

ยุทธศาสตร์การบริหาร
สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์
มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
ปีงบประมาณ 2566-2569

วิสัยทัศน์

“มุ่งสู่การเป็นสถาบันชั้นนำด้านพลังงานสะอาดเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน”

พันธกิจ

- 1) ผลิตผลงานวิจัยและสร้างนวัตกรรมด้านพลังงานสะอาด
- 2) ให้บริการวิชาการด้านพลังงานสะอาดที่มีผลกระทบสูงไปใช้ประโยชน์เพื่อพัฒนาเศรษฐกิจ สังคม สิ่งแวดล้อมและการพัฒนาที่ยั่งยืน
- 3) ขับเคลื่อนเป้าหมายยุทธศาสตร์ความเป็นกลางทางคาร์บอนของมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

ค่านิยม : ERDI CMU

E Energetic มีความกระตือรือร้น เปี่ยมพลัง

E Excellence ส่งมอบคุณค่าให้กับสังคมแบบคุณภาพสูง

สมรรถนะหลักของสถาบัน

ความเชี่ยวชาญด้านเทคโนโลยีพลังงานและสิ่งแวดล้อม

ยุทธศาสตร์/กลยุทธ์ สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

เพื่อให้สถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ บรรลุวิสัยทัศน์ “มุ่งสู่การเป็นสถาบันชั้นนำด้านพลังงานสะอาดเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน” จึงได้กำหนดกลยุทธ์การพัฒนาสถาบันวิจัยและพัฒนาพลังงานนครพิงค์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ไว้ 3 ประเด็นดังนี้

กลยุทธ์ที่ 1 : ปรับบริการและผลิตภัณฑ์ที่ทันต่อตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

กลยุทธ์ที่ 2 : ประยุกต์ใช้เทคโนโลยีในการบริหารและขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

กลยุทธ์ที่ 3 : สร้างแบรนด์ ERDI-CMU ให้เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุม



กลยุทธ์ที่ 1 ปรับบริการและผลิตภัณฑ์ที่ทันต่อตลาดที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็ว

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	เป้าหมายของยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			
			2566	2567	2568	2569
1.มีผลิตภัณฑ์และบริการที่ตอบสนองความต้องการของผู้รับบริการ	-สถาบันชั้นนำด้านพลังงานสะอาด -ยุทธศาสตร์ความเป็นกลางทางคาร์บอนของ มช. -ความมั่นคงทางการเงิน	-การเป็นหน่วยงานต้นแบบเรื่องการสร้างความเป็นกลางทางคาร์บอน/การนำไปสู่การลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจกสุทธิเป็นศูนย์ -ร้อยละของการลดคาร์บอนของ มช. -มูลค่ารายได้จากการดำเนินงานของสถาบัน (ล้านบาท) -ผลกระทบด้านเศรษฐกิจ สังคม และสิ่งแวดล้อม (สะสมล้านบาท)	ใบรับรอง	CFO และ CALO bronze	CFO และ CALO silver	CFO และ CALO gold
			45	50	55	60
			60	65	75*	80*
			-	200	-	500

กลยุทธ์ที่ 2 ใช้เทคโนโลยีในการบริหาร ขับเคลื่อนด้วยข้อมูล

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	เป้าหมายของยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			
			2566	2567	2568	2569
1.มีระบบการบริหารจัดการองค์กรที่มีประสิทธิภาพ	Net Income	-มูลค่ารายได้หลังหักค่าใช้จ่ายรวมทั้งหมดไม่น้อยกว่าร้อยละ	6	8	2.5*	5*

กลยุทธ์ที่ 3 สร้างแบรนด์ ERDI-CMU ให้เชื่อมโยงผลิตภัณฑ์และบริการที่ครอบคลุม

วัตถุประสงค์เชิงกลยุทธ์	เป้าหมายของยุทธศาสตร์	ตัวชี้วัด	ค่าเป้าหมาย			
			2566	2567	2568	2569
1.มุ่งสู่การเป็นองค์กรที่ยั่งยืนทั้งทางเศรษฐกิจ สังคมและสิ่งแวดล้อม	องค์กรที่ยั่งยืน	-ร้อยละการรับรู้ ERDI-CMU ผ่านเว็บไซต์และเฟซบุ๊กของสถาบันเพิ่มขึ้น	5	10	15	20

หมายเหตุ * ค่าเป้าหมายที่ได้รับการปรับแก้เมื่อวันที่ 30 กันยายน 2568