



# CONSILIUL MUNICIPAL CHIȘINĂU

## DECIZIE

Nr. 3/13

din 19 mai 2015

Cu privire la aprobarea Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău pentru anii 2015-2020

PENTRU CONFORMITATE  
ȘEFUL SECȚIEI PROCEE VERBAL A PRIMĂRIEI MUNICIPIULUI CHIȘINĂU

*Pănzaru J.*  
(numele de familie, prenumele)  
21.05.2015

Întru executarea prevederilor Legii nr. 231 din 23.09.2010 „Cu privire la comerțul interior”, pct. 3 al Hotărârii Guvernului Republicii Moldova nr. 948 din 25.11.2013 „Cu privire la aprobarea Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020 și a Planului de acțiuni pentru anii 2014-2020 privind implementarea acesteia”, având în vedere importanța comerțului pentru dezvoltarea socio-economică a municipiului Chișinău, definitivarea obiectivelor strategice și direcțiile principale de acțiune pentru atingerea acestor obiective, în temeiul art. 14(2) lit. a), art. 19(4) și art. 20(5) din Legea nr. 436-XVI din 28.12.2006 „Privind administrația publică locală”, Consiliul municipal Chișinău DECIDE:

1. Se aprobă :

1.1. Strategia de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău pentru anii 2015-2020, conform anexei nr. 1.

1.2. Planul de management al implementării Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău pentru anii 2015-2020, conform anexei nr. 2.

2. Direcțiile generale și direcțiile Consiliului municipal Chișinău, precum și serviciile indicate în Planul de management al implementării Strategiei, vor întreprinde măsurile de rigoare pentru realizarea acțiunilor stabilite.

3. Direcția relații publice (dl Vadim Brânzaniuc) va asigura mediatizarea prezentei decizii.

4. Controlul asupra executării prezentei decizii se pune în sarcina Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii (dl Marcel Zambitchi).

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ

CONTRASEMNAT:  
SECRETAR AL



*I. Zuputche*  
*V.D. ...*

Igor Lupuleiuc

Valeriu Didencu





Consiliul Municipal Chișinău

**STRATEGIA DE DEZVOLTARE A COMERȚULUI INTERIOR ÎN MUNICIPIUL  
CHIȘINĂU PENTRU ANII 2015 -2020**



Chișinău, 2015

## **CONSILIUL PARTICIPATIV LOCAL:**

- PREȘEDINTELE COMISIEI** – Marcel Zambîțchi – șef interimar al Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii;
- VICEPREȘEDINTELE COMISIEI** – Valentina Constantinov – șef adjunct al Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii;
- SECRETARIATUL COMISIEI** – Victor Prodan – șef de secție în cadrul Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii;

## **MEMBRII COMISIEI:**

- Larisa Gheorghîță - șef de secție în cadrul DGCAPPS;
- Larisa Osoianu - șef de secție în cadrul DGCAPPS;
- Marcela Donțu - șef de secție în cadrul DGCAPPS.

**ECHIPA DE EXPERȚI : BUTNARU V., magistrul în drept - *expert planificare strategică și dezvoltare regională***  
**TOFAN T. dr., conf. univ. – *expert planificare strategică și dezvoltare regională***

## CUVÂNT ÎNAINTE

În zilele noastre, comerțul joacă un rol important în dezvoltarea economică a municipiului Chișinău și a întregii republici. În primul rând comerțul este ramura care asigură populația cu mărfuri și servicii, dar nu putem să trecem peste atribuția ce îi revine comerțului în completarea bugetului municipal și a celui republican, care asigură stabilitatea financiară a unui stat, creează condiții de dezvoltare a compartimentelor sociale: sănătate, asistență socială, învățământ, cultură și sport etc.

O altă sferă de influență a comerțului este schimbul cultural și științific, pentru că încă din timpurile străvechi comerțul era pârghia ce unea diverse orașe și țările lumii. Pe de altă parte comerțul mai înseamnă și multiple locuri de muncă, acestea fiind primul pas pentru antreprenori până a trece în alte domenii de activitate economică.

