



บันทึกข้อความ

ส่วนราชการ งานการตลาดและสื่อสารองค์กร กองแผนงาน สำนักงานอธิการบดี โทร. ๓๐๔๖, ๑๐๔๖

ที่ อว ๐๖๐๔.๕/

02367

วันที่

26 กันยายน 2568

เรื่อง คู่มืออัตลักษณ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๘ และแนวทางการออกแบบ
สื่ออัตลักษณ์

เรียน รองอธิการบดี/ผู้ช่วยอธิการบดี/คณบดี/ผู้อำนวยการสำนัก/ผู้อำนวยการกอง/หัวหน้าสำนักงาน

ตามที่งานการตลาดและสื่อสารองค์กร กองแผนงาน ได้รับมอบหมายให้ดำเนินการตามภารกิจ
สร้างอัตลักษณ์แบรนด์ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานีที่ชัดเจนและบริหารแบรนด์ พร้อมกำกับดูแลการใช้แบรนด์
ของมหาวิทยาลัย รวมถึงส่งเสริมให้คณะ วิทยาลัย สำนัก และหน่วยงานอื่น ๆ ของมหาวิทยาลัย มีส่วนร่วมใน
การสื่อสารภาพลักษณ์ของมหาวิทยาลัยต่อสาธารณะ ซึ่งได้มีการจัดทำคู่มืออัตลักษณ์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี
ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๘ โดยผ่านความเห็นชอบจากที่ประชุมคณะกรรมการบูรณาการรวมศูนย์สื่อสารองค์กร
(Virtual Office) ครั้งที่ ๓/๒๕๖๘ เมื่อวันที่ ๒๔ มิถุนายน ๒๕๖๘ และที่ประชุมคณะกรรมการบริหารมหาวิทยาลัย
อุบลราชธานี ครั้งที่ ๑๓/๒๕๖๘ เมื่อวันที่ ๕ สิงหาคม ๒๕๖๘ นั้น

ในการนี้ เพื่อให้การดำเนินงานด้านการสื่อสารข้อมูลและการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์ของ
หน่วยงานภายในมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี เป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและในทิศทางเดียวกัน ดังนั้น งานการตลาด
และสื่อสารองค์กร กองแผนงาน จึงใคร่ขอความอนุเคราะห์ท่านพิจารณาดำเนินการดังนี้

๑. เผยแพร่ประชาสัมพันธ์ “คู่มืออัตลักษณ์มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี ฉบับปรับปรุง พ.ศ. ๒๕๖๘”
พร้อมกับตัวอย่างแนวทางการออกแบบสื่ออัตลักษณ์

๒. ขอความร่วมมือจากหน่วยงานต่าง ๆ ประชาสัมพันธ์แนวทางการใช้สีและอัตราส่วนในการ
ออกแบบสื่อ โดยมีหลักการคือ ใช้ สีเหลือง ๘๐% และ สีน้ำเงิน ๒๐% ในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
หากมีการใช้ สีชมพู สามารถใช้ได้ ไม่เกิน ๕% ขององค์ประกอบการออกแบบ

ทั้งนี้ สามารถดาวน์โหลดรายละเอียดได้ที่ <https://qrcode.ubu.ac.th/722rsz> และหากต้องการ
ข้อมูลเพิ่มเติม โปรดประสาน นายสรายุทธ ดวงตา หรือ นางสาววิริญญา ชูราชิ โทร. ๑๐๔๖ หรือ ๓๐๐๕

จึงเรียนมาเพื่อโปรดพิจารณา

DigiSign 25/09/2568 10:14

(ผู้ช่วยศาสตราจารย์ปิยณัฐ สร้อยคำ)
ผู้ช่วยอธิการบดีฝ่ายการตลาดและสื่อสารองค์กร



คู่มืออัตลักษณ์ มหาวิทยาลัย
อุบลราชธานี ปรับปรุง พ.ศ. 2568

มหาวิทยาลัยชั้นนำในอาเซียน ทิพยกระตือรือร้นพัฒนาชีวิตให้แก่มวลมนุษยชาติ | A Leading University in ASEAN Enhancing the Quality of Life for Society



Prioritizing UBU : รักและทำเพื่อ UBU

Integrity : สุจริต โปร่งใส มีจริยธรรม Management by Fact : ทำงานด้วยข้อมูล Proactiveness : ทำงานเชิงรุก Accountability : รับผิดชอบต่อการดำเนินงานและสังคม

Creativity : คิดเป็น ทำงานสร้างสรรค์ Team Work : ทำงานเป็นทีม Stakeholders Focus : มุ่งเน้นผู้เรียนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย



คู่มือมาตรฐานการใช้งานอัตลักษณ์ มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

UON RATCHATHANI UNIVERSITY IDENTITY MANUAL

มหาวิทยาลัยชั้นนำในอาเซียน ที่ยกระดับคุณภาพชีวิตให้แก่มวลสังคม | A Leading University in ASEAN Enhancing the Quality of Life for Society



Prioritizing UBU : รักและทำเพื่อ UBU

Integrity : สุจริต โปร่งใส มีจริยธรรม Management by Fact : ทำงานด้วยข้อมูล Proactiveness : ทำงานเชิงรุก Accountability : รับผิดชอบต่อการดำเนินงานและสังคม

Creativity : คิดเป็น ทำงานสร้างสรรค์ Team Work : ทำงานเป็นทีม Stakeholders Focus : มุ่งเน้นผู้เรียนและผู้มีส่วนได้ส่วนเสีย

แนวทางการใช้สิทธิและอัตราส่วนในการออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
ของมหาวิทยาลัยอุบลราชธานี



อัตราส่วนการใช้สื่อออกแบบสื่อประชาสัมพันธ์
มหาวิทยาลัยอุบลราชธานี

สีเหลือง 80 %

สีน้ำเงิน 20 %

หากใช้สีชมพูไม่ เกิน 5 % ของการออกแบบ