

за заг. ред. чл.-кор. НАН України В. С. Загорського, доц. А. В. Ліпенцева. – Львів : ЛРІДУ НАДУ, 2015. – Вип. 43. – С. 250–258.

2. Про Стратегію державної політики сприяння розвитку громадянського суспільства в Україні : Указ Президента України від 24 берез. 2012 р. № 212/2012 // Офіц. вісн. України. – 2012. – № 26. – Ст. 966, с. 17.

3. Про молодіжні та дитячі громадські організації : Закон України від 1 груд. 1998 р. № 281-XIV // ВВР України, 1999. – №1. – Ст. 2.

4. Про особисте селянське господарство : Закон України від 15.05.2003 р. № 742-IV // Відомості Верховної Ради України, 2003. – № 29. – Ст. 232.

5. Про рекламу : Закон України від 3 лип. 1996 р. № 270/96-ВР // ВВР України. – 1996. – № 39. – Ст. 181.

Afanasieva Yu. V. Ways to improve the legal mechanism of state regulation of demographic processes in Ukraine.

On the basis of the analysis of normative and legal framework of state regulation of demographic processes the author suggests the ways to improve the legal mechanism of state regulation of demographic processes in Ukraine.

Key words: state regulation of demographic processes, legal mechanism of state regulation of demographic processes, social institution of family.

Надійшла до редколегії 11.11.2015 р.

УДК 35.075.5: 338.48 (477.86)

А. І. Гуменюк,

*заступник начальника управління-
начальник відділу планування та інформаційного забезпечення
управління податкового аудиту ДПІ в місті Івано-Франківську,
м. Івано-Франківськ*

ОСОБЛИВОСТІ УДОСКОНАЛЕННЯ РЕГІОНАЛЬНОГО УПРАВЛІННЯ ІННОВАЦІЙНОЮ ДІЯЛЬНІСТЮ (на прикладі Івано-Франківської області)

Досліджено запровадження інновації моделей розвитку туристичної галузі. Розглянуто сферу туризму як важливу частину економіки будь-якої демократичної держави. Відсутність фінансової відповідальності перед туристами та державою, тіньові махінації, обман клієнтів – усе це шкодить інтересам галузі та іміджу України.

Ключові слова: інновації, оптимізація моделей, розвиток туристичної галузі, інноваційні технології, виробничо-технологічний сектор, туристично-рекреаційний комплекс, туристична сфера.

Найгострішою проблемою для економіки України є вдосконалення існуючої інноваційної системи і надання їй нормальної, цивілізованої спрямованості. Інноваційна діяльність охоплює багато учасників (організацій) і має свою інфраструктуру. Її здійснюють на державному рівні, у регіональних і галузевих сферах, місцевих формуваннях. Всі учасники(організацій) мають свої цілі і формують організаційні структури для їх досягнення. Інноваційна активність великих і дрібних організацій відрізняється одна від іншої, що зумовлено різною стратегією їх діяльності.

Важливість інноваційної діяльності на сучасному етапі в розвитку туризму як України, так і Івано-Франківської області переоцінити неможливо. Адже саме завдяки інноваціям повинно бути досягнуто економічне зростання туристичної галузі вже в найближчій перспективі.

Окремі аспекти запровадження інновацій при оптимізації моделей розвитку туристичної галузі висвітлені в працях Н. Іванова [1], С. Мельниченко, Л. Мельниченко [2], П. Сорокин [4], Н. Фоменко [5], І. Цигилик, С. Кропельницька, О. Мозіль, І. Ткачук [6], Е. Щепанський [7].

Мета статті полягає в запровадженні інновацій при оптимізації моделей розвитку туристичної галузі регіону.

Галузь туризму є важливою частиною економіки будь-якої демократичної держави, а в наших умовах має важливе значення у соціально-економічних перетвореннях. Недооцінювання необхідності використання нових технологій для організації туризму призведе до втрати можливостей використання цього сектора у збільшенні благополуччя нашої країни, зростанні економіки.

У процесі розвитку ринкових відносин в Україні туризм стає однією з небагатьох сфер бізнесу, що викликає значну зацікавленість серед українських підприємців. По-перше, туристична діяльність, за своєю сутністю є посередницькою діяльністю і не потребує значних інвестицій для започаткування бізнесу. По-друге, на туристичному ринку можливі вигідні взаємовідносини між великими, середніми та малими туристичними підприємствами. По-третє, туризм є перспективною галуззю, оскільки задовольняє постійно зростаючий попит населення України на якісний відпочинок у провідних туристично-рекреаційних комплексах світу і має тенденції до подальшого зростання. Україна, зі свого боку, володіє значним туристично-рекреаційним потенціалом і має всі передумови, щоб увійти до найрозвиненіших у туристичному відношенні країн світу [6].

