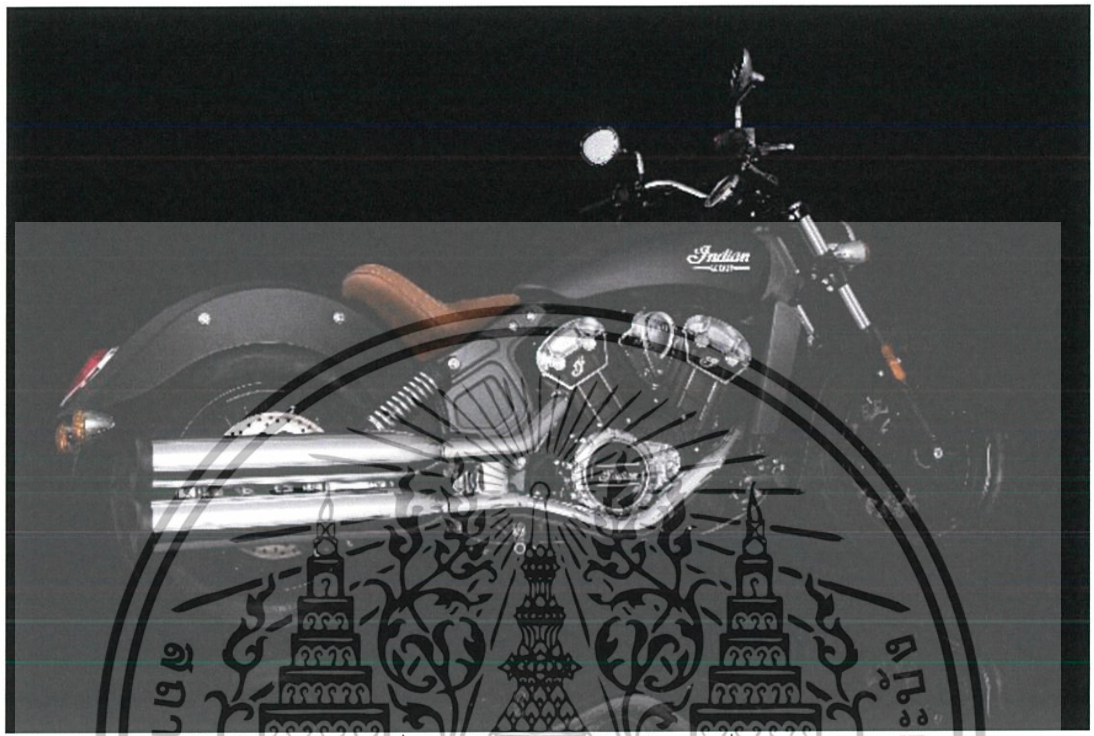
5.นำรูปมาวาง



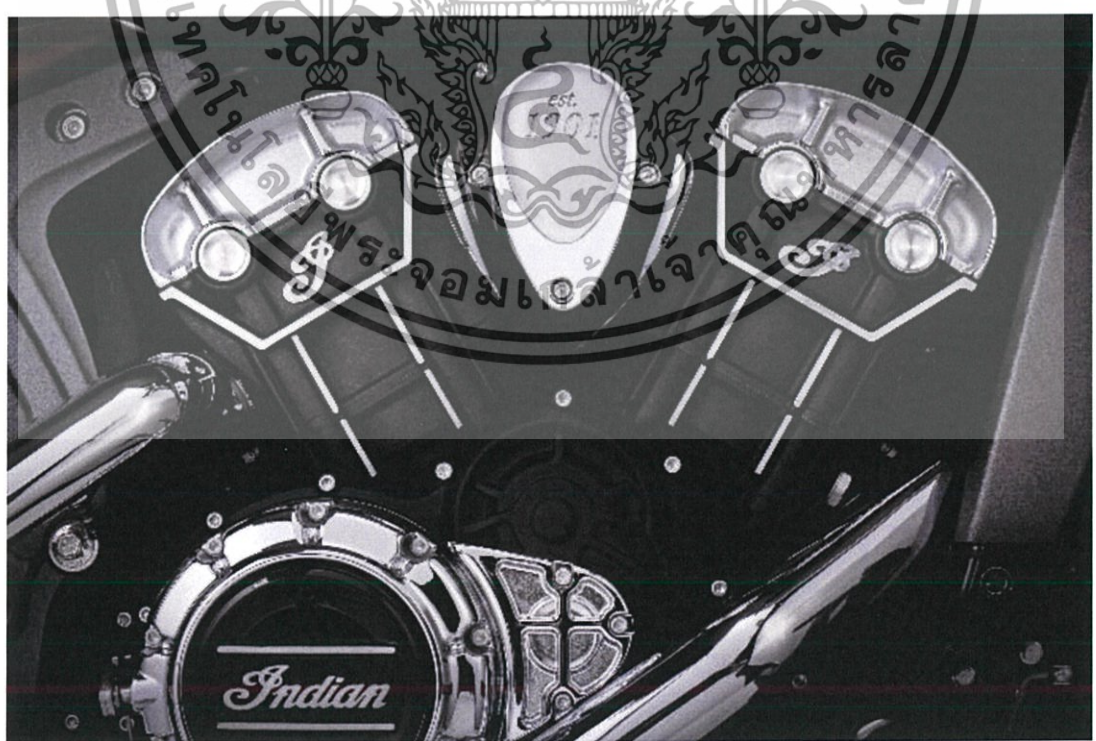
6.ใส่ตัวอักษรเป็นอันเสร็จสมบูรณ์

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

4.3ภาพผลงานสำเร็จ

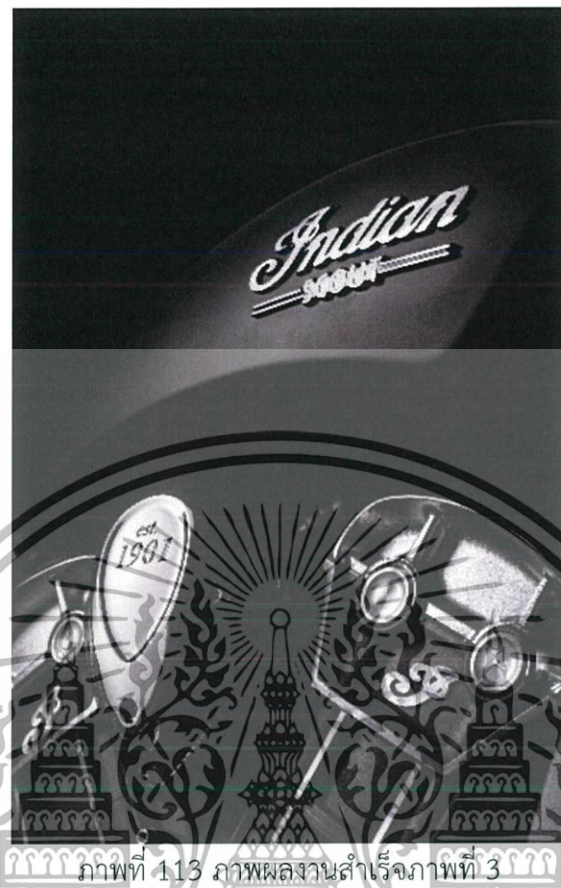


