



รายงานผลการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ 2567
สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กลยุทธ์ที่ 1 : ปรับบริการและผลิตภัณฑ์ที่ทันต่อตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

แผนปฏิบัติการ/กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)		ระยะเวลาในการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน
	ที่ได้รับ	ผลการใช้จ่าย		
1.ให้บริการเป็นที่ปรึกษาทางวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านพลังงานสะอาดและการจัดการก๊าซเรือนกระจกและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างความร่วมมือพัฒนาเทคโนโลยีด้านพลังงานทดแทนและสิ่งแวดล้อม	73.725 ล้านบาท (ได้รับจากแหล่งทุนภายนอก/หน่วยงานเอกชน/มช.)	76.742 ล้านบาท	ต.ค 66-ก.ย 67	สถาบันฯดำเนินงานวิจัยและบริการวิชาการจำนวน 60 โครงการ ก่อให้เกิดงบประมาณจากเงินรายได้ 73.725 ล้านบาท สร้างผลกระทบทางเศรษฐกิจ และร้อยละการลดคาร์บอนของ มช.เท่ากับ 45.52
2.สร้างแพคเกจการให้บริการเกี่ยวกับก๊าซเรือนกระจก	400,000	362,047	ต.ค 66-ก.ย 67	สถาบันฯได้สร้างผลิตภัณฑ์ใหม่ที่สามารถนำเสนอให้กับลูกค้า จำนวน 2 ผลิตภัณฑ์ และ ก่อให้เกิดรายได้เป็นมูลค่าเท่ากับ 6,926,000 บาท
3.เป็นหน่วยงานต้นแบบเรื่องการสร้างความเป็นกลางทางคาร์บอน	100,000	69,050	ต.ค 66-ก.ย 67	สถาบันฯได้รับการรับรอง CALO การตรวจวัด ระดับ Gold ส่วนการลดและชดเชย ได้รับการรับรองระดับBronze
4.เพิ่มศักยภาพของบุคลากรด้านความเป็นกลางทางคาร์บอน	250,000	220,410	ต.ค 66-ก.ย 67	สถาบันฯได้พัฒนาศักยภาพของบุคลากรกลุ่มเป้าหมายของสถาบันสำเร็จร้อยละ 100

กลยุทธ์ที่ 2 : การใช้เทคโนโลยีในการบริหาร ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

แผนปฏิบัติการ/กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)		ระยะเวลาในการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน
	แผน	ผลการใช้จ่าย		
1.ใช้ Digital platform ในการบริหารองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลและควบคุมการใช้ทรัพยากรในการดำเนินโครงการอย่างใกล้ชิด	ไม่ใช้งบประมาณ	0	ต.ค 66-ก.ย 67	ผู้อำนวยการได้นำระบบบริหารธุรกิจแบบอะมีบามาใช้ ปัจจุบันได้มีการสร้าง digital platform (google sheet และ google form) จำนวน 2 platform สำหรับบันทึกข้อมูลการดำเนินงานของ Amoeba กลุ่มต่างๆ เพื่อติดตามการบริหารงานของแต่ละกลุ่ม ด้วยการใช้เทคโนโลยีในการบริหาร ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

แผนปฏิบัติการ/กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)		ระยะเวลาในการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน
	แผน	ผลการใช้จ่าย		
2.เพิ่มศักยภาพของบุคลากรด้าน Digital	20,000	0 (เนื่องจากอบรมหลักสูตรของมช.)	ต.ค 66-ก.ย 67	พนักงานและหัวหน้าฝ่ายประเมินสมรรถนะของบุคลากรด้าน Digital แล้วและงานพัฒนาทรัพยากรบุคคลร่วมกับหัวหน้าฝ่ายจัดทำแผนพัฒนาบุคลากรแล้วเสร็จตามเป้าหมาย

กลยุทธ์ที่ 3 : การสร้างแบรนด์ ERDI-CMU ให้เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุม

แผนปฏิบัติการ	งบประมาณ (บาท)		ระยะเวลาในการดำเนินงาน	ผลการดำเนินงาน
	แผน	ผลการใช้จ่าย		
1.สร้างภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านสื่อโซเชียล	ไม่ใช้งบประมาณ	0	ม.ค 66-ก.ย 67	งานประชาสัมพันธ์ ร่วมกับ หัวหน้างานวิจัยฯ และหัวหน้างานกลุ่มหารายได้ ได้ร่วมกันวิเคราะห์กลุ่มเป้าหมาย ความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย ผลิตภัณฑ์ของสถาบัน จากนั้นได้ดำเนินการปรับปรุงเว็บไซต์ ให้มีความทันสมัย เข้าถึงได้ง่าย มีข้อมูลที่สอดคล้องกับความต้องการของกลุ่มเป้าหมาย แสดงกิจกรรมและการดำเนินงานของสถาบันที่เป็นปัจจุบัน และ จัดทำ VTR แล้ว 14 เรื่อง