บทที่ 1
บทนำ

1. ความสำคัญและที่มาของปัญหา

มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ได้จัดตั้งโครงการบัณฑิตศึกษาขึ้นในปี พ.ศ. 2538 เพื่อรองรับภาระงานด้านบัณฑิตศึกษาของสถาบันตามมาตรา 7 แห่งพระราชบัญญัติสถาบันราชภัฏ พ.ศ. 2538 ที่กำหนดงานด้านบัณฑิตศึกษาไว้ว่า “ให้สถาบันราชภัฏเป็นสถาบันอุดมศึกษา” เพื่อการพัฒนาท้องถิ่น มีวัตถุประสงค์ให้การศึกษาวิชาการและวิชาชีพระดับสูง ทำการวิจัย ให้บริการวิชาการแก่สังคม ปรับปรุง ถ่ายทอด และพัฒนาเทคโนโลยี ทะนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ผลิตครู และส่งเสริมวิทยฐานะครู (ราชกิจจานุเบกษา เล่ม 112 ตอนที่ 4ก หน้าที่ 2, 24 มกราคม 2538) โครงการบัณฑิตศึกษาได้ประสานงานกับคณะต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัย เปิดสอนระดับบัณฑิตศึกษาครั้งแรกในปีการศึกษา 2542 โดยเปิดสอน 4 หลักสูตร ได้แก่ หลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตวิชาชีพครู หลักสูตรครุศาสตร มหาบัณฑิต สาขาการบริหารการศึกษา หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาไทยศึกษาและสาขาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา รวมทั้งบางปีการศึกษาได้เพิ่มการเปิดสอนหลักสูตรอื่นๆ ตามความต้องการของท้องถิ่น เช่น ปีการศึกษา 2545 เปิดสอนหลักสูตรประกาศนียบัตรบัณฑิตการจัดการและประเมินโครงการ ปีการศึกษา 2546 ได้เปิดสอนหลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิตและเปิดสอนต่อเนื่อง กันมาจนถึงปัจจุบัน ปีการศึกษา 2547 ได้เปิดสอนหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิตสาขาหลักสูตรและการสอน และหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาการจัดการโครงการและการประเมินโครงการ คณะทั้ง 4 คือ คณะครุศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์และสังคมศาสตร์ คณะวิทยาการจัดการ และคณะวิทยาศาสตร์และเทคโนโลยี ต่างก็ได้พัฒนาหลักสูตรสาขาวิชาต่าง ๆ ที่ตอบสนองความต้องการของสังคมและตามความพร้อมของสาขาวิชานั้น ๆ เรื่อยมา ณ ปัจจุบันล่าสุดคือ หลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ

พันธกิจของโครงการบัณฑิตศึกษา โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี มุ่งมั่น 1) ดำเนินการเพื่อพัฒนามาตรฐานและคุณภาพของบัณฑิตศึกษา 2) บริการวิชาการเพื่อการวิจัยการพัฒนาสังคม และทำนุบำรุงศิลปวัฒนธรรม ให้ก้าวทันโลกบนพื้นฐานภูมิปัญญาไทย 3) เป็นแหล่งทรัพยากรสารสนเทศ เพื่อการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาอย่างมีคุณภาพ และ 4) บริหารจัดการองค์กรด้วยข้อมูลความรู้ ด้วยธรรมาภิบาล ความโปร่งใส ความรับผิดชอบต่อหน้าที่ของตนเอง องค์กรและสังคม นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ส่วนใหญ่เป็นผู้มีงานทำและมีอาชีพเป็นหลักแหล่งแล้ว แต่มหาวิทยาลัยก็มุ่งหวังให้มีการพัฒนางานอาชีพและสังคมหลังสำเร็จการศึกษา โดยนำความรู้ ทักษะ ประสบการณ์ จากการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาไปประยุกต์ใช้ นอกจากนั้นมหาวิทยาลัยยังมุ่งจัดการเรียนรู้ที่เน้นกระบวนการวิจัย การคิด วิเคราะห์ สืบค้น สร้างองค์ความรู้ โดยเอื้ออำนวยในทุกช่องทางทั้งด้านหลักสูตรและการบริหารหลักสูตร ด้านอาจารย์และการจัดการเรียนการสอน ด้านการสนับสนุนของมหาวิทยาลัยในการทำกิจกรรมและการเรียน ฯลฯ เพื่อส่งเสริมให้บัณฑิตมีความสนใจใฝ่รู้ มีทักษะในการแสวงหาความรู้ และสร้างองค์ความรู้ รวมทั้งให้มีการพัฒนาคุณลักษณะส่วนตนเพื่อสนับสนุนประสิทธิภาพของการปฏิบัติงานและการอยู่ร่วมกับผู้อื่น

หอสมุดมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

คุณลักษณะที่มุ่งส่งเสริม ได้แก่ ความเชื่อมั่น ความคิดริเริ่มสร้างสรรค์ ความใฝ่รู้ ความเป็นผู้นำ มนุษยสัมพันธ์ การคิดวิเคราะห์ การสื่อสาร ความซื่อสัตย์ ความเสียสละ ความรับผิดชอบ และความขยันสู้งาน ซึ่งเป็นจุดเน้นของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่มุ่งการเป็นสถาบันอุดมศึกษาเพื่อพัฒนาท้องถิ่น สร้างเสริมโอกาสในการศึกษาแก่ผู้ด้อยโอกาส แต่ขณะเดียวกันก็เน้นคุณภาพและคุณลักษณะส่วนตนของบัณฑิตไปพร้อมกัน ซึ่งสอดคล้องกับแผนยุทธศาสตร์สู่การปฏิบัติของกระทรวงศึกษาธิการที่มุ่ง 3 ประเด็นคือ 1) สร้างโอกาสทางการศึกษา 2) พัฒนาการจัดการและพัฒนาคุณภาพการเรียนรู้ และ 3) เพิ่มมาตรฐานการศึกษาและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของประเทศ โครงการบัณฑิตศึกษาจึงเป็นองค์กรที่ดำเนินภารกิจในการร่วมมือและสนับสนุนการผลิตบัณฑิตระดับบัณฑิตศึกษา การบริหารจัดการ และการให้บริการการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยประสานงานกับคณะต่าง ๆ ของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี เพื่อให้งานบัณฑิตศึกษาดำเนินการไปโดยมีคุณภาพและประสิทธิภาพ

การดำเนินงานของโครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จำเป็นต้องมีกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ เพื่อให้การเผยแพร่หรือการกระจายข้อมูลข่าวสารต่าง ๆ ในงานประชาสัมพันธ์มีประสิทธิผลตามเป้าหมาย มีการใช้สื่อเป็นเครื่องมือในการถ่ายทอดให้ผู้ใช้บริการจากโครงการบัณฑิตได้รับข้อมูล ข่าวสาร ตลอดจนเป็นการสร้างภาพลักษณ์ที่ดีให้กับองค์กรด้วย แต่เท่าที่ผ่านมาการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ โครงการบัณฑิตศึกษา มุ่งเน้นการเสนอข่าวสาร ความเคลื่อนไหวและการรับนักศึกษาใหม่ ตลอดจนทำการประชาสัมพันธ์ผ่านสื่ออินเทอร์เน็ตเป็นสำคัญ ขาดการวางแผนการประชาสัมพันธ์อย่างเป็นระบบทั้งในระยะสั้นและระยะยาว อันส่งผลให้ยังไม่สามารถบรรลุผลในแง่การประชาสัมพันธ์ได้เท่าที่ควร ผู้วิจัยจึงสนใจที่จะทำการศึกษาถึงสภาพปัจจุบันในงานประชาสัมพันธ์ ปัญหา อุปสรรคต่าง ๆ ที่ส่งผลต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ เพื่อนำข้อมูลมาวิเคราะห์ (SWOT Analysis) สภาพแวดล้อมและศักยภาพ กำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน รวมถึงวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีต่อศักยภาพของการประชาสัมพันธ์ เพื่อจัดทำกลยุทธ์ในการพัฒนาการประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษาของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีให้ตอบสนองนโยบาย ปรัชญา พันธกิจ ของมหาวิทยาลัยได้อย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด

2. วัตถุประสงค์ของโครงการวิจัย

1. เพื่อศึกษาสภาพปัจจุบันของงานประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
2. เพื่อวิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ กำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน รวมถึงวิเคราะห์โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีต่อศักยภาพของการประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี
3. เพื่อกำหนดกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีที่มีประสิทธิภาพ

3. ขอบเขตของโครงการวิจัย

3.1 ขอบเขตด้านประชากร ได้แก่

3.1.1 ศิษย์เก่าที่สำเร็จการศึกษาจากมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ปีการศึกษา 2555-2557 จำนวน 236 คน ประกอบด้วยหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา จำนวน 90 คน สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน จำนวน 48 คน หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ จำนวน 55 คน และหลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาไทยศึกษา จำนวน 11 คน และสาขาวิชาสังคมศาสตร์เพื่อการพัฒนา จำนวน 32 คน

3.1.2 นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จำนวน 195 คน ประกอบด้วยหลักสูตรครุศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา จำนวน 94 คน สาขาวิชาหลักสูตรและการสอน จำนวน 13 คน หลักสูตรบริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาบริหารธุรกิจ จำนวน 67 คน หลักสูตรศิลปศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาไทยศึกษา จำนวน 5 คน และหลักสูตรรัฐประศาสนศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการสาธารณะ จำนวน 16 คน

3.1.3 อาจารย์ผู้สอนระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี จำนวน 23 คน