ภาพที่ 111 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 1



ภาพที่ 112 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 2

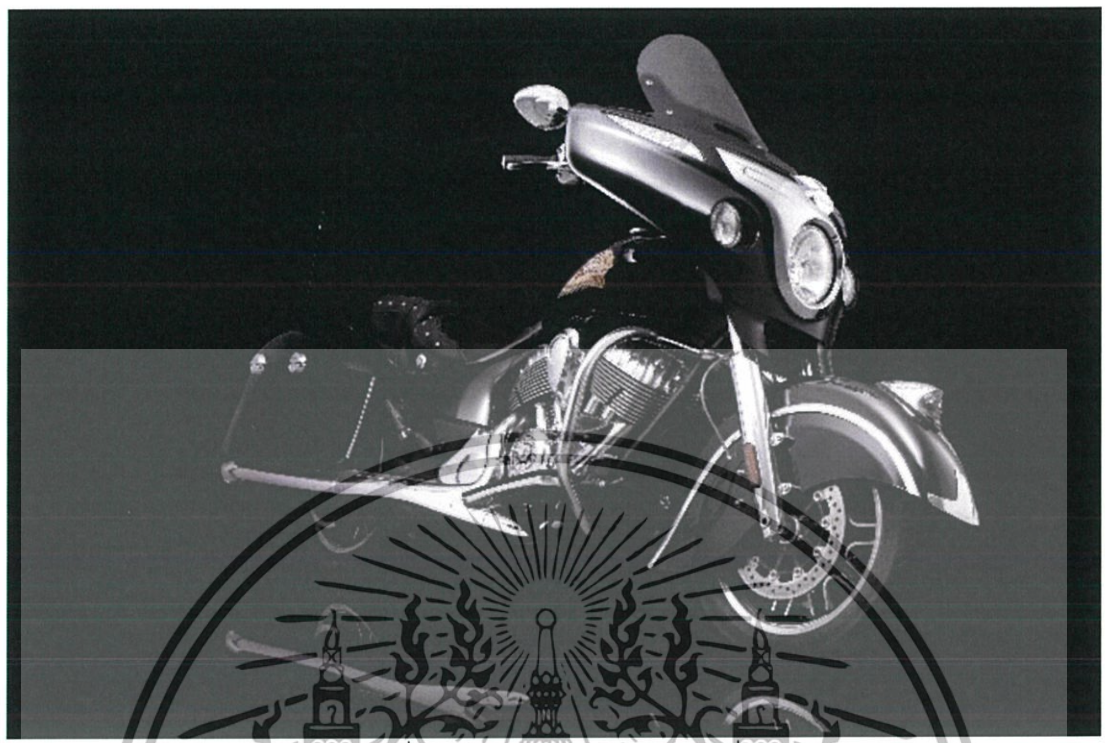
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 113 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 3