У сучасному світі ринок диктує закони, згідно з якими всі його учасники повинні мати рівні права та нести однакову відповідальність. Відсутність фінансової відповідальності перед туристами та державою, тіньові махінації, обман клієнтів – все це шкодить інтересам галузі та іміджу України.

Метою має бути визначення ролі туристичних товарів і послуг в сучасній економіці та окреслення інноваційних напрямів їхнього розвитку на світовому рівні та в Україні, який представляє собою об'єднані сфери створення та економічного освоєння нових технологій, які містять високий потенціал саморозвитку та сприяють інтеграції національних господарств у світову економіку.

На сьогодні можна визначити такі світові тенденції розвитку інноваційної діяльності [1, с. 54–60]: проблеми освоєння інноваційних технологій є ключовими для більшості розвинених країн; інтелектуальний продукт досліджень є першоосновою виробничих інновацій; сформувався вид товару як результат інтелектуальної діяльності; розвивається ринок технологій і ліцензій; система охорони промислової діяльності є обов'язковим атрибутом розвинених держав.

Виробничо-технологічний сектор світової економіки та промисловість, особливо у сфері високих технологій, стають за своїм змістом глобальними:

– найбільш актуальна тематика наукових досліджень представлена розробками у сфері інформаційних технологій та захисту навколишнього середовища (важливе місце відведено дослідженням у сфері живої матерії, включаючи медичну тематику, і технологіям розробки альтернативних джерел енергії та енергозбереження);

– прогрес у технологіях переробки інформації, системах телекомунікації та фінансових технологій веде за собою формування єдиного світового ринку товарів, капіталу та праці. Становище країни в геополітичній конкуренції у XXI ст. визначає освіта і здоров'я населення, розвиток науки, можливості інформаційного середовища, розвиток ключових виробничо-технологічних систем новітнього технологічного укладу, здатність господарського механізму генерувати високу інноваційну активність, стан системи освіти і охорони здоров'я.

До тенденцій, які можна спостерігати сьогодні в розвитку глобальних та макроекономічних умов, що сприяють технологічному прогресу і будуть дієвими протягом найближчих десятиріч, відносять наступні: постійне зростання продуктивності праці, оскільки конкуренція сприяє нововведенням; послаблення обмеження дій ринкових сил; зниження ступеня державного регулювання; подальша лібералізація світової торгівлі, розвиток практики зарубіжних інвестицій та міжнародного обміну технологіями; інтеграція зростаючої кількості країн, у тому числі й тих, що мають великі внутрішні ринки, в світову економіку. При цьому потрібно враховувати той факт, що наявність даних тенденцій не може автоматично призвести до широкого розповсюдження в економіці України наукоємного виробництва та високих технологій. Для цього необхідні створення та всебічна підтримка механізму науково-технологічного розвитку як системи взаємовідносин між державою, науково-технологічною сферою та ринковими силами, покликаних забезпечити постійне вдосконалення та оновлення технологічної бази виробництва.

Важливе значення для країни та її населення мають інновації у споживчому секторі економіки, який слугує задоволенню потреб населення в товарах та послугах. Саме тут проявляється соціально-економічна ефективність господарської та інноваційної діяльності, її кінцевий результат [5, с. 153–160].

Проведені науковцями дослідження дозволяють виявити певні закономірності розвитку споживчого сектора [2, с. 55–62]:

– він відіграє провідну роль у структурі економіки – забезпечує відтворення людського капіталу і споживає основну частину ВВП;

– у ньому відбивається взаємодія всіх рівнів відтворення, галузей економіки, форм власності, ринкового і неринкового секторів економіки;

– цей сектор став першоджерелом економічного зростання, розширеного відтворення; динаміка споживчого сектора здійснюється закономірно нерівномірно, циклічно: періоди швидкого зростання змінюються періодами стагнації і навіть скороченням під час економічної кризи та природних катаклізмів;

– він є першоджерелом інноваційного оновлення економіки;

– спадковий генотип споживчого сектора є стійким, зберігається протягом тисячоліть, постійно розширюючись від покоління до покоління;

- він здатний модифікуватися зі зміною технологічних та економічних засобів виробництва, технологічних укладів, поколінь техніки та технологій;
- у ньому здійснюється інтенсивний відбір товарів і послуг.