3.1.4 ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ตั้งแต่ระดับ อธิการบดี รองอธิการบดีกำกับดูแลการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณบดี ผู้อำนวยการโครงการบัณฑิตศึกษา และประธานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา จำนวนรวม 15 คน

3.1.5 ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์ และด้านการจัดทำกลยุทธ์ จำนวนรวม 2 คน

3.2 ขอบเขตด้านเนื้อหา ได้แก่

3.2.1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีในการวิจัยนี้ จะนำเสนอใน 3 กลยุทธ์หลัก ได้แก่ กลยุทธ์ด้านการใช้สื่อประชาสัมพันธ์ กลยุทธ์ด้านการใช้สารประชาสัมพันธ์ และกลยุทธ์ด้านคนหรือองค์กร

3.2.2 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษาในการวิจัยนี้ จะนำเสนอกลยุทธ์ใน 3 ประเภท ได้แก่ กลยุทธ์การดำเนินการประชาสัมพันธ์เชิงรับ กลยุทธ์การดำเนินการประชาสัมพันธ์ตามปกติ และกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์เชิงรุก

3.3 ขอบเขตด้านพื้นที่ ได้แก่

โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

3.4 ขอบเขตด้านเวลา ได้แก่

3.4.1 เป็นการติดตามผลการดำเนินงานด้านประชาสัมพันธ์ โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีตั้งแต่อดีตจนถึงปัจจุบัน (พ.ศ. 2555-2559)

4. วิธีการดำเนินการวิจัย

4.1ประเภทของการวิจัย การวิจัยครั้งนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงพรรณนา (Descriptive Method)

4.2 เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยประกอบด้วย

4.2.1 แบบสอบถามศิษย์เก่าผู้สำเร็จการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา ปีการศึกษา 2555-2557 และศิษย์ปัจจุบันระดับบัณฑิตศึกษาเกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโครงการบัณฑิตศึกษา ด้านการรับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

4.2.2 แบบสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) สำหรับใช้สัมภาษณ์ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ได้แก่ อธิการบดี รองอธิการบดีกำกับดูแลการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณบดี และผู้อำนวยการโครงการบัณฑิตศึกษา เกี่ยวกับนโยบาย การสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์ ปัญหาและอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ของโครงการบัณฑิตศึกษา ตลอดจนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

4.2.3 แบบสนทนากลุ่ม (Focus Group) สำหรับใช้ประกอบการสนทนากลุ่มผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์และด้านการจัดทำกลยุทธ์ รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รองอธิการบดีฝ่ายนโยบายและแผน คณบดี และประธานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา จากสาขาวิชาที่มีการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอนระดับบัณฑิตศึกษา จากสาขาวิชาที่มีการเรียนการสอน และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา เกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

4.3 วิธีการรวบรวมข้อมูล ผู้วิจัยเก็บรวบรวมข้อมูล ดังนี้

4.3.1 ส่งแบบสอบถามความคิดเห็น ให้ศิษย์เก่าและศิษย์ปัจจุบันทางไปรษณีย์ เมื่อตอบแล้วให้ส่งคืนที่โครงการบัณฑิตศึกษาทางไปรษณีย์

4.3.2 สัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ได้แก่ อธิการบดี รองอธิการบดีกำกับดูแลการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณบดี และผู้อำนวยการโครงการบัณฑิตศึกษา เกี่ยวกับนโยบาย การสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์ ปัญหาและอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ของโครงการบัณฑิตศึกษา ตลอดจนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิต ศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

4.3.3 สนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์และด้านการจัดทำกลยุทธ์ รองอธิการบดีฝ่ายวิชาการ รองอธิการบดีฝ่ายนโยบายและแผน คณบดี และประธานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา จากสาขาวิชาที่มีการเรียนการสอน อาจารย์ผู้สอนระดับบัณฑิตศึกษา จากสาขาวิชาที่มีการเรียนการสอน และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา เกี่ยวกับกลยุทธ์การประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

4.4 การวิเคราะห์ข้อมูล

4.4.1 วิเคราะห์ข้อมูลจากแบบสอบถาม (Questionnaire) มหาบัณฑิต (ศิษย์เก่า) นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี เกี่ยวกับความคิดเห็นต่อการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโครงการบัณฑิตศึกษา ด้านการรับรู้ข่าวสารและการประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยใช้โปรแกรมสำเร็จรูป วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติพื้นฐาน นำเสนอด้วยการแจกแจงความถี่ (Frequency) ค่าร้อยละ (Percentage) ค่าเฉลี่ย (Mean) และค่าส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน (Standard Deviation)