ภาพที่ 114 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 4

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 115 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 5

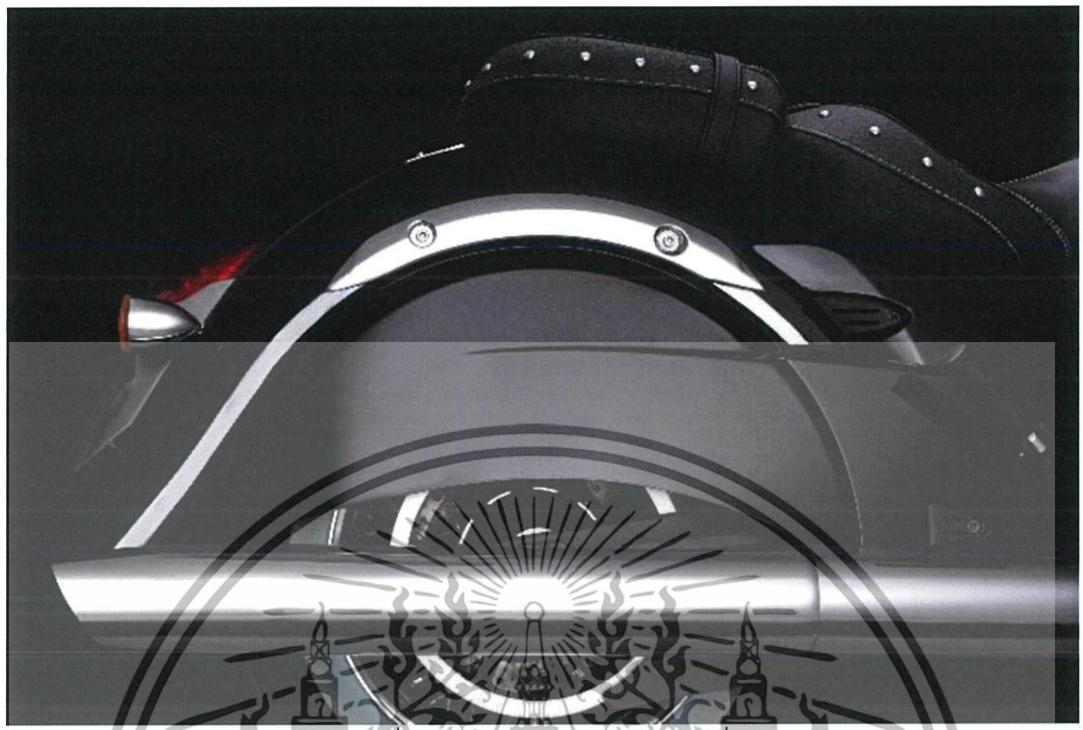
ภาพที่ 116 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 6