Під час прогнозування й визначення інноваційної стратегії розвитку туризму, проведення маркетингових досліджень ринку туристичних послуг необхідно враховувати як дію вищезазначених закономірностей розвитку споживчого ринку, так і тенденції його інноваційного оновлення, а саме характеристику трьох хвиль базових інновацій у ХХ ст., які радикально змінили структуру ринку та пов'язані із засвоєнням і розповсюдженням технологічних укладів. Дані хвилі чітко виражені в країнах Заходу. Початок бурхливого розвитку туризму припадає на третю хвилю базових інновацій – 80-ті–90-ті рр. ХХ ст., і пов'язаний він із освоєнням п'ятого технологічного укладу (домашні комп'ютери, Інтернет, мобільний зв'язок, біотехнології, генетично модифіковані продукти, лікарські препарати, розвиток туристичних послуг). Туристично-рекреаційний комплекс як важлива складова національної економіки набуває все більшого значення та швидко інтегрується у світову туристичну індустрію. Її розвиток впливає на такі сфери економіки як транспорт, сільське господарство, торгівля, зв'язок, будівництво і є одним з найбільш перспективних напрямків структурної переорієнтації економіки. Збільшення ролі туризму в житті сучасного суспільства пов'язано з перерозподілом виробництва, перенасиченням ринку товарами повсякденного попиту, підвищенням рівня життя населення, чітким виділенням середнього класу суспільства і вивільненням у населення часу, який можна витратити на дозвілля. Зацікавленість країн у розвитку туризму пов'язана з наступними особливостями [3]:

- менша, порівняно з сучасними промисловими галузями, капіталоемність;
- здатність забезпечувати нові робочі місця, підвищуючи зайнятість населення;
- задовільний вплив на економіку регіонів; приплив іноземної валюти і, відповідно, задовільний вплив на сальдо платіжного балансу та ін.

Є низка причин відставання та недосконалого функціонування туристичної галузі в Україні, як-от: відсутність механізмів регулювання українського ринку туристичних послуг, застосування різних форм стимулювання туристичної діяльності суб'єктів підприємництва; відсутність програм розвитку окремих туристично-рекреаційних комплексів.

На нашу думку, основними перешкодами для інновацій у туристичному бізнесі є небажання знизити опір інноваціям всередині самих організацій та непорушність комунікаційних бар'єрів між вченими та управлінцями.

Для організацій у туристичній галузі продуктова інновація є визначальною і часто первинною, яка викликає в циклі інноваційних перетворень необхідність проведення технологічних та інших нововведень. Продуктова інновація – нова продукція, яка споживається у сфері виробництва (у вигляді засобів праці) або у сфері споживання (як предмет споживання чи праці).

Можна виділити два основні типи інновацій, які відносять до туристичної галузі: поліпшуючі, при яких проходить оновлення окремих параметрів туристичного продукту, не змінюючи його сутності; проривні, які спричиняють перехід на новий, більш високий рівень розробки і виробництва.

Інноваційність продукту надає йому додаткову цінність в очах споживачів, оскільки додаткові споживчі властивості, які відповідають очікуванням споживачів, стають важливим ціновим чинником, здатним принести додаткову вигоду бізнесу, котрий випускає даний продукт на ринок [4].

Показниками успіху інновацій у туризмі є наступні [209]: готовність до практичного використання інновацій; ефективна кадрова політика; необхідність співробітництва вчених та керівництва туристичних підприємств, установ і організацій у процесі розроблення та впровадження інновацій та об'єктивний відбір інноваційних програм.

Обов'язковою складовою успіху в діяльності туристичного підприємства повинен бути також процес планування науково-технологічної роботи, що повинен включати: встановлення конкретних цілей наукових досліджень; узгодження їх організації з головними довгостроковими технологічними небезпеками та перспективами; розробка загальної ділової стратегії, частиною якої є наукові дослідження; розробка процедури оцінки науково-дослідних проектів у світлі цілей та можливостей компанії; організація наукових досліджень і виробництва так, щоб забезпечити максимальне переміщення технології із сфери наукових досліджень у практику.

