Utrzymanie ceny ciepła dla końcowego odbiorcy na poziomie nie wyższym niż cena ciepła
z alternatywnych źródeł

Poprawa wizerunku przedsiębiorstwa

Zatrzymanie odbiorców przyłączonych do sieci ciepłowniczej

Ograniczenie wydatków
na inwestycje odtworzeniowe

Przeprowadzenie zmiany struktury kapitału

Zmniejszenie środków finansowych
zamrożonych w należnościach

Zwiększenie udziału przychodów ze
sprzedaży ciepła z własnych źródeł
ko generacyjnych w przychodach ze sprzedaży ciepła ogółem

Zwiększanie NOPAT

Zwiększanie CFC

Zwiększanie EVA

Mapa strategii przedsiębiorstwa ciepłowniczego