

ท่องสู่ดินแดนล้านนา

โดย ผู้ช่วยศาสตราจารย์พิชัย นิรมานสกุล

ลุ่ม

พาทัวร์ดินแดนล้านนา เมืองแห่งอารยธรรมที่บอบช้ำไปด้วยกลิ่นอายของประเพณีโบราณและธรรมชาติอันสวยงาม รวมเอาแบรนด์ชื่อดังในจังหวัดเชียงใหม่เล่าผ่าน Brand Sense ตามแนวคิดของ Martin Lindstrom



Brand Tour...

แดนล้านนา



Brand Tour ขอประเดิมฉบับแรก กับ

การพาทัวร์จังหวัดเชียงใหม่ เมืองแห่งอาณาจักร
ล้านนาที่ทอดยาวไปด้วยกลิ่นอายแห่งวัฒนธรรม
ท้องถิ่นประเพณีโบราณและธรรมชาติอันสวยงาม
ซึ่งถูกผสมผสานกับความเจริญแบบตะวันตกอย่าง
ลงตัว อันเป็นเสน่ห์ที่นับวันจะยิ่งสัมผัสได้ยาก ใน
กรุงเทพมหานคร เมืองหลวงของเราซึ่งปัจจุบันถูก
ครอบงำจากเทคโนโลยีและความเป็นวัตถุนิยมไป
เกือบจะแทบไม่เหลือความงดงามแบบไทยๆ จน
เดี๋ยวนี้ ต้องให้ฝรั่งมาสอนคนไทยให้หัดไหว้กันแล้ว

?? แล้วเรื่องราวของเราเกี่ยวข้องกัน

อย่างไรกับเรื่องราวของแบรนด์นะเหรอครับ ต้องขอ
กระซิบดังๆ กับท่านผู้อ่านก่อนเลยว่าแรงบันดาลใจ
ของทีมงาน Brand Tour ที่เดินทางไปเก็บข้อมูล
เพื่อรวบรวมนำมาเขียนในครั้งนี่ เราได้ทำการศึกษา
เรื่องราวเกี่ยวกับ Brand sense ซึ่งเป็น

แนวความคิดเชิงกลยุทธ์ในการสร้างประสบการณ์
ของแบรนด์ให้เกิดขึ้นกับผู้บริโภค ซึ่งเจ้าของ
แนวความคิดใหม่นี้ก็คือ มาร์ติน ลินสตรอม
(Mr. Martin Linstrom) นักสร้างแบรนด์รุ่นใหม่ที่ได้
เขียนเรื่องราวเกี่ยวกับสัมผัสแห่งแบรนด์หรือ

Brand sense โดยมีเนื้อหาเกี่ยวกับ

องค์ประกอบของสัมผัส (Sense) ที่จะก่อให้เกิดการ
รับสัมผัสจากผู้บริโภคได้ องค์ประกอบที่ว่ามีได้แก่
การมองเห็นวัตถุสิ่งของต่างๆ (Sight) การรับ
รสชาติ (Tastes) การได้กลิ่น (Smell) การได้ยิน
เสียง (Sound) และการได้จับต้องสัมผัส (Touch)
โดยในคอลัมน์นี้ จะเป็นการประยุกต์เอาแนวคิด
เกี่ยวกับองค์ประกอบของ Brand sense เข้า
กับแบรนด์ไทยสไตล์ล้านนา ลองมาติดตามกันนะ
ครับ

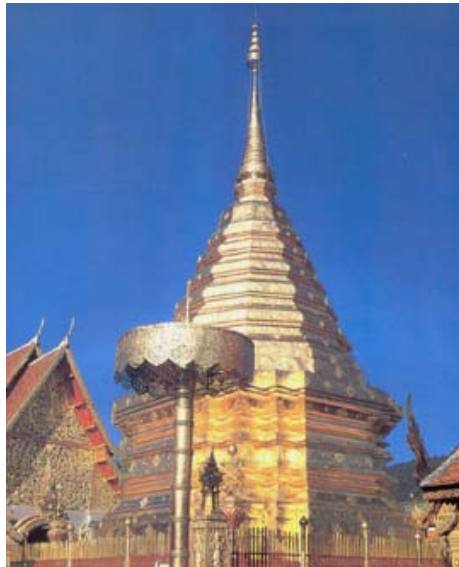
สำหรับ Brand ต่างๆที่เราจะพาทัวร์ใน
ครั้งนี้ เราขอเน้นที่การพาทัวร์แบรนด์อาหาร (Food
Brand) เพราะทีมงานนี้ชอบรับประทานเป็นพิเศษ
สำหรับคนที่เคยไปเที่ยวหรือคุ้นเคยกับจังหวัด
เชียงใหม่แล้วก็นึกเสียดายว่าอ่านเล่นๆก็แล้วกัน เดี่ยว
จะกลายเป็นว่าผู้เขียนเอามะพร้าวห้าวไปขายสวน
เสียเปล่าๆ