Для подальшого розвитку даної галузі потрібна довгострокова цільова державна інноваційна програма та відповідні регіональні програми щодо модернізації технологічної бази міжнародного і внутрішнього туризму, виконання якої дозволить:

- побудувати чи модернізувати мережу готелів, ресторанів;- розвивати туристично-транспортні маршрути;
- розбудувати річковий туристичний флот;
- забезпечити маршрути сучасними засобами зв'язку, транспортного обслуговування;
- поліпшити якість доріг та дорожнього сервісу для автотуристів;- підвищити безпеку перебування іноземних туристів у країні;
- створити портали і сайти Інтернету, мультимедійні диски туристичних маршрутів, культурно-історичних центрів, природних ландшафтів, заповідників та ін.

На нашу думку, необхідно використовувати вагому частку доходів від туризму для розвитку інфраструктури туризму, підтримки закладів культури, збереження і реставрації культурно-історичних пам'яток.

Одним із стратегічних напрямів розвитку туристичної галузі України є формування туристично-рекреаційного комплексу регіонів. Туристично-рекреаційний комплекс об'єднує систему туристично-рекреаційних закладів, підприємства, що їх обслуговують, інфраструктури та інші галузі, які мають тісні виробничі та економічні зв'язки, спільно використовують ресурси з метою задоволення різноманітних оздоровчих, пізнавальних, культурних та інших потреб населення.

На сьогодні перед науковцями постають наступні завдання: розробка регіональних програм розвитку окремих туристично-рекреаційних комплексів; формування системи стимулювання господарської діяльності суб'єктів підприємництва; розробка методичного інструментарію для застосування при

аналізі передумов, можливостей і доцільності створення та функціонування суб'єктів господарювання туристично-рекреаційного спрямування; визначення пріоритетних напрямів вдосконалення механізму державного регулювання розвитку туристичної галузі.

Одним з напрямків реалізації стратегії повинно стати інформаційне забезпечення цивілізованого туризму (історичного, культурного, екологічного та освітнього) та вміння застосовувати інструменти інноваційного маркетингу.

Професіонали в галузі маркетингу та реклами туристичної галузі шукають можливість захоплення нових інформаційно-рекламних ринків. Електронний канал маркетингу та збуту – занадто загальне поняття. У сітках присутній цілий ряд служб, які дозволяють його реалізувати.

При організації роботи з продуктовими інноваціями слід також направляти зусилля на вирішення проблем управління технологічними інноваціями в туризмі, серед яких виділяють: вплив технологічних нововведень на ефективність туристичного бізнесу; проблеми управління в умовах технологічних інновацій; стратегії розвитку бізнесу на базі нових технологій; дослідження і розробки у сфері розвитку світового туристичного бізнесу; проблеми і перспективи управління проектами.

Сьогодні практично не існує туристичних підприємств, які не використовують комп'ютерні технології у повсякденній діяльності. Вони активно освоюють новітні інформаційні технології – наприклад, відкривають власні сайти у мережі Internet, через котрі клієнт одержує змогу не тільки переглянути інформацію, що його зацікавила, але й відразу відправити замовлення на бронювання туристичного продукту, що сподобався. Замовлення відразу надходить менеджеріві з продажу.

Отже, сьогодні, коли інформаційні технології дають широкі можливості для ефективнішого розвитку бізнесу, менеджерам потрібно використовувати їх як трамплін на вищі рівні бізнесу.

На туристичному ринку появилися нові тенденції, які виявляються в наступному: експансія виїзного туризму; зміна вікової структури туристів; зміна стереотипів поведінки туристів; зміна частоти і тривалості туристичних поїздок; інтенсифікація туристичного відпочинку; підвищення вимог туристів до рівня сервісу; розширення кола потенційних споживачів туристичних послуг; спеціалізація й індивідуалізація попиту.

Вплив цих факторів приводить до того, що інновації в українських умовах стають для туристичних підприємств головним засобом виживання на ринку. У рамках роботи в цій сфері рекомендується: визначення товарів і послуг, які замінюють старі, впровадження інновацій у всіх інших сферах діяльності підприємств; виявлення тих видів товарів і послуг, які забезпечать бажану частку ринку; збалансування коротко- і довгострокових програм інновацій (як збільшити прибуток, яким чином ефективно використовувати наявні засоби).

