

Polski rynek usług pocztowych w aspekcie członkostwa Polski w Unii Europejskiej

Rozdział I.

Rozwój usług pocztowych w ujęciu historycznym.....3

1. Geneza powstania poczty
2. Charakterystyka zmian po roku 1990

Rozdział II.

Charakterystyka usług oferowanych nabywcom.....10

1. Usługi o charakterze powszechnym
2. Usługi o charakterze umownym

Rozdział III.

Konkurencyjność Poczty Polskiej w stosunku do innych podmiotów gospodarczych działających w sektorze usług pocztowych.....19

1. Sytuacja Poczty Polskiej na rynku
2. Instrumenty konkurencji
3. Analiza SWOT dla wybranych usług
4. Rola marki w walce o dominującą pozycję w sektorze pocztowym

Rozdział IV.

Kierunki zmian.....34

1. Doskonalenie usług świadczonych przez Poczta Polską jako proces dostosowawczy do zmian rynku pocztowego

2. Direct Mail – czynnik zwiększający atrakcyjność oferty usługowej Poczty Polskiej
3. Rozwój usług finansowych

Zakończenie.....46

Wykaz tabel i rysunków

Bibliografia