เยือนถิ่นล้านนา ต้องขึ้นไปนมัสการ “พระธาตุดอยสุเทพ” แบรินด์ประจำจังหวัด และดื่ม “กาแฟสด” ชมวิวเมืองเชียงใหม่

เมื่อเดินทางมาเชียงใหม่ อย่าลืมนึกถึงสิ่งที่ขาดไม่ได้และแทบจะเป็นธรรมเนียมปฏิบัติสำหรับนักท่องเที่ยว นั่นก็คือ การขึ้นไปนมัสการพระธาตุดอยสุเทพ ซึ่งตั้งอยู่ในบริเวณวัดพระธาตุดอยสุเทพนั่นเอง แนะนำให้เดินทางไปตั้งแต่เช้าๆ จะดีที่สุด เพราะอากาศเย็นสบาย ไม่ร้อน ก่อนขึ้นวัดพระธาตุดอยสุเทพ

ทีมงานของเราได้จอดรถที่เชิงดอยเพื่อกรابرูปปั้นของครูบาศรีวิชัย ซึ่งท่านเป็นผู้บุกเบิกการสร้างทางขึ้นวัดแห่งนี้ เพื่อความเป็นสิริมงคลของเราเสียก่อน จากนั้น เราก็ขับรถอีกแค่ 13 กิโลเมตร ก็ถึงวัดพระธาตุดอยสุเทพแล้ว

วัดพระธาตุดอยสุเทพนี้ นับว่าเป็นสัญลักษณ์คู่บ้านคู่เมืองของจังหวัดเชียงใหม่ นับได้ว่าเป็น Endorser ที่ทรงพลังและเป็นแบรนต์ท้องถิ่นระดับโลก (Global Brand) ที่ดึงดูดนักท่องเที่ยวจากทั่วทุกสารทิศ ให้มาเยี่ยมชมความยิ่งใหญ่และความงดงามแบบนี้ต้องขอยกให้เป็น “แบรนต์ระดับโลกชาติ” ที่เดียว



เสียส่วนใหญ่ เพราะที่นี่เขาปลูกกาแฟกันเองอย่างเป็นล่ำเป็นสันเมล็ดกาแฟมีขนาดใหญ่ กลิ่นหอม เนื่องจากสภาพอากาศที่เหมาะสมกับการปลูกกาแฟพันธุ์ดี แม้แต่แบรนต์ร้านกาแฟดังของไทยอย่าง “บ้านไร่กาแฟ” ก็ยังใช้เมล็ดกาแฟ ซึ่งเป็นผลผลิตที่มาจากไร่บนดอยสูงของภาคเหนือ (บนดอยตั้งแต่จังหวัดเชียงใหม่ขึ้นไป และ

จากลานจอดรถของวัด ใครใคร่เดินขึ้นวัดพระธาตุดอยสุเทพ...เชิญ แต่เราขอขึ้นลิฟต์ไปยังบริเวณองค์พระธาตุดอยสุเทพ เพราะเป็นวันที่มีหมอกบางๆ เราเลยขอจิบกาแฟสดพร้อมกับชมวิวเมืองเชียงใหม่จากยอดดอยเสียเลย

เมื่อพูดถึงกาแฟสดที่เราๆ ท่านๆ ดื่มกันนั้น ขอบอกเลยว่าก็มีที่มาจากดินแดนล้านนา

ต้องมีความสูงกว่าระดับน้ำทะเล ๘๐๐ เมตร) จึงนับว่าจังหวัดเชียงใหม่เป็นบริเวณที่สามารถผลิตเมล็ดกาแฟสดที่มีคุณภาพดีที่สุดแห่งหนึ่งของโลก