Аналіз наукової літератури дозволяє виділити такі основні типи інновацій у виробництві і наданні туристичних послуг: комплексні, такі, що охоплюють одночасно різні аспекти і сторони сервісної діяльності; організаційно-технологічні, пов'язані з новим виглядом. Виділяють такі основні типи інновацій у виробництві і

наданні туристичних послуг: комплексні, такі, що охоплюють одночасно різні аспекти і сторони сервісної діяльності; організаційно-технологічні, пов'язані з новим виглядом послуг, ефективнішими формами обслуговування й організаційними нормами праці; технічні, пов'язані з впровадженням нового вигляду техніки, пристосувань, інструментів, а також техніко-технологічних прийомів праці в обслуговуванні; управлінські, орієнтовані на вдосконалення внутрішніх і зовнішніх зв'язків організації, що використовують методи і форми менеджменту.

При запровадженні нововведень туристичним підприємством вибирається одна з типових стратегій інновацій: залучення фахівців-розробників; захисна та наступальна стратегії; поглинальна та проміжна стратегії; розбійницька та стратегія створення ринку.

Як правило, процес інновації охоплює різні сторони виробничої, маркетингової, організаційно-технологічної та управлінської діяльності незалежно від того, як впровадження позначають самі менеджери і в яких структурних підрозділах вони його відпрацьовують.

Важливо відзначити, що при розробці інноваційної програми можна використовувати низку принципів відбору першочергових нововведень: принцип важливості; принцип відриву показників; принцип екологічності; принцип заповнення вакууму; принцип мінімуму капітальних вкладень.

Важливими є аспекти оцінювання доцільності інноваційної діяльності в туризмі. У зв'язку з цим можна сформулювати три критерії успіху інновацій у туризмі: ефективна кадрова політика; необхідність співпраці учених і керівництва туристичних підприємств у процесі розробки і впровадження інновацій; об'єктивний відбір інноваційних програм. Важливо відзначити, що однією з причин невдач деяких туристичних підприємств області у сфері інновацій є надмірний консерватизм.

Проводячи дослідження, необхідно спиратися на два типи інновацій: поліпшувальні, за яких відбувається оновлення окремих параметрів туристичного продукту, не змінюючи його суті; проривні – перехід на вищий рівень розробки і виробництва туристичного продукту в цілому.

Основними напрямками в інноваційній діяльності туристичних підприємств є: використання нової техніки і технологій в наданні традиційних послуг; виявлення і використання нових ринків збуту туристичних послуг і товарів; впровадження нових послуг з новими властивостями; зміни в організації виробництва і споживання традиційних туристичних послуг тощо.

Аналіз досвіду формування територіальної туристичної галузі дає змогу виділити п'ять стадій його розвитку. На першій стадії відбувається вибіркоче освоєння ресурсів і створення локальних туристичних об'єктів. На другій стадії, коли територія вже якийсь час використовується в туристичних цілях, складається група туристичних установ. На третій стадії створюються або залучаються до туристичного обслуговування вже існуючі підприємства різних супутніх сфер господарювання, наприклад, культурно-побутового обслуговування. Четверта стадія характеризується розширенням видів туристичної діяльності, утворенням нових туристичних і супутніх підприємств. Територіальний туристично-рекреаційний комплекс, що в результаті формується, може змінити свій первинний

профіль. На завершальній, п'ятій, стадії розвитку перебувають комплекси зі спеціалізацією, що склалася, і певним поєднанням підприємств і інфраструктури.

Туризм в більшості випадків виступає у ролі “каталізатора” регіонального розвитку. Залучення до туристичного використання нових територій сприяє розвитку малозаселених й економічно відсталих районів.

Підвищення ефективності регіональної економіки неможливе без інтеграції України у світове господарство. Забезпечити динамічний розвиток туризму переважно можуть прямі іноземні інвестиції. Але це вимагає активної політики з боку держави. Зусилля мають бути спрямовані на створення умов для розвитку потужних транснаціональних туристичних корпорацій, які стануть основою для будівництва територіальної інфраструктури вітчизняної економіки туризму.

Туристична галузь, хоч і дуже повільними кроками, починає збільшувати свої показники. Від того, яким шляхом піде зараз розвиток галузі, залежить все її майбутнє зокрема та майбутнє економіки, а, отже, і життя України в цілому. Україна має все необхідне для того, щоб стати туристичною державою. Велика кількість відпочинкових зон властива далеко не кожній країні.