Strategia de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău pentru anii 2015 – 2020 este principalul document strategic ce trasează direcțiile prioritare în dezvoltarea și orientarea socială a comerțului interior și impune abordarea sistemică a procesului de implementare a politicilor publice aferente activităților din comerț. Documentul reprezintă cadrul strategic de politici pe termen mediu pentru dezvoltarea activităților de comercializare a produselor și serviciilor pe teritoriul municipiului Chișinău și vine să modifice conceptul existent al comerțului interior.

Obiectivele de bază ale Strategiei vizează creșterea eficienței reglementării comerțului interior, sporirea competitivității produselor/serviciilor plasate pe piață, îmbunătățirea infrastructurii comerciale în teritoriu, în special în localitățile rurale, modernizarea formelor de distribuție și comercializare a produselor/serviciilor, asigurarea comerțului cu forță de muncă calificată în continuă perfecționare. Acestea vor conduce la reducerea efectivă a costurilor operaționale și, respectiv, consumatorii vor beneficia de bunuri și servicii la prețuri accesibile.

Elaborarea Strategiei a fost condiționată de necesitatea sistematizării acțiunilor întreprinse, orientate spre stimularea comerțului organizat și legal într-un mediu concurențial sănătos și direcționarea lor spre satisfacerea nevoilor sociale și economice ale consumatorilor.

Marcel Zambîțchi,  
șef interimar al Direcției generale comerț,  
alimentație publică și prestări servicii,  
doctor în economie

## CUPRINS:

CUVÎNT ÎNAINTE .....	
I. DEZVOLTAREA COMERȚULUI INTERIOR ÎN REPUBLICA MOLDOVA. PREZENTARE GENERALĂ .....	
II. PROFILUL DEZVOLTĂRII COMERȚULUI INTERIOR ÎN MUNICIPIUL CHIȘINĂU.....	
1. REȚEAUA UNITĂȚILOR COMERCIALE.....	
2. COMERCIALIZAREA CU AMĂNUNTUL A BĂUTURILOR ALCOOLICE ȘI A ARTICOLELOR DIN TUTUN .....	
3. ACTIVITĂȚILE PIETELOR AUTORIZATE .....	
4. COMERȚUL STRADAL NEAUTORIZAT .....	
III. ANALIZA SWOT A SFEREI COMERȚULUI INTERIOR ÎN MUNICIPIUL CHIȘINĂU.....	
IV. STRATEGIA PRIVIND DEZVOLTAREA COMERȚULUI INTERIOR ÎN MUNICIPIUL CHIȘINĂU .....	
V. IMPLEMENTARE ȘI MONITORIZARE, IMPACTUL IMPLEMENTĂRII STRATEGIEI.....	
VI. METODOLOGIA DE ELABORARE A STRATEGIEI.....	
VII. CONSOLIDAREA CAPACITĂȚII INSTITUȚIONALE.....	

## **LISTA DE ABREVIERI:**

**AAPL** - Autoritatea Administrației Publice Locale

**CMC** - Consiliul Municipal Chișinău

**HG** - Hotărârea de Guvern

**IMM** - Întreprinderi Mici și Mijlocii

**ONG** - Organizație Neguvernamentală

**OSC** - Orientările Strategice Comunitare

**PUG** - Planul Urbanistic General

**SWOT** - Strengths, Weaknesses, Opportunities, Threats

**UAT** - Unitate Administrativ- Teritorială

**UE** - Uniunea Europeană

**Direcția generală CAPPS** - Direcția generală comerț, alimentație publică și prestări servicii

## I. DEZVOLTAREA COMERȚULUI INTERIOR ÎN REPUBLICA MOLDOVA. PREZENTARE GENERALĂ

Noțiunea de comerț are un conținut complex, determinând o funcție economică ce constă în a cumpăra materii prime sau produse pentru a le revinde în același stadiu fizic, dar în condiții convenabile consumatorilor. În același timp, aceeași noțiune definește profesiunea unui corp de agenți economici care acționează în cadrul pieței, asigurând actele de schimb.

