



รายงานผลการดำเนินงาน ประจำปีงบประมาณ 2568

สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

กลยุทธ์ที่ 1 (S1) ปรับบริการและผลิตภัณฑ์ที่ทันต่อตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (SO1) มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ

แผนปฏิบัติการ/กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)	ผลการใช้จ่าย (บาท)	ระยะเวลาการ ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
1.ให้บริการเป็นที่ปรึกษาทางวิชาการที่มีความเชี่ยวชาญด้านพลังงานสะอาดและการจัดการก๊าซเรือนกระจกและสิ่งแวดล้อมที่เกี่ยวข้องทั้งภาครัฐและเอกชน เพื่อเพิ่มโอกาสในการสร้างความร่วมมือพัฒนาเทคโนโลยีด้านพลังงานทดแทนและสิ่งแวดล้อม	65,151,400	63,374,980	ต.ค. 67-ก.ย. 68	สถาบันฯดำเนินงานวิจัยและบริการวิชาการ จำนวน 59 โครงการ ก่อให้เกิดงบประมาณจากเงินรายได้ 65.151 ล้านบาท	ผู้อำนวยการ รองผู้อำนวยการ หัวหน้างานกลุ่มหารายได้
2.พัฒนาและปรับปรุงผลิตภัณฑ์	750,000	660,655	ต.ค. 67-ก.ย. 68	สถาบันฯดำเนินการพัฒนาหลักสูตรอบรมใหม่ด้านคาร์บอนที่สามารถนำเสนอให้กับลูกค้าได้ จำนวน 5 หลักสูตร	รองผู้อำนวยการ หัวหน้างานให้คำปรึกษาคาร์บอน
3.พัฒนาบุคลากรให้มีศักยภาพเพิ่มขึ้นผ่านการอบรมและปฏิบัติงานโครงการ	60,000*	55,112*	ต.ค. 67-ก.ย. 68	มีผู้ปฏิบัติงานปฏิบัติหน้าที่เป็นที่ปรึกษาด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์ระดับประเทศ จำนวน 21 คน และเป็นผู้ทวนสอบด้านคาร์บอนฟุตพริ้นท์จำนวน 5 คน มีบุคลากรที่ดำเนินงานโครงการด้านพลังงานไฮโดรเจน จำนวน 3 คน	งานทรัพยากรบุคคล หัวหน้างานทั้งหมด

หมายเหตุ * จำนวนเงินงบประมาณและผลการใช้จ่าย คิดเฉพาะจำนวนเงินที่สถาบันฯจ่าย ไม่นับรวมจำนวนเงินที่สถาบันฯได้รับสนับสนุนจากแหล่งทุนผ่านโครงการอบรมที่สถาบันฯเป็นผู้ดำเนินการ

กลยุทธ์ที่ 2 (S2) ใช้เทคโนโลยีในการบริหาร ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล
 วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (SO2) มีระบบการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ

แผนปฏิบัติการ/กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)	ผลการใช้จ่าย (บาท)	ระยะเวลาการ ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
1.ปรับปรุงDigital platform ในการบริหารองค์กรเพื่อเพิ่มประสิทธิภาพในการกำกับดูแลและควบคุมการใช้ทรัพยากรในการดำเนินโครงการอย่างใกล้ชิด	10,000	3,400	ต.ค. 67 - ก.ย. 68	สถาบันฯได้ปรับปรุง digital platform (google sheet) ที่นำไปใช้กับระบบบริหารธุรกิจแบบอะมีบาแล้วเสร็จและนำไปใช้งานจริง	ผู้อำนวยการ หัวหน้างานทั้งหมด
2. เพิ่มศักยภาพของบุคลากรด้าน Digital	30,000	18,388	ต.ค. 67 - ก.ย. 68	มีผู้ปฏิบัติงานด้านเทคโนโลยีสารสนเทศ ได้รับการอบรมการใช้ Canva Powerful for Presentationจำนวน 33 คน และอบรมความรู้เกี่ยวกับ AI จำนวน 2 คน	งานทรัพยากรบุคคล หัวหน้างานทั้งหมด

กลยุทธ์ที่ 3 (S3) สร้างแบรนด์ ERDI-CMU ให้เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุม
 วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์ (SO3) มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืนทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม

แผนปฏิบัติการ/กิจกรรม	งบประมาณ (บาท)	ผลการใช้จ่าย (บาท)	ระยะเวลาการ ดำเนินการ	ผลการดำเนินงาน	ผู้รับผิดชอบ
1.สร้างภาพลักษณ์และสร้างการรับรู้แบรนด์ผ่านสื่อโซเชียล	ไม่ใช้งบประมาณ (เนื่องจากงานประชาสัมพันธ์ปรับปรุงเอง)	0	ต.ค. 67 - ก.ย. 68	งานประชาสัมพันธ์ได้สร้างการรับรู้แบรนด์ (Brand Awareness) ผ่านสื่อโซเชียลมีเดียอย่างเป็นระบบ โดยนำองค์ความรู้เชิงเทคนิคด้านคาร์บอนและพลังงาน มาปรับรูปแบบให้เป็น 'คอนเทนต์ที่ย่อยง่าย ทันสมัย และเข้าถึงวิถีชีวิตของผู้คน' เช่น การทำสรุป Infographic, วิดีโอสั้น (Short-form Video) และการหยิบยกประเด็นที่เป็นกระแสสังคมมาอธิบายในมุมมองวิชาการ	รองผู้อำนวยการ หัวหน้างาน IT และ ประชาสัมพันธ์