เอกสารเผยแพร่ และประกอบการเสวนา การรู้เท่าทันกระแสสังคม โดย ศูนย์ฝึกอบรมภูมิปัญญาสู่สากล
mapping by Dr. Prachasan Saenpakdee Glocalization Training Center

กระแสแห่งจตุคามรามเทพ

ดนัย จันทร์เจ้าฉาย

ศรัทธามาร์เก็ตติ้ง

- การตลาดที่เกิดขึ้นคือ Faith Marketing
- กระบวนการประกอบด้วย 3 ขั้นตอน
  - 1 ผลิตภัณฑ์โดนใจ (เหรียญดูแล้วโดนใจ)
  - 2 กระบวนการสื่อสารทางการตลาด
  - 3 จังหวะเวลา

วิเคราะห์จตุคามรามเทพในเชิงของการตลาด Marketing(Positioning)

- P - People
  - มีคนนำมาสร้าง
  - คนปลุกกระแส
  - มีคนทำการตลาด
  - มีคนแห่ไปจอง
  - มีคนสนใจ
- P-Product
  - พิมพ์สวยงาม
  - พิธีดี
  - หลากหลายรูปแบบ
  - มีรุ่นให้เลือกมากกมาย
- P - Price
  - การปั่นราคา
  - การสร้างมูลค่า
  - ราคาขึ้นกับการปลุกเสก
- P -Place
  - หาได้ทุกที ทั่วไป
  - ทั้งริมถนนและ Online
- P- Promotion
  - สื่อทุกแขนงนำมาตีข่าว
  - มีการนำเสนอต่อเนื่อง

ปัจจัยจุดกระแสความนิยมของจตุคามรามเทพ

- ภาวะสังคม
  - ความไม่แน่นอนของภาวะเศรษฐกิจ
  - ความไม่ปลอดภัยในชีวิต
    - เหตุวางระเบิด กทม.
    - ความไม่สงบภาคใต้
- ตัวบุคคล
  - ขุนพันธรักษ์ราชเดช
  - พลตำรวจโทสรรเพชญ ธรรมาธิกุล
  - บุคคลสำคัญหลายๆ คน นำมาบูชาแล้วปากต่อปาก
    - ดารา
    - นักร้อง
- สื่อ
  - เว็บไซต์จำนวนมาก
    - เสนอขาย
    - นำเสนอเรื่องราว
    - ประสบการณ์อภินิหาร
  - ทีวีเสนอเรื่องราวของความนิยม
    - รายการเรื่องจริงผ่านจอ
  - หนังสือพิมพ์ลงข่าว รายวันเรื่องอภินิหาร
- เซียนพระ
  - นำจตุคามรามเทพมาปั่นราคา ทำให้เกิดกระแสปากต่อปาก
  - นำมาผลิตเพิ่มจำนวนรุ่นมากขึ้น เพื่อรองรับกระแส

เว็บไซต์จตุคาม

- www.jatukarm.com
- www.jatukamramatep.com
- www.rakmuang30.com
- www.jatukarmforum.com
- www.jatukarm.org
- www.ramthep.com
- www.jatukamrammatep.net

จตุคามรามเทพพิมพ์นิยม

- รุ่นปี 2530
- รุ่นบูรณะเจดีย์ราย 2545
- รุ่นวัดพุทไธสวรรค์ จ.อยุธยา ปี 2545-49
- รุ่นชนะมาร 2547
- รุ่นโคตรเศรษฐี 2549

ปี พ.ศ. 2530
- สร้างวัตถุมงคลรุ่นแรก (เช่าราคา 29, 39, 49 บาท)

ปี พ.ศ. 2542
- เริ่มมีคนสนใจมากขึ้น (กระแสปากต่อปาก)

ปี พ.ศ. 2547
- จุดเริ่มต้นความนิยม (เซียนพระเริ่มนำมาปั่นราคา)

ปี พ.ศ. 2548
- คึกคักมากที่สุด (เริ่มมีการนำเสนออภินิหาร ราคารุ่น 30 เริ่มหลายแสน)

ปี พ.ศ. 2549-2550
- ขีดสุดความศรัทธา (ขยายวงไปทั่วประเทศไทย มีการขายผ่านเว็บไซต์)

ปี พ.ศ. 2551 เป็นต้นไป
- คนไทยยังเหมือนเดิม (การจะได้อะไรในชีวิตคนไทย ต้องลงมือทำด้วยตัวเอง)

แผนที่ความรู้ เรื่อง กระแสแห่งจตุคามรามเทพ เพื่อความเข้าใจ และเรียนรู้ อ้างอิงข้อมูลจาก POSITIONING Issue 235 April 2007