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 117 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 7

ภาพที่ 118 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 8

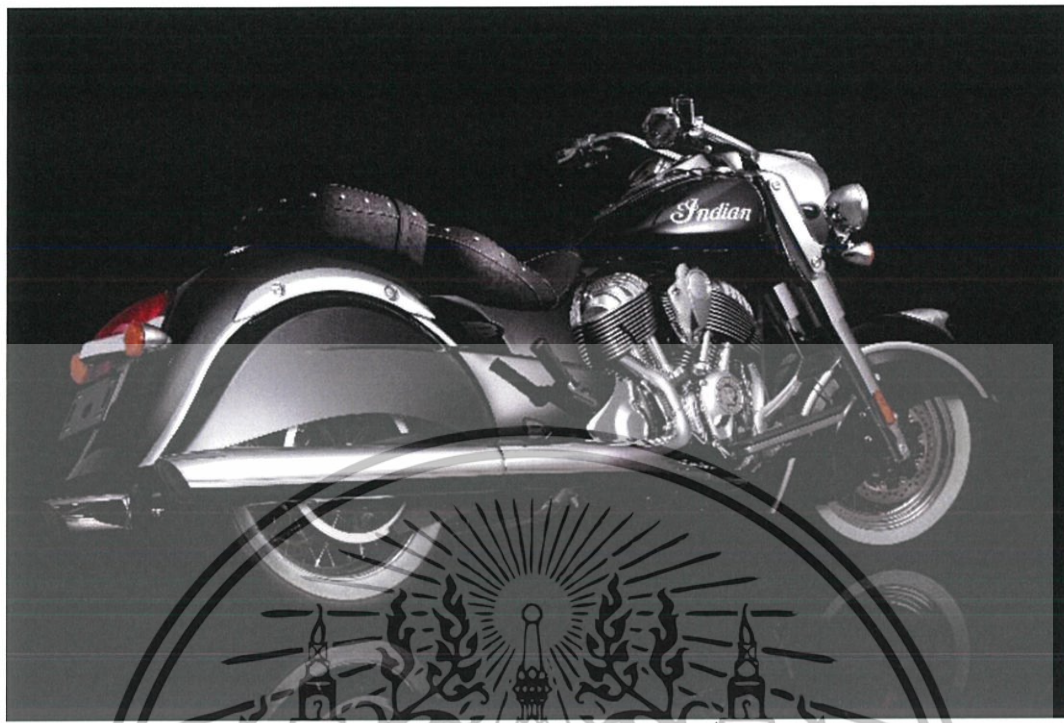
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