สำหรับนักท่องเที่ยวที่เดินทางขึ้นมาสักการะบูชาองค์พระธาตุดอยสุเทพ อย่าลืมจิบกาแฟสดแบบไทยๆ กับบรรยากาศบนภูเขา รับรองว่าประทับใจไม่รู้ลืม

“โป๊ต” ร้านอาหารแบรนด์ดังไม่มีสาขาหน้ามอชอ ที่แน่นตลอดเวลา

หิวแล้วสิ ! เทียวดอยสุเทพแต่เช้า แต่ยังไม่ได้อินอาหารเช้าเลย พอลงจากดอยแล้วเราก็มารับ Breakfast ที่ “โป๊ต” ร้านอาหารชื่อดังของเด็กมอชอ (มหาวิทยาลัยเชียงใหม่) ก็อยู่ไม่ไกลหรอก หน้ามอชอนี่เอง ตั้งอยู่บนถนนห้วยแก้ว ซึ่งเป็นถนนสายเดียวกับทางลงดอยสุเทพ พอลงดอย ขับรถผ่านหน้าประตูมอชอ ก็ถึงแล้ว

บรรยากาศของร้านนี้โปร่ง โล่งสบาย ไม่ติดแอร์ ก็อากาศเชียงใหม่ดีอยู่แล้ว จะติดแอร์ทำไม ให้อากาศโล่งๆ พนักงาณน่ารักเป็นกันเอง และแต่ละคน อยู่กันนานๆ ที่นั่น บางคนอยู่กันมาตั้งแต่ร้านเปิดก็มี ต้องขอชมเจ้าของร้านที่โอบอ้อม

อารีแก่ลูกน้อง แบบนี้เขาเรียกว่าลูกน้องก็รัก ลูกค้าก็รักร้าน “โป๊ต” นี่เขาเป็นร้านอาหารชื่อดัง มีแฟนอยู่ทั่วทุกหนทุกแห่ง ใครมาเที่ยวเชียงใหม่ก็ต้องมารับประทานอาหารที่นี่ เพราะอาหารอร่อย บริการดี เสียอย่างเดียว คนแน่นตลอดเวลา โดยเฉพาะอย่างยิ่งช่วงเทศกาลวันหยุดต่างๆ แต่เราไม่ว่ากัน แบบนี้เขาเรียกว่า ลูกค้ามีความจงรักภักดีต่อแบรนด์ (Brand Loyalty) อย่างเหนียวแน่น วันที่เราไปกันนั้น ต้องยืนรอกันจนจนกว่าจะได้ที่นั่ง และต้องนั่งรออีกพักใหญ่ กว่าจะได้อาหาร แต่ก็คุ้มค่ากับการรอคอย อร่อยทุกอย่างจริงๆ ขอแนะนำถ้วยเดียว หมูสับ ข้าวคั่ว น้ำหมูทอด และกล้วยเดี่ยวโป๊ต (เขียนไปหิวไป)

เยี่ยม “ตลาดวโรรส” แหล่งรวมแบรนด์อาหารพื้นเมืองชื่อดังและของฝากเลื่องชื่อของเชียงใหม่

สายๆ แบบนี้ อากาศยังไม่ร้อนเท่าไรหรอก ไปเที่ยว “ตลาดวโรรส” กันดีกว่า ตลาดแห่งนี้ก็อยู่ใกล้ๆ กับสะพานนวรัฐ ติดริมแม่น้ำปิง ดูบรรยากาศแล้วก็คล้ายๆ กับปากคลองตลาดในกรุงเทพฯ แต่ผิดกันตรงที่ตลาดแห่งนี้แหล่งรวมอาหารพื้นเมืองและของฝากขึ้นชื่อของจังหวัดเชียงใหม่อย่างแท้จริง ไม่ว่าจะเป็นแคบหมู น้ำพริกหนุ่ม “เจี๊หวะ” หมูทอด ไข่อั่ว “ดำรงค์” หมูยอ “สุจินต์” และแหนม “ป๋าย่น”