Sub aspect juridic, noțiunea de comerț definește transferul titlurilor de proprietate asupra materialelor sau serviciilor, precum și prestațiile de servicii realizate între diferitele stadii ale producției sau direct între producător și consumator care, de asemenea, se consideră că reprezintă acte de comerț.

Strategia de dezvoltare a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020 reprezintă documentul de politici publice pe termen mediu vizând dezvoltarea pe teritoriul țării a activităților de comercializare a produselor și serviciilor, care cad sub incidența Legii nr. 231 din 23 septembrie 2010 cu privire la comerțul interior. Strategia trasează direcțiile prioritare în dezvoltarea și orientarea socială a comerțului interior și impune abordarea sistemică a procesului de implementare a politicilor publice aferente activităților de comerț.

**Scopul Strategiei este asigurarea consumatorilor cu necesarul de produse și servicii competitive prin crearea unui sistem eficient de comercializare a acestora pe întreg teritoriul țării.**

În acest context, platforma de implementare a Strategiei constă în continuarea proceselor evolutive pentru asigurarea dezvoltării durabile a pieței interne de consum (dezvoltarea comerțului interior sub aspect calitativ și inovativ). Astfel, activitățile de comerț urmează să fie modernizate din perspectiva implicațiilor acestora asupra dezvoltării socio-economice a țării.

Odată cu evoluția în timp a mecanismelor de piață, au fost create condiții favorabile ce au favorizat dezvoltarea micului business în sfera comerțului în ritmuri mult mai rapide decât în alte ramuri ale economiei, stimulând fondarea întreprinderilor mici și mijlocii. Din numărul total de 19,4 mii de întreprinderi mici și mijlocii existente la data de 1 ianuarie 2012, circa 41% practică activități comerciale, în timp ce altor sfere importante le revine o pondere scăzută: în agricultură – 5,1%, în industria prelucrătoare – 10,2% etc. Situația se explică prin faptul că în comerț afacerea este mai ușor de organizat, necesită capital inițial mic, este posibilă recuperarea rapidă a investițiilor, se poate obține un profit într-un timp relativ redus și, în consecință, comerțul este mai atractiv, în comparație cu alte genuri de activitate.

O altă dimensiune importantă a activității de întreprinzător, inclusiv în sfera comerțului, care caracterizează sectorul din punct de vedere calitativ, o constituie activitatea prestată de către deținătorii de patente de întreprinzător. Dacă inițial sistemul patentei de întreprinzător a fost creat ca o excepție de la antreprenoriatul tradițional, în timp acesta a devenit o practică antreprenorială tenebră. Potrivit informației Inspectoratului Fiscal Principal de Stat, în anul 2012 activau 16140 deținători de patentă, dintre care circa 59% în domeniul comerțului.

Este necesar de remarcat faptul că practicarea comerțului în baza patentei de întreprinzător este o ocupație profitabilă. Cu toate acestea, încasările în bugetul de stat de la deținătorii de patentă continuă să fie ne semnificative din cauza lipsei evidenței fiscale a activității acestora. Totodată, o parte considerabilă a volumului de vânzări cu amănuntul, realizat de către deținătorii de patentă, revine comerțului neorganizat (în piețe).

Diagnosticul situației din comerțul interior al țării arată că, sub aspect cantitativ, acest sector a realizat creșterea vânzărilor de produse, ponderii comerțului în PIB, numărului întreprinderilor în comerț și al populației antrenate în acest domeniu.

Sub aspect calitativ, au fost înregistrate evoluții atât pozitive, cât și negative. Schimbările pozitive constau în modernizarea actelor de schimb (formele de distribuție și comercializare) și a mijloacelor de comerț (tehnici comerciale), vechile forme tradiționale de schimb fiind substituite treptat prin forme moderne, potrivit conceptului de dezvoltare durabilă și globalizare. Iau amploare comerțul la distanță, în special comerțul electronic, vânzările directe și cele bazate pe acordurile de franciză, dispar micile magazine și se extind magazinele lanț, inclusiv de tipul „cash and carry”. Este vorba despre comerțul integrat, realizat de întreprinderile ce dispun de mari suprafețe comerciale.