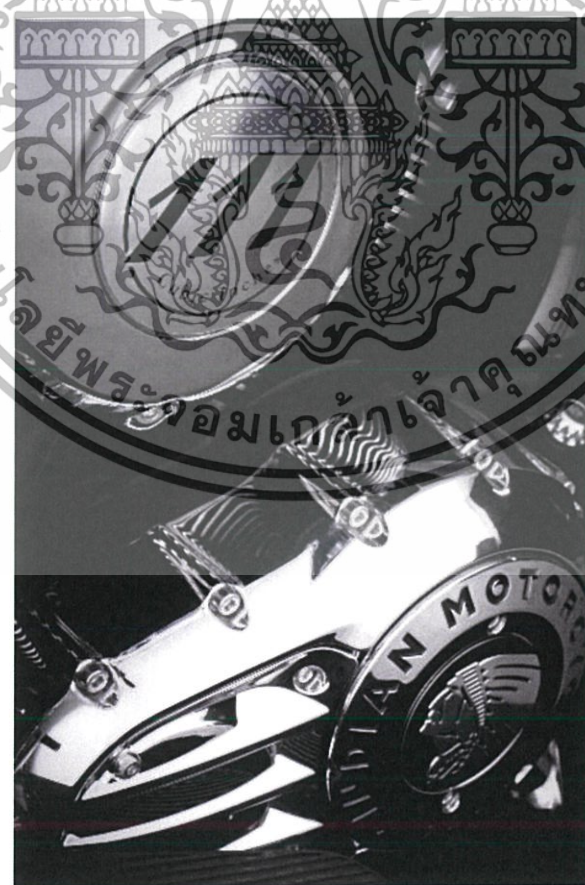
ภาพที่ 119 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 9