อาหารพื้นเมืองและของฝากที่นี่จะไม่ให้ดังได้อย่างไร อย่างน้ำพริกหนุ่ม “เจี๊หวะ” นี้รับประกันความอร่อยแบบละลายในปากทีเดียว สูตรลับของเจี๊หวะคือ การใช้วัตถุดิบเป็นพริกหยวกขี้หนู ที่เวลานำมาทำเป็นน้ำพริกแล้วยังมีลักษณะเป็นเส้นใยอยู่ ไม่แหลกละเอียดมากจนละ รสชาติเผ็ดกำลังพอดีและสามารถเก็บได้นานโดยไม่ต้องแช่ตู้เย็น แทบทุกร้านในตลาดที่มีขายน้ำพริกหนุ่ม



“เจี๊หวะ” อ้างว่าเป็นเครื่องหมายของเจี๊หวะทั้งสิ้นเราเลยสันนิษฐานว่าเจี๊หวะคงมีลูกหลานเยอะและมีพวกที่อยากเป็นลูกหลานเต็มบ้านเต็มเมืองเช่นกัน ไม่เห็นแปลก เราเองยังอยากเป็นลูกหลานของเจี๊หวะเลย....ก็ชื่อเสียงดังขนาดนี้



บอกขนาดนี้แล้ว ถ้ามีโอกาสได้ไปเที่ยวที่เชียงใหม่แล้วไม่ได้แวะไปซื้อของฝากที่ “ตลาดวโรรส” แล้วก็เหมือนมาไม่ถึงเชียงใหม่เช่นกัน เพราะตลาดแห่งนี้สำคัญอันดับต้นๆ ที่คนส่วนใหญ่จะนึกถึง อ้อ...ลืมบอกว่าถ้าขับรถไปเอง ก็ทำใจหน่อยก็แล้วกัน เพราะที่จอดรถหายาก และค่าจอดค่อนข้างแพง ถ้าเป็นช่วงเทศกาล ขอแนะนำให้ใช้บริการของรถประจำทางสองแถวแดง (รถประจำทางคู่มือเชียงใหม่) จะได้ไม่ต้องเป็นห่วงเรื่องการหาที่จอด

มือ เทียงวันนีเภาจะพาไป “กาตสวณแก้ว”

ตลาดแบรนด์ดังของห้างเซ็นทรัลนั่นเอง ที่นี่มีอาหารให้เลือกรมากมาย หลากหลายบรรยากาศด้วยกัน ถ้าชอบแบบอาหารฝรั่งๆ หน่อย ก็มีร้านอาหารประเภทแฟรนไชส์ (Franchise) ที่เป็นแบรนด์ของต่างชาติ เภาก็ไปซื้อลิขสิทธิ์มาดำเนินการ ตัวอย่างเช่น ร้านซิสเลอร์ (Sizzler) พิซซาฮัท (Pizza Hut) หรือ เคเอฟซี (KFC) ให้เลือกที่ชั้นสองของห้างฯ แต่ถ้าใครชอบอาหารแบบรับประทานง่าย ๆ งานเดียวอ้อม รับประทานแล้วไปแบบชาวออฟฟิศ ก็ขอเชิญที่ฟู้ดคอร์ทอยู่ตรงบริเวณโถงด้านล่างของห้างอาหารที่นี่ก็เหมือนกันกับทุกห้าง มีตั้งแต่อาหารตามสั่ง ส้มตำ ก๋วยเตี๋ยว และข้าวซอย อาหารอร่อยและราคาถูกแบรนด์หอยทอด ผัดไท “วิภาวรรณ” ที่ยึดครองพื้นที่ในฟู้ดคอร์ทตามห้างสรรพสินค้าต่างๆ ก็มีอยู่ที่นี้ด้วย