4.4.2 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสัมภาษณ์เชิงลึก (In-depth Interview) ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ได้แก่ อธิการบดี รองอธิการบดีที่กำกับดูแลการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณบดี และผู้อำนวยการโครงการบัณฑิตศึกษา เกี่ยวกับนโยบาย การสนับสนุนงานด้านการประชาสัมพันธ์ ปัญหาและอุปสรรคของการประชาสัมพันธ์ของโครงการบัณฑิตศึกษา ตลอดจนความคิดเห็นและข้อเสนอแนะเกี่ยวกับการประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis)ตามหลักการวิเคราะห์แบบอุปนัย และนำเสนอเป็นความเรียง

4.4.3 วิเคราะห์ข้อมูลจากการสนทนากลุ่ม (Focus Group) ผู้ทรงคุณวุฒิด้านการประชาสัมพันธ์และด้านการจัดทำกลยุทธ์ ผู้บริหารมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ได้แก่ รองอธิการบดีกำกับดูแลการจัดการศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา คณบดี ประธานหลักสูตรระดับบัณฑิตศึกษา อาจารย์ผู้สอนระดับบัณฑิต ศึกษา และนักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา โดยการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) ตามหลักการวิเคราะห์แบบอุปนัยและนำเสนอเป็นความเรียง

4.4.4 วิเคราะห์สภาพแวดล้อมและศักยภาพ เพื่อกำหนดจุดแข็งและจุดอ่อนจากสภาพแวดล้อมภายใน โอกาสและอุปสรรคจากสภาพแวดล้อมภายนอก ตลอดจนผลกระทบที่มีต่อศักยภาพการประชาสัมพันธ์ โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี โดยการวิเคราะห์ SWOT Analysis

5. ประโยชน์ที่ได้รับจากการวิจัย

5.1 ผลการวิจัยในครั้งนี้ เป็นแนวทางในการพัฒนางานประชาสัมพันธ์โครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรีให้มีประสิทธิภาพและประสิทธิผล เหมาะสมกับกลุ่มเป้าหมายมากที่สุด

5.2 ผลการวิจัยในครั้งนี้ เป็นประโยชน์ต่อคณะผู้บริหารของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ในการให้การสนับสนุนเพื่อให้การประชาสัมพันธ์ในภาพรวมของมหาวิทยาลัยมีประสิทธิภาพยิ่งขึ้น

6. นิยามศัพท์

6.1 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์ หมายถึง วิธีการดำเนินงานประชาสัมพันธ์ของโครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ประกอบด้วยเทคนิค รายละเอียดของวิธีการ ตลอดจนขั้นตอนของวิธีดำเนินการที่จะนำมาใช้ให้สัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายของแผนการประชาสัมพันธ์ที่กำหนดไว้

6.2 ศิษย์เก่า หมายถึง นักศึกษาที่สำเร็จการศึกษาหลักสูตรระดับมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ปีการศึกษา 2555-2557

6.3 นักศึกษาระดับบัณฑิตศึกษา หมายถึง นักศึกษาที่กำลังศึกษาระดับมหาบัณฑิตของมหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี

6.4 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์แบบเชิงรับ หมายถึง การทำงานแบบเร่งด่วน ต้องคิดเร็ว ตัดสินใจเร็ว วางแผนเร็ว และดำเนินการในฉับพลัน ต้องอาศัยประสบการณ์จากผู้ชำนาญการทาง

การประชาสัมพันธ์ ในการคิดหาวิธีการรับมือ หรือแก้ไขปัญหาที่เกิดได้อย่างทันท่วงทีเพื่อให้เกิดความเสียหายเข้าใจผิดน้อยที่สุด การใช้กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์แบบเชิงรับของโครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ประกอบด้วยการใช้สื่อผสมผสานหลากหลายช่องทาง ไปพร้อม ๆ กัน ประกอบกับการใช้กลยุทธ์นิ่งเฉย ซึ่งจะใช้วิธีการใด เมื่อใดนั้น ขึ้นอยู่กับความเหมาะสมของแต่ละสถานการณ์อยู่ที่ดุลพินิจของนักประชาสัมพันธ์ที่ตัดสินใจ ดำเนินไปในแนวทางใดอย่างรวดเร็ว และฉับพลัน

6.5 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์แบบปกติ หมายถึง การดำเนินงานประชาสัมพันธ์ตามแผนการปฏิบัติงานประจำปีด้านการประชาสัมพันธ์ของโครงการบัณฑิตศึกษา มหาวิทยาลัยราชภัฏธนบุรี ตามปกติ

6.6 กลยุทธ์การประชาสัมพันธ์แบบเชิงรุก หมายถึง ลักษณะการดำเนินงานแบบปกติ แต่เน้นกลยุทธ์การนำเสนอสารในลักษณะชี้นำบอกกล่าว ประกอบด้วย กลยุทธ์การนำเสนอสารในลักษณะการให้ข้อมูลที่ยังไม่เคยเผยแพร่มาก่อน เพื่อเป็นการชี้นำบอกกล่าว