ภาพที่ 120 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 10

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

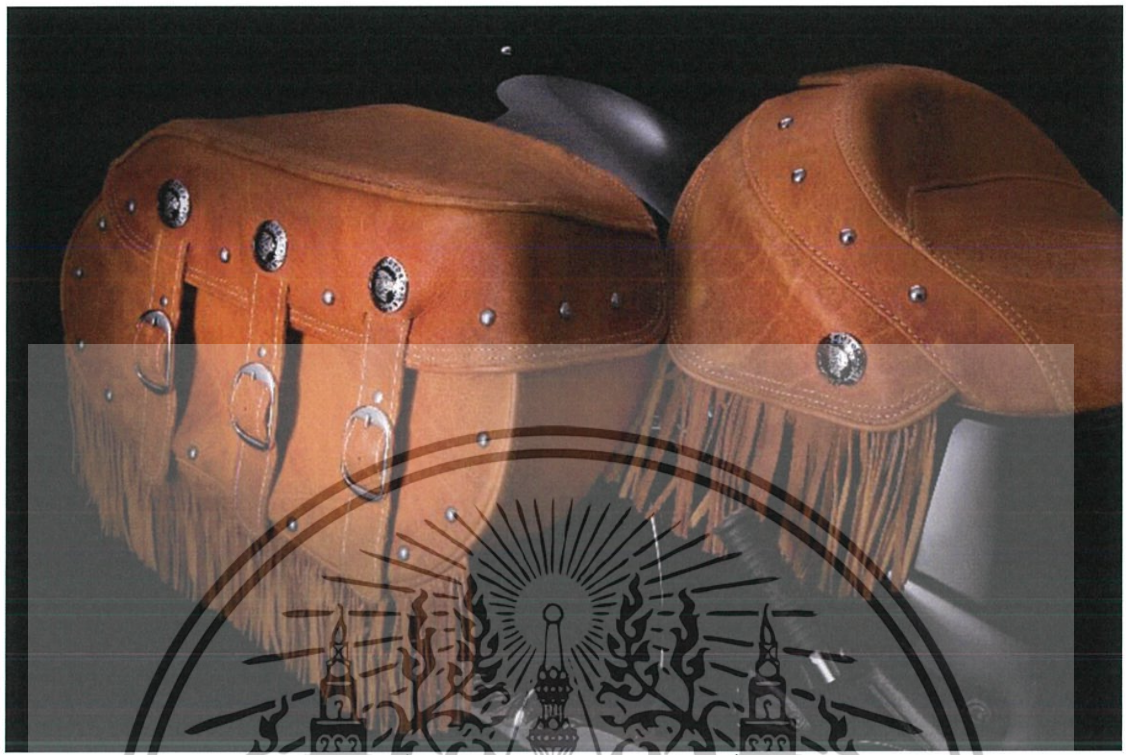


ภาพที่ 121 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 11



ภาพที่ 122 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 12

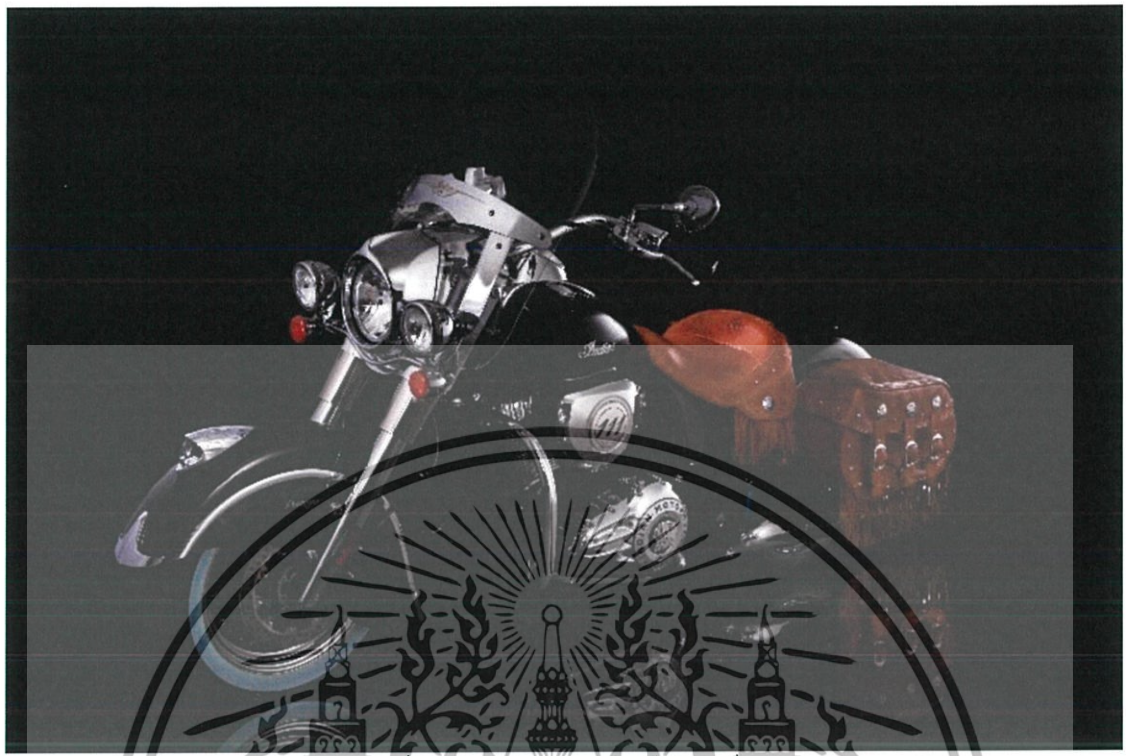
เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้