บริเวณด้านหลังของห้างฯ ที่ติดกับโรงแรมโลตัส ปางสวนแก้วเขาจัดทำเป็นตลาดเมือง



เล็กๆ เภาไว้สร้างบรรยากาศให้ดูเป็นแบบพื้นเมืองอาหารที่ขายก็เป็นพวกข้าวซอย ขนมจีนน้ำเงี้ยว ก๋วยเตี๋ยว และขนมหน้าตาน่าอร่อยอยู่หลายอย่างหลังจากซื้อเสร็จแล้วก็มานั่งทานกันบนเก้าอี้เตี้ยและโต๊ะไม้ไผ่ทำให้ได้บรรยากาศแบบพื้นบ้านแลดูดีดินดี อาหารถูกมากๆ อย่าลืมหิม กาแฟโบราณที่คงความโบราณทั้งรสชาติ อุปกรณ์ (ถุงกาแฟโบราณ) ตลอดจนหน้าตาเจ้าของร้าน ทำให้นึกถึงอดีตสมัยที่โอบอ้อมยังราคาถูกละบาทเดียวต้องขอชมผู้บริหารเครือเซ็นทรัลที่รู้จักการนำเอาคุณค่าของสินค้าและบริการมาประยุกต์และพัฒนาเพิ่มคุณค่าให้กับแบรนด์ (Brand Value) ได้อย่างยอดเยี่ยม ก็จะไม่ให้ชมได้อย่างไร ก็อาหารแบบงานเดียวตามรถเข็นจานละ 15-20 บาท พอนำเข้าห้างปั๊บ พี่แกก็สามารถเพิ่มราคาได้กว่าเท่าตัวเอาหละ...มีอาหารมากมายตั้งหลายบรรยากาศแบบนี้ เลือกรับประทานกันได้ตามใจชอบ แต่เราขอชิมข้าวซอย เดียวจะหาว่ามาไม่ถึงเชียงใหม่

แะร้าน “ดอยคำ” แบนด์ดังผักและผลไม้เมืองหนาวของโครงการหลวง ที่มีต้นกำเนิดมาจากดินแดนล้านนา

ทาน อาหารเที่ยงอิ่มแล้ว ปายนี้ เราไปเยี่ยมร้าน “ดอยคำ” กันดีกว่า ร้านนี้ในจังหวัดเชียงใหม่มี 2 สาขา คือ ที่ร้านดอยคำ สาขาสุเทพ ตั้งอยู่ที่อาคารเฉลิมพระเกียรติ คณะเกษตรศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ร้านดอยคำ สาขาสนามบินในบริเวณท่าอากาศยานจังหวัดเชียงใหม่ ชื่อ “ดอยคำ” นี่เป็นชื่อพระราชทาน เป็นสินค้าของโครงการหลวงมีที่มาที่น่าสนใจทีเดียว เรื่องมีอยู่ว่าครั้งหนึ่งเมื่อในหลวงของเราทรงแปรพระราชฐานไปจังหวัดเชียงใหม่เพื่อทรงตากอากาศในฤดูหนาว พระองค์ได้เสด็จไปทอดพระเนตรชีวิตของชาวดอยที่หมู่บ้านแม่ไร่ใกล้พระตำหนัก และทรงตระหนักว่าชาวดอยนิยมปลูกฝิ่นขาย พระองค์จึงมีพระกระแสรับสั่งให้โครงการหลวงปลูกพืชเมืองหนาว เช่น แอปเปิ้ล สาลี่ พลับ และผักผลไม้เมืองหนาวชนิดอื่นๆ ด้วย เนื่องจากผลผลิตเหล่านี้ จะมีราคาแพง ถ้าหากขายในเมืองร้อนแบบประเทศไทย

ด้วยสายพระเนตรอันยาวไกลของพระองค์ท่าน ทำให้ “ดอยคำ” เป็นแบรนด์ที่มีเอกลักษณ์โดดเด่น (Brand Identity) ที่ไม่เหมือนใคร นอกจากนี้ยังมีตำแหน่งทางการตลาดของสินค้า (Brand Positioning) ที่แตกต่างจากสินค้าประเภทเดียวกัน

อย่างเห็นได้ชัด เพราะแบรนด์ดอยคำเป็นสินค้าที่ทำจากธรรมชาติอย่างแท้จริง ซึ่งมีทั้งประเภทผักและผลไม้เมืองหนาวทั้งแบบสด และแปรรูปที่ราคาไม่แพง และผลิตในประเทศไทย เป็นการสร้างความรู้สึกให้ผู้บริโภคเกิดความภาคภูมิใจที่ได้ใช้สินค้าในประเทศ และช่วยเหลือเกษตรกรไทยด้วยกัน

ถ้าไม่ออกไปถึงเชียงใหม่ ที่กรุงเทพฯ ก็มีที่ให้ซื้อสินค้าดอยคำอยู่หลายที่ด้วยกัน เช่น ร้านดอยคำ สาขาตลาด อ.ต.ก. สาขาม.เกษตรศาสตร์ สาขาดีโอล์สยาม สาขาท่าอากาศยานดอนเมือง และที่ห้างสรรพสินค้าซูเปอร์มาเก็ตทั่วไป