În paralel cu magazinele mari se dezvoltă rapid magazinele de firmă ale producătorilor din țară, care constituie o parte integrantă a distribuției comerciale. De exemplu, în municipiul Chișinău funcționează peste 40 de magazine ale S.A. „JLC”, 13 magazine ale S.A. „Franzeļuța”, 9 magazine ale S.A. „Carmez”, 7 magazine ale S.A. „Zorile”, 4 magazine ale S.A. „Ionel” etc.

Evoluțiile negative în dezvoltarea comerțului interior, și anume prezența mărfurilor nesigure pe piață, încălcarea drepturilor consumatorilor, prețurile înalte de consum la produse/servicii, amplasarea neuniformă a unităților comerciale/de prestări servicii sunt rezultatul unor constrângeri și probleme cu care se confruntă domeniul vizat.



În perioada de tranziție la economia de piață sfera comerțului a absorbit persoane cu diverse specializări în diferite domenii, departe de activitatea comercială. De aceea, evaluarea cotei persoanelor cu studii comerciale din totalul angajaților în comerț, este dificilă. Cert însă este faptul că majoritatea lucrătorilor din comerț nu dispun de acte de studii profesionale și că ei, în special deținătorii de patentă, și-au obținut calificarea urmare a experienței de muncă.

Sporirea volumului investițiilor în sectorul comerțului reprezintă un criteriu semnificativ, iar în funcție de acesta se preconizează a se realiza modernizarea bazei tehnico-materiale a comerțului, consolidarea potențialului existent, perfecționarea tehnologiilor, îmbunătățirea calității serviciilor comerciale etc. Investițiile în capitalul fix în comerț au sporit de la 1231,6 mil. lei, în anul 2006, la 2047,9 mil. lei, în anul 2012, ceea ce constituie o creștere a investițiilor cu 66,3%.

Structura investițiilor pe tipuri de activități scoate în evidență gradul de atractivitate al comerțului pentru antreprenorii autohtoni și cei străini. Aceasta o demonstrează datele statistice care arată că ponderea investițiilor în capitalul fix în ramura comerțului sporește cu unele oscilații: de la 11,2%, în anul 2006 la 14,9%, în anul 2008, apoi o scădere de pînă la 12,3%, în anul 2012.

Este necesar de remarcat faptul că din cauza lipsei informației și a cunoștințelor despre caracteristicile de consum ale produselor, vînzătorii acordă consultații greșite, nu creează comodități pentru oferirea produselor, nu cunosc codul de etică în relațiile cu consumatorii. Astfel, se simte insuficiența specialiștilor profesioniști în domeniul vizat, lipsa parteneriatului între mediul academic și cel de afaceri în ceea ce privește pregătirea cadrelor. În plus, programele de studii nu corespund exigențelor practicilor comerciale.

**Analiza SWOT** a scos în evidență punctele forte și cele slabe, precum și oportunitățile și riscurile în sfera comerțului, care sunt prezentate în tabelul de mai jos:

## Analiza SWOT a sferei comerțului interior în Republica Moldova

*Sursa: Hotărârea Guvernului nr. 948 din 25 noiembrie 2013 „Strategia de dezvoltare a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020”*