ภาพที่ 123 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 13

ภาพที่ 124 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 14

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

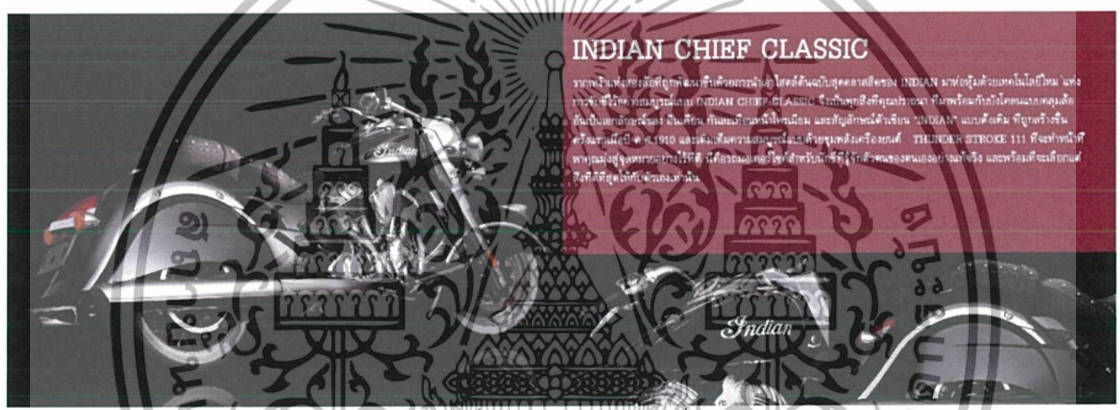


ภาพที่ 125 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 15

ภาพที่ 126 ภาพผลงานสำเร็จภาพที่ 16

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 127 ภาพโบร์ชัวที่ 1

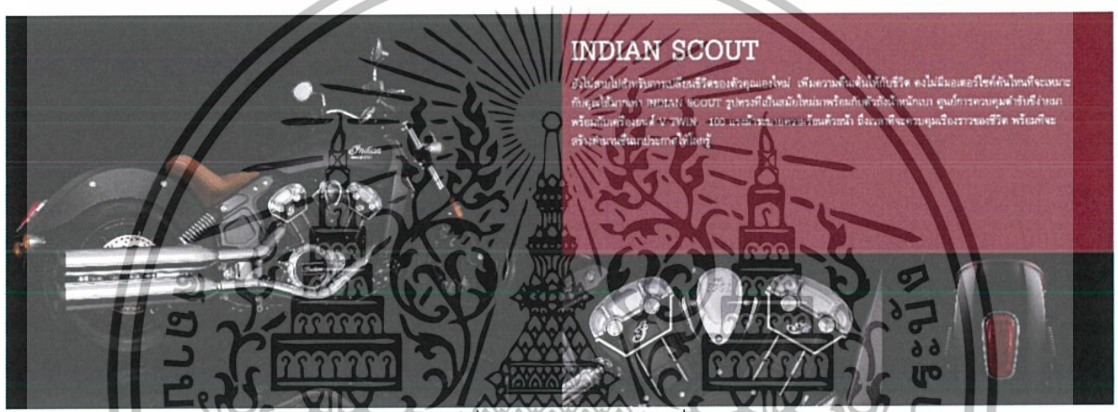


ภาพที่ 128 ภาพโบร์ชัวที่ 2

ภาพที่ 129 ภาพโบร์ชัวที่ 3

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ภาพที่ 130 ภาพโบร์ชัวที่ 4



ภาพที่ 131 ภาพโบร์ชัวที่ 5

รูปภาพขณะกำลังจัดแสดง ณ ห้องตรวจแสดงศิลปนิพนธ์

ภาพที่ 132 ภาพขณะจัดแสดง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บทที่ 5

สรุปผลการสร้างสรรค์

5.1 ปัญหาและข้อจำกัด

1.อุปกรณ์ไฟทางมหาวิทยาลัย ไม่สะดวกต่อการเบิกยืมในระยะเวลานาน ทำให้ต้องวางวันถ่ายไม่ให้ติดกัน

2.อุปกรณ์ไฟมีขนาดใหญ่และหนักทำให้ต้องใช้จำนวนรถเยอะในการขนเพื่อไปถ่าย

3.รถที่ใช้ถ่ายนั้น เป็นรถทดลองขับ ที่ตัวถังรถทุกคันจะมีสติกเกอร์กันรอยติดอยู่ ทางโชว์รูมไม่อนุญาติให้นำออก เมื่อถ่ายรูปจะมองเห็นเป็นรอยสติกเกอร์ทั้งที่ติดสนิทและไม่สนิท

4.ห้องที่ใช้ถ่ายไม่มีเครื่องปรับอากาศ จำเป็นต้องถ่ายทำท่ามกลางอากาศร้อนอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้เท่าที่ควร