ดินเนอร์ที่ “เฮือนข้าเจ้า” แบรินร้านอาหารเมืองท้องถิ่น ในบรรยากาศบ้าน ไทยล้านนาโบราณ

สำหรับอาหารค่ำวันนี้ ทีมงานขอพามาสัมผัสบรรยากาศและมิติของแบรนด์ (Brand Sense) อันประกอบด้วยรูป (Sight) รส (Taste)



กลิ่น (Smell) เสียง (Sound) และสัมผัส (Touch) แบบล้านนาที่หรรษาถึงการในบ้านทรงไทยแบบล้านนา ที่ใช้ไม้สักเป็นส่วนประกอบทั้งหลัง ที่ร้าน “เฮือนข้าเจ้า” ตั้งอยู่ในซอยแก้วนครรัฐ 3 ถนนนครรัฐ ใกล้สะพานนครพิงค์ จากมิติแรกที่เราได้สัมผัสกับมิติของการเห็น (Sight) ก็คือร้านอาหารที่ใหญ่โต สวยงาม สไตล์เรือนไม้โบราณมีกาแลอยู่เด่นเป็นสง่าบนหลังคาเรือนไม้ ด้านหน้าจัดให้เป็นลานไม้กว้าง เพื่อให้นั่งรับประทานอาหาร มีที่นั่งแบบนั่งบนโต๊ะ และแบบที่นั่งกับพื้น ทีมงานของเราขอนั่งกับพื้นเพื่อให้ได้บรรยากาศแบบพื้นเมือง และชมการแสดงศิลปะและฟ้อนรำแบบล้านนาอย่างใกล้ชิด ซึ่งมีทั้งรำวง ฟ้อนเล็บ ฟ้อนเทียน และการแสดงตลก ซึ่งการแสดงจะเริ่มประมาณทุ่มครึ่ง ที่บริเวณเวทีด้านทางขึ้นตัวบ้านโบราณหลังงาม แต่ก่อนที่จะมีการแสดง เราก็ได้ฟังเพลงโฟล์คซองเบาๆ ขับกล่อมโดยศิลปินที่ทั้งหน้าตาและน้ำเสียงก็สุดแสนที่จะเป็นแบบล้านนาจริงๆ เรียกได้ว่ามิติแห่งเสียง (Sound) ที่นี่ถือว่าสุดยอด เช่นกัน

อาหารที่ร้านนี้ ก็มีมิติแห่งรสชาติที่แสนอร่อย (Taste) และเป็นแบบพื้นเมืองโดยแท้ ช่วยเสริมบรรยากาศให้พวกเรารู้สึกเหมือนกับได้ย้อน

อดีตไปสักสองสามร้อยปีก่อนในยุคที่เจ้าเมืองฝ่ายเหนือยังปกครองเมืองกันอยู่ อาหารแนะนำได้แก่ ปลาช่อนโบราณ สเต็กเมือง ลาบเมือง แกงฮังเล และออเดิร์ฟเมือง แต่ที่ทีมงานชอบเป็นพิเศษ ก็คือของหวานที่มีชื่อว่า “ผลไม้จานวัด” ที่เห็นสิ่งกันแทบทุกโต๊ะ เป็นผลไม้รวมประกอบด้วย แตงโมแดงผ่ามะละกอ แก้วมังกร ในจานเปลใบโต โปะด้วยน้ำแข็งใส แล้วราดด้วยน้ำแดง ใหญ่ขนาดกิน 4 คนแทบไม่หมดทีเดียว แต่กินแล้วชื่นใจดีครับ แถมข้าวยังมีมิติแห่งกลิ่น (Smell) หอมหวานยั่วชวนของผลไม้และน้ำแดง แบบที่เรียกว่าได้กลิ่นก็ชื่นใจแล้ว

พออิ่มกันแล้ว ประมาณสามทุ่ม คุณ

ประพันธ์

สุขทรัพย์ถาวร

เจ้าของร้าน

“เฮือนข้าเจ้า”