<b>Puncte forte:</b>	<b>Puncte slabe:</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existența bazei legislative care stabilește principiile generale de desfășurare a activităților din comerț;</li> <li>- Menținerea tendinței de majorare a ponderii comerțului în Produsul Intern Brut;</li> <li>- Sporirea continuă a vânzărilor de mărfuri;</li> <li>- Majorarea ponderii comerțului organizat prin modernizarea rețelei comerciale.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Volumul insuficient de mărfuri autohtone pentru piața internă de consum;</li> <li>- Dezechilibrul vânzărilor de mărfuri și rețelei comerciale în profil teritorial;</li> <li>- Desfășurarea activităților de comerț în baza patentei de întreprinzător;</li> <li>- Lipsa reglementărilor specifice privind unele practici comerciale;</li> <li>- Nivelul scăzut de conlucrare între organele centrale de specialitate, autoritățile administrației publice locale și sectorul privat;</li> <li>- Nivelul insuficient de pregătire profesională a personalului încadrat în unitățile de comerț.</li> </ul>
<b>Oportunități:</b>	<b>Riscuri</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Intensificarea relațiilor cu UE în scopul preluării celor mai bune practici în domeniul comerțului;</li> <li>- Crearea premiselor de instituire a „ghișeelor unice” în cadrul instituțiilor publice, care vor permite simplificarea procedurii de legalizare a activităților de comerț;</li> <li>- Aplicarea tehnologiilor moderne în comerț prin sporirea investițiilor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Economia tenebră și traficul ilicit de mărfuri;</li> <li>- Voința politică;</li> <li>- Existența concurenței neloiale pe unele segmente de piață;</li> <li>- Dependența pieței interne de importuri;</li> <li>- Lipsa culturii business-ului;</li> <li>- Persistența factorului subiectiv în aplicarea normelor juridice;</li> <li>- Infrastructura calității subdezvoltată, comparativ cu economiile occidentale;</li> <li>- Capacitățile reduse ale agenților economici privind implementarea sistemelor de gestiune a calității.</li> </ul>

Pornind de la concluziile diagnosticului comerțului interior, care a definit problemele existente, și de la analiza SWOT, întru atingerea scopului Strategiei, au fost trasate obiectivele de bază pentru dezvoltarea domeniului vizat, și anume:

- 1) creșterea eficienței reglementărilor privind comerțul interior;
- 2) sporirea competitivității produselor/serviciilor plasate pe piață;
- 3) îmbunătățirea infrastructurii comerciale în teritoriu, în special în localitățile rurale;
- 4) modernizarea formelor de distribuție și comercializare a produselor/serviciilor;
- 5) asigurarea comerțului cu forță de muncă calificată și în permanentă perfecționare.

Având în vedere importanța comerțului pentru dezvoltarea economică a țării și sporirea calității vieții, în scopul ameliorării situației în această sferă, facilitării procesului de dezvoltare și legalizare a comerțului interior și asigurării unui nivel adecvat de protecție a consumatorilor, au fost stabilite liniile directorii pentru evoluția domeniului vizat în corespundere cu obiectivele trasate.

Numeroase dovezi demonstrează legăturile directe dintre comerț și dezvoltarea umană a țării. În general, gradul sporit de deschidere a economiei contribuie pozitiv la creșterea potențialului uman al țării. De aceea, depășirea barierelor existente pentru extinderea exporturilor reprezintă o sarcină prioritară. Analizând regimul comercial și climatul de afaceri, se va remarca faptul că aceste bariere au legătură cu oferta. Astfel, pentru a elimina aceste constrângeri, care împiedică sporirea exporturilor, administrația publică și comunitatea donatorilor, inclusiv cei din cadrul Programului de Asistență în Domeniul Comerțului, trebuie să intervină cu acțiuni specifice.

## II. PROFILUL DEZVOLTĂRII COMERȚULUI INTERIOR AL MUNICIPIULUI

Activitatea de dezvoltare a comerțului interior la nivelul municipiului Chișinău este realizată conform cadrului legal, inclusiv Legilor nr. 436 din 28.12.2006 "Privind administrația publică locală", nr. 231 din 23.09.2010 "Cu privire la comerțul interior", nr. 105-XV din 13.03.2003 "Privind protecția consumatorilor", nr. 1100-XIV din 30.06.2000 "Cu privire la fabricarea și circulația alcoolului etilic și a producției alcoolice, nr. 386-XV din 19.07.2001 "Cu privire la tutun și produsele din tutun", nr. 451-XV din 30.07.2001 "Privind licențierea unor genuri de activitate", Hotărârilor de Guvern nr. 931 din 08.12.2011 "Cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul", nr. 1209 din 08.11.2007 "Cu privire la prestarea serviciilor de alimentație publică", nr. 517 din 18.09.1996 "Cu privire la aprobarea Regulilor de funcționare a rețelei de comerț ambulant și a Regulilor de comerț în piețele din Republica Moldova", deciziilor Consiliului municipal Chișinău și dispozițiilor primarului general și viceprimarului de ramură.