Але цей потенціал використовується все ще не на повну силу. Туристична галузь в Україні має всі передумови для потужного розвитку та входження в цивілізований світовий ринок послуг за умови врахування тенденцій та принципів інноваційного розвитку. Для цього на рівні окремих туристичних підприємств необхідно формувати інноваційні стратегії розвитку, використовуючи сучасні технології та залучаючи науку до реформування та технологічного перетворення внутрішнього та міжнародного туризму, яке забезпечить повніше використання вітчизняного туристичного потенціалу і притік коштів для соціокультурної сфери та для розвитку регіонів.

Досліджуючи стан розвитку туризму в Україні, робимо висновок, що стратегічним інноваційним пріоритетом у даній галузі має бути технологічне перетворення внутрішнього та міжнародного туризму, яке забезпечить більш повне використання вітчизняного туристичного потенціалу і притік коштів для соціокультурної сфери та розвитку регіонів.

На основі теоретичних узагальнень доведено інноваційну значимість національного туристичного брендингу як процесу формування унікального бренду регіону, що підтримується державними інституціями, представниками туристичного бізнесу та громадськістю, з метою привертання уваги потенційних туристів, їх обслуговування, формування та утримання позитивного туристичного образу та туристичного іміджу держави в цілому.

Література:

1. *Іванова Н.* Инновационная сфера: контуры будущего / Н. Иванова // Мировая экономика и международные отношения. – 2000. – № 8. – С. 54–60.
2. *Мельниченко С. В.* Державне регулювання діяльності підприємств туристичної сфери / Мельниченко С. В., Мельниченко Л. В. // Фінанси України. – 2004. – № 11. – С. 55–62.
3. *Фоменко Н. В.* Рекреаційні ресурси та курортологія : навч. посіб. / Н. В. Фоменко. – К. : Центр навч. літ., 2007. – 312 с.
4. *Економіка й організація інноваційної діяльності* : навч. посіб. / Цигилик І. І., Кропельницька С. О., Мозіль О. І., Ткачук І. Г. – К. : Центр навч. літ., 2004. – 128 с.

5. Щепанський Е. В. Світовий досвід організації туристично-рекреаційної діяльності / Е. В. Щепанський // Вісн. Хмельн. ін-ту регіон. управління та права. – Хмельницький, 2002. – № 4. – С. 153–160.

6. http://elartu.tntu.edu.ua/bitstream/123456789/1809/7/Nahomyak_Golovko_COVER.png.

Gumenuk A. I. Features of improving regional innovation management (based on the example of Ivano-Frankivsk region).

In the article the introduction of innovations for tourism development models is studied. Tourism industry as an important part of economy of any democratic state is analyzed. Lack of financial responsibility to the tourists and the state, shadow double-dealing, deception of customers - all these harm interests of the industry and image of Ukraine.

Key words: innovation, optimization of models, development of tourism industry, innovative technology, industrial and technological sector, tourist and recreational complex, a tourist area.

Надійшла до редколегії 16.11.2015 р.

УДК 351.773

О. В. Худошина,

*аспірант кафедри управління охороною суспільного здоров'я
НАДУ при Президентіві України,
м. Київ*

АДМІНІСТРАТИВНО-ПРАВОВІ ВАЖЕЛІ ДЕРЖАВНОГО РЕГУЛЮВАННЯ ЛІЦЕНЗУВАННЯ ГОСПОДАРСЬКОЇ ДІЯЛЬНОСТІ З МЕДИЧНОЇ ПРАКТИКИ

На основі аналізу нормативно-правових актів розкрито адміністративно-правові важелі державного регулювання ліцензування господарської діяльності з медичної практики в Україні. Автор робить акцент на спільній відповідальності держави і суб'єктів господарювання та чіткому розподілі повноважень між профільним міністерством і суб'єктами господарювання, які здійснюють господарську діяльність з медичної практики.

Ключові слова: ліцензування, господарська діяльність, медична практика, державний контроль.

У сучасних трансформаційних умовах перед українською державою, як ніколи гостро, постає питання забезпечення конституційного права людини на охорону здоров'я. У демократичному суспільстві якісна медична допомога може бути забезпечена лише за умови спільної відповідальності, як з боку профільного міністерства, так і з боку суб'єктів господарювання, які здійснюють господарську діяльність з медичної практики.

Ця спільна відповідальність має базуватися на чіткому розподілі повноважень між державою та суб'єктами господарювання. Так, з метою збереження і зміцнення здоров'я населення, з боку держави повинен відбуватись відповідний нагляд та контроль за суб'єктами господарювання, які здійснюють провадження господарської діяльності з медичної практики. Цей контроль забезпечує система ліцензування.