ก็น่าชม

ภายในตัว



บ้าน ซึ่งมีลักษณะการสร้างแบบโบราณ มีห้องหลายห้อง และแต่ละห้องก็ยังคงความเก่าแก่ และสวยงามเป็นเอกลักษณ์แบบล้านนาอย่างแท้จริง ทำให้เราได้รับรู้ถึงมิติแห่งการสัมผัส (Touch) ความเป็นล้านนาโบราณโดยเฉพาะอย่างยิ่งตรงที่ประตูทางเข้าซึ่งสลักรอบบานประตูไม้สักถูกแกะสลักเป็นรูปดอกรักทั้งหมด เจ้าของบ้านบอกว่าใครที่ลอดผ่านประตูบานนี้จะทำให้สมหวังในความรัก

แบบนี้แหละ ที่เขาเรียกว่าเจ้าของร้านได้ใช้องค์ประกอบของมิติของแบรนด์ หรือ Brand Sense มาช่วยเสริมให้แบรนด์ยิ่งน่าสนใจ และครบทุกมิติในการทำแบรนด์อย่างแท้จริง

เดินชมสินค้าพื้นเมืองและชิม “โรตีกกรอบ” เจ้าอร่อยที่ “เชียงใหม่ไนท์บาซาร์” แบรนด์อาเขตที่ไม่มีใครไม่รู้จัก



ปิดท้าย การทัวร์ในครั้งนี้ ด้วยการเดิน
เที่ยวย่อยอาหารหลังมือค่ำที่ “เชียงใหม่ไนท์
บาซาร์” ย่านการค้าหรืออาเขตที่กลายเป็นแบรนด์
ดังระดับจังหวัดไปเรียบร้อยแล้ว สองข้างทางของ
ถนนข้างคลองนยามค่ำคืนคลาคล่ำไปด้วยร้านค้า
และผู้คนจนแทบไม่มีทางเดิน การจัดระเบียบ
ร้านค้ายังไม่ดีเท่าที่ควร แต่กลับกลายเป็นเสน่ห์ของ
ไนท์บาซาร์ ที่มีบุคลิกภาพที่สดใสมีชีวิตชีวาและ



ตื่นตาตื่นใจแก่ผู้ได้มาเยือน เป็น Brand
Personality ของสถานที่แห่งนี้อย่างแท้จริง พวกเรา
เลยได้สนุกสนานกับการเดินเบียดคนไปมา และดู
สินค้าต่างๆ ซึ่งคล้ายๆกับตลาดนัดจตุจักรใน
กรุงเทพฯ แต่ต่างกันตรงที่อากาศเย็นสบายกว่ากัน
เยอะ

เดินไปซักพัก เริ่มย่อย เราสังเกตเห็นร้าน
โรตียูเจ้าหนึ่ง บริเวณตรงข้ามโรงแรมสุริวงศ์ คน
รอคิวกันแน่น ก็เลยต้องขอชิมซักหน่อย ต้องขอ
บอกว่าอร่อยจริงๆ เนื้อโรตีย่างในนุ่ม ข้างนอกกรอบ
ไม่อมน้ำมัน เราเลยทดลองซื้อมาชิมกันคนละสอง
แผ่น (ขนาดชิมนะเนี่ย) จำไม่ได้จริงๆว่าซื้อร้านอะไร
แต่ถ้าไป ขอให้ลอง ถึงเป็นร้านที่ไม่มีแบรนด์ดัง
อะไร แต่พวกเราขอจดจำไว้เป็นประสบการณ์ว่า
ได้มากินโรตียูอร่อยในบรรยากาศเย็นสบายของ
เชียงใหม่ไนท์บาซาร์ครั้งหนึ่งในชีวิต

.....ส่งท้ายด้วยการแนะนำ “ร้านอาหาร” แบรินด์ดังท้องถิ่นที่ไม่ควรพลาด

ก่อนจบ ไม่ลืมที่จะแนะนำร้านอาหาร
แบรินด์ดังท้องถิ่นที่อร่อยขึ้นชื่อให้ท่านลองไปชิมดู
ว่าอร่อยตามความดังหรือไม่ ได้แก่ร้านข้าวซอย
อิสลามที่ถนนเจริญประเทศ ร้านไก่กึ่งพริกขี้หนูที่
ตลาดต้นพยอม สเต็กบ้านไร่ ตัดโรงเรียนยุพราช

วิทยาลัย และข้าวมันไก่ศิริชัย ตรงอนุสาวรีย์สาม
กษัตริย์ สำหรับฉบับนี้ขอจบแต่เพียงเท่านี้ และ
โปรดติดตาม Brand Tour ในตอนต่อไปนะคะ