5.2 ข้อเสนอแนะ

สำหรับผลงานชิ้นนี้ถือว่าประสบความสำเร็จในระดับหนึ่ง ซึ่งข้าพเจ้าเองพึงพอใจ ไม่ว่าด้วยประการใดใด อาจไม่ใช่การภูมิใจในภาพถ่ายว่าออกมาได้อย่างสวยงามสมบูรณ์มากหรือน้อย แต่สิ่งที่ข้าพเจ้าได้รับจากการทำงานตั้งแต่ขั้นกระบวนการคิด การเตรียมงาน และการทำงานจริง สิ่งเหล่านั้นคือสิ่งที่ข้าพเจ้าภาคภูมิใจ และเป็นสิ่งที่ข้าพเจ้าสามารถนำไปพัฒนาได้ในการทำงานภายภาคหน้า การเตรียมตัวควรเตรียมทุกอย่างให้พร้อมไม่ว่าจะเป็นจากตนเอง หรือการติดต่อประสานงาน ต่างๆ ควรทำสิ่งที่เราสามารถควบคุมได้ให้พร้อมมากที่สุด หน้างานเรามักจะต้องเจอกับ สิ่งที่ควบคุมไม่ได้เพิ่มขึ้นมา และจะเป็นเรื่องของทักษะการแก้ไขปัญหาเฉพาะหน้า งานนี้จะสำเร็จไม่ได้เลยหากขาดการทำงานอย่างเต็มที่ของทีมงานทุกๆคน ไม่ใช่เพียงแต่การ แก้ไขปัญหาของเจ้าของงานเพียงคนเดียว หากแต่ต้องอาศัยความร่วมไม้ร่วมมือช่วยกันแก้ปัญหาสุดท้าย แล้วสิ่งที่สำคัญที่สุดก็คือการทำงานกับทีมที่เข้ากันได้นั้นสำคัญเป็นอย่างมาก

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

บรรณนานุกรม

1. ประวัติ Indian

www.hd-playground.com/v6/forum/index.php?topic=72604.0 (สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2560)

2. ข้อมูลรถมอเตอร์ไซค์ Indian

www.indianmotorcycle.com/en-us (สืบค้น 13 มกราคม 2560)

3. ข้อมูลรถมอเตอร์ไซค์ Harleydavidson

www.harley-davidson.com (สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2560)

4. ข้อมูลรถมอเตอร์ไซค์ประเภท ครุยเซอร์

en.wikipedia.org/wiki/Cruiser_(motorcycle) (สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2560)

5. ความหมายของโฆษณา

elearning.bu.ac.th/mua/course/ad200/PDF/Lesson01.pdf (สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2560)

6. ช่างภาพ Tim Wallace

www.ambientlife.co.uk (สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2560)

7. ช่างภาพ Michael Mayo

www.michaelmayo.com (สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2560)

8. ช่างภาพ Justin Carrasquillo

www.jcpla.com (สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2560)

9. ช่างภาพ Trevor Pearson

www.trevorpearson.com (สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2560)

4. โฆษณา Indian Choice

www.commarts.com/exhibit/indian-motorcycle-ads (สืบค้น 12 กุมภาพันธ์ 2560)

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้

ประวัติผู้เขียน

ชื่อ-สกุล	นาย ปัณณวิชญ์ ปกครอง	
ที่อยู่	38/559 เขตคลองสามวา แขวงสามวาตะวันตก	
	กรุงเทพมหานคร 10510	
	Email : phannavich2@gmail.com	
	Mobile : 080-086-9760	
ประวัติการศึกษา	ระดับประถมศึกษา	โรงเรียนศิริเพ็ญ
	ระดับมัธยมศึกษา	โรงเรียนเตรียมอุดมศึกษาน้อมเกล้า
	ระดับปริญญาตรี	คณะสถาปัตยกรรมศาสตร์ ภาควิชานิเทศศิลป์
		สาขา การถ่ายภาพ สถาบันเทคโนโลยีพระจอม
		เกล้าเจ้าคุณทหารลาดกระบัง

เอกสารนี้เป็นเอกสารที่สงวนไว้สำหรับการใช้งานเพื่อการศึกษาเท่านั้น ไม่อนุญาตให้นำไปใช้ประโยชน์ด้านการค้า ไม่ว่ากรณีใดๆทั้งสิ้น อีกทั้งห้ามมิให้ดัดแปลงเนื้อหา และต้องอ้างอิงถึงเจ้าของเอกสารทุกครั้งที่มีการนำไปใช้