

Intencją moją jako redaktora naukowego niniejszej książki było – po ponad dekadzie od wydania *Podstaw zarządzania zakładem opieki zdrowotnej* – odświeżenie i uzupełnienie poprzedniego materiału o nowe elementy. Okazało się jednak, że nie tylko nastąpiła zmiana Autorów, lecz także turbulentne otoczenie sprawiło, iż powstało zupełnie nowe dzieło, z nowymi treściami. Pozostawiłam rozdział z zakresu marketingu autorstwa **prof. Kazimierza Rogozińskiego**, bo przecież w tej materii podejście do marketingu relacyjnego jest niezmiennie. Autor jednak uznał za konieczne uzupełnienie tych treści o dwa kolejne rozdziały, tak obecnie istotne, dotyczące kształtowania się kultury organizacji usługowej i przejścia od kategorii jakości do kategorii wartości.

W tym miejscu muszę podkreślić specyficznie może poznański (wywodzący się z niemałego dorobku istniejącej przez ponad dwie dekady Katedry Usług, Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu, pod kierunkiem prof. Kazimierza Rogozińskiego) punkt interpretacji zarządzania w organizacjach usługowych. Interpretacji, która za punkt wyjścia przyjmuje marketing relacyjny, następnie dotyczy kształtowania kultury organizacji i marketingowego zarządzania jakością, aby na koniec pokazać istotę budowania wartości z klientem.

Niniejszy podręcznik, skonstruowany zgodnie z taką ideą przewodnią, po przedstawieniu uwarunkowań funkcjonowania podmiotów świadczących usługi medyczne, wprowadza czytelnika w zagadnienia zarządzania marketingowego, następnie jakości w usługach medycznych, kultury organizacji świadczącej usługi medyczne i dalej podąża w stronę wartości usługi.

Oczywiście pozycja z „zarządzaniem” w tytule ma także szersze aspiracje. Zaproszenie do grona Autorów **prof. Marii Węgrzyn** miało na celu zapewnienie fachowego przedstawienia kwestii związanych z zarządzaniem gospodarką finansową, a w jej ramach zagadnień finansowania świadczeń i alokacji środków finansowych w systemie.

Niewątpliwie każda praca zawsze mogłaby bardziej obszerna, jednakże – tworząc publikację praktyczne – na przykład wybrałam tylko najważniejsze wątki dotyczące aspektów prawnych. Nieoceniona przy pisaniu książki była pomoc praktyka – **mgr. inż. Jakuba Przybyły**, który jest nie tylko współautorem pozycji, lecz także jako dyrektor zakładu nakierowywał mnie i wskazywał praktyczne aspekty i problemy w zarządzaniu podmiotem.

Dziękując Autorom, przekazuję czytelnikom książkę, która, mam nadzieję, stanie się dla nich inspiracją przy pisaniu własnych prac naukowych lub wskazówką bądź instruktażem do doskonalenia zarządzania organizacjami świadczącymi usługi medyczne. Mam już pomysł na kolejne dzieło, szersze i bardziej dogłębnie traktujące kwestie zarządzania, wpisane w odpowiedni kontekst interpretacyjny.

Pozycję tę dedykuję szczególnie personelowi medycznemu, mając nadzieję, że my wszyscy – jako pacjenci – odczujemy zbawienny wpływ marketingu relacyjnego na przywracanie symetryczności w relacjach pacjent – personel medyczny.