Direcția generală comerț, alimentație publică și prestări servicii a Municipiului Chișinău este o subdiviziune a Consiliului municipal, coordonată și controlată de către primarul general al municipiului Chișinău ( *vezi anexa nr. 1*). În activitatea sa Direcția se călăuzește de legislația în vigoare a Republicii Moldova, de hotărârile și dispozițiile Guvernului Republicii Moldova, deciziile Consiliului municipal Chișinău, dispozițiile primarului general al municipiului Chișinău, de alte acte normative ce reglementează activitatea comercială.

Deși este o ramură atractivă pentru dezvoltarea socio-economică a municipiului, în care sunt antrenați un număr considerabil din populația activă, comerțul se confruntă cu un deficit de cadre calificate și bine instruite. Deficitul de cadre se înregistrează mai cu seamă în rândurile celor cu studii medii profesionale: casieri, vânzători, specialiști pentru prestări servicii, operatori, bucătari, croitori etc.

La 01.01.2014, în municipiul Chișinău rețeaua comercială și de prestări servicii constituie **24725** unități comerciale, dintre care **19730** unități de comerț, **1750** unități de alimentație publică și **3000** unități de prestări servicii.

Pe parcursul ultimilor ani rețeaua de comerț s-a extins considerabil, de la **9520** unități la 01.01.2001, până la **24070** unități, la 01.01.2013, sau de **2,5** ori, în comparație cu perioada anterioară.

În municipiul Chișinău activează autorizat **44** centre comerciale cu un număr de **4500** secții comerciale, **36** supermagazine, **840** magazine alimentare și **2700** magazine nealimentare, **2426** depozite și **5165** gherete și pavilioane etc. Însă, în 2012 s-a atestat o descreștere a rețelei de comerț a orașului din cauza închiderii unor unități comerciale.

Sporirea numărului de unități comerciale a dus la extinderea suprafețelor comerciale de la **374047 mp**, în anul 1998, până la **1370 mii mp**, în anul 2013, sau de **3,7 ori** mai mult, față de perioada anterioară.

Evoluția comerțului, precum și recunoașterea rolului acestuia în municipiul Chișinău, au o importanță majoră, însă performanțele obținute trebuie să se afle în echilibru cu procesul de producere autohtonă, cu folosirea eficientă a resurselor în agricultură, iar economia să fie bazată pe investiții și nu pe consum.

Comerțul interior, prin complexa sa activitate realizată, îndeplinește numeroase funcții, destinate să asigure un flux normal al producției spre locurile de consum, în cele mai bune condiții posibile în municipiul Chișinău.

- Principala funcție a comerțului, care caracterizează însuși conținutul activității sale, o constituie *cumpărarea mărfurilor de la producători sau colectori* - în cazul producției agricole foarte dispersate - și transferarea acestora în depozite, în vederea pregătirii lor pentru vânzarea către utilizatorii finali sau intermediari.
- O a doua funcție materializează activități derivate din prima, dar foarte importante pentru actul comercial. Este vorba de *stocarea mărfurilor*, care ia forma unor preocupări permanente de a asigura echilibrul dintre ofertă și cererea de mărfuri în cadrul pieței. Funcția respectivă se datorează locului de intermediar, pe care comerțul îl ocupă între producție și consum.
- O a treia funcție importantă a comerțului constă în *fracționarea cantităților mari de mărfuri pe care le livrează producția, asortarea loturilor respective, formarea sortimentelor comerciale* și asigurarea micilor partizi care urmează a fi puse la dispoziția consumatorilor. În această situație, se are în vedere o pregătire a mărfurilor pentru vânzare, fiind vorba despre o funcție deosebit de importantă atât pentru producție, cât și pentru consumatori. Aceasta deoarece, odată aduse în locul unde urmează a fi realizate, mărfurile trebuie pregătite pentru a putea intra în procesul de vânzare. Fenomenul ține atât de natura produselor, cât și de structura cererii. O serie de mărfuri nu pot intra în consumul populației decât în urma unor operațiuni prealabile de pregătire, iar, pe de altă parte, însăși satisfacerea cererii populației ridică exigențe speciale în legătură cu produsele oferite. Realizarea acestei funcții presupune organizarea, în cadrul rețelei comerciale, a unor operațiuni specifice, cum ar fi: porționarea, dozarea și preambalarea mărfurilor, prelucrarea lor (în cadrul alimentației publice o asemenea operație constituie activitatea de bază), sortarea după criteriile comerciale,

controlul continuu al calității și asigurarea condițiilor optime de păstrare până în momentul desfacerii, precum și alte activități ce țin de pregătirea mărfurilor pentru vânzare.

- O altă funcție a comerțului constă în *transferul mărfurilor către zonele și punctele cele mai îndepărtate sau mai izolate*, pentru a fi vândute consumatorilor. Funcția respectivă are în vedere o judicioasă organizare a mișcării mărfurilor. Fenomenul apare deoarece realizarea finală a mărfurilor are loc, de regulă, în punctele de consum, ceea ce presupune o bună orientare a mărfurilor, manipularea lor atentă și transportul din locul de producție în cel de consum.
- O funcție strict specifică comerțului, generată de altfel de cele tratate anterior, o constituie *crearea condițiilor de realizare efectivă a actului de vânzare-cumpărare*. Se are în vedere faptul că realizarea activității comerciale presupune existența unei baze tehnico-materiale și a unui personal care, împreună, să ofere cumpărătorului posibilitatea de a-și alege și adjuceca produsele de care are nevoie.
- În cadrul unei economii de piață, eforturile întreprinderilor producătoare sau ale celor comerciale nu se pot limita doar la producerea de bunuri și servicii. Atât unele, cât și altele, trebuie să-și asigure o permanentă comunicare cu piața, ceea ce presupune o informare atentă a consumatorilor potențiali și a intermediarilor săi, precum și o serie de acțiuni specifice de influențare a comportamentului de cumpărare și consum, de sprijinire a procesului de vânzare. O asemenea activitate, cu obiective și mijloace de acțiune specifice și extrem de variate, formează conținutul unei alte funcții a comerțului, respectiv a celei de *asigurare a promovării produselor prin diferite tehnici* (publicitate la locul vânzării, merchandising, publicitate în mass-media etc.), care să genereze dorința de cumpărare și să provoace actul de cumpărare.

## 1. REȚEAUA UNITĂȚILOR COMERCIALE

Îmbunătățirea infrastructurii comerciale în teritoriul municipiului Chișinău necesită o analiză și sistematizare aprofundată în dinamică, a unităților comerciale, de alimentație publică și prestări servicii pe o anumită perioadă.

**Tabelul 1. Rețeaua unităților comerciale ale municipiului Chișinău**

	01.01.2009	01.01.2010	01.01.2011	01.01.2012	01.01.2013	01.01.2014
Unități de comerț	17202	16975	18554	19896	19320	19730
Unități de alimentație publică	1778	1719	1626	1654	1750	1846
Unități de prestare a serviciilor	2400	2586	2820	3000	3000	3150
Total	21380	21280	23000	24550	24070	24725

*Sursa: Raport privind activitatea Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii*

Urmare a examinării datelor din tabel, observăm că din anul **2009** până în anul **2014** numărul unităților comerciale, de alimentație publică și prestări servicii este în creștere, inclusiv:

- unităților de comerț cu 14,7 %;
- unităților de alimentație publică - 3,8 %;
- unităților de prestare a serviciilor cu 31,3 %.

Însă, în anul **2014** se observă o creștere a numărului unităților de comerț cu **410 unități (2,1%)** și a întreprinderilor de alimentație publică cu **96 unități (5,5 %)**, în comparație cu anul 2013.

Totodată, observăm o creștere esențială a unităților de prestări servicii, inclusiv pe parcursul anului **2014, cu 150 unități (5%)**, în comparație cu anul 2013, fapt ce confirmă tendința spre modificarea conceptului comerțului interior, de la comercializarea mărfurilor la comercializarea serviciilor, și anume serviciile au tangență directă cu procesul de post-vânzare a produselor: reparație, închiriere, curățare,

spălare, cazare, turism etc. Astfel, comerțul se înscrie în industria serviciilor prestate populației, care prevede comercializarea nu doar a mărfurilor, ci și a serviciilor.

**Tabelul 2. Numărul unităților de prestări servicii din or. Chișinău  
(perioada 01.01.2006 - 01.01.2015)**

<b>Anii</b>	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>	<b>2013</b>	<b>2014</b>	<b>01.01.15</b>
<b>Nr. unităților de prestare a serviciilor</b>	<b>1970</b>	<b>2166</b>	<b>2200</b>	<b>2400</b>	<b>2586</b>	<b>2820</b>	<b>3000</b>	<b>3000</b>	<b>3150</b>	<b>3493</b>

**Tabelul 3. Statistica deschiderii unităților de prestări servicii  
(activitățile cele mai frecvent practicate)**

<b>Tipurile de unități de comerț și ale serviciilor prestate</b>	<b>Anii</b>		<b>+/-</b>
	<b>2010</b>	<b>2014</b>	
<b>1</b>	<b>2</b>	<b>3</b>	<b>4</b>
Case de deservire socială	5	3	-2
<u>Servicii de reparație</u> (ateliere de reparație a îmbrăcăminte, încălțămintei, obiectelor de uz casnic etc.)	986	999	+13
<u>Servicii de înfrumusețare și întreținere corporală</u> (saloane cosmetice, cabinete cosmetice, frizerii, saune, băi publice etc. )	562	682	+ 120
<u>Servicii de reabilitare și agrement</u> (centre de reabilitare și agrement, cluburi sportive, săli de antrenamente, săli de biliard și bowling etc. )	124	158	+34
<u>Servicii de întreținere a automobilelor</u> (centre și stații de asistență tehnică a automobilelor, ateliere auto, spălătorii auto, vulcanizări etc. )	516	544	+28

Urmare a efectuării unei analize a dinamicii deschiderii unităților de prestări servicii, observăm că cele mai solicitate domenii de prestări servicii sunt cele de înfrumusețare și întreținere corporală (saloane cosmetice, cabinete cosmetice, frizerii, saune, băi publice etc.) și de reabilitare și agrement (centre de reabilitare și agrement, cluburi sportive, săli de antrenamente, săli de biliard și bowling etc.).

Având în vedere faptul că numărul unităților de prestări servicii se află în continuă creștere, această ramură necesită o atenție deosebită.



Este necesar de a dezvolta domeniul de prestări servicii în sectoare mai aglomerate, prin deschiderea și amplasarea caselor de deservire socială (al căror număr este în descreștere), care să presteze o gamă largă de servicii de primă necesitate (frizerii, ateliere de croitorie, reparații ale îmbrăcăminte și încălțăminte, obiectelor de uz casnic etc.), de exclus astfel serviciile prestate în gherete, unde lipsesc condițiile elementare pentru consumator. Totodată, de rând cu dezvoltarea și modernizarea rețelei de comerț retail, un criteriu important pentru dezvoltarea domeniului de prestări servicii ar fi amplasarea acestor unități la parterul Centrelor Comerciale, supermarketurilor, blocurilor de locuit etc.

**Tabelul 4. Amplasarea unităților de comerț, alimentație publică și prestări servicii în sectoarele municipiului Chișinău**

*Sursa: Raport privind activitatea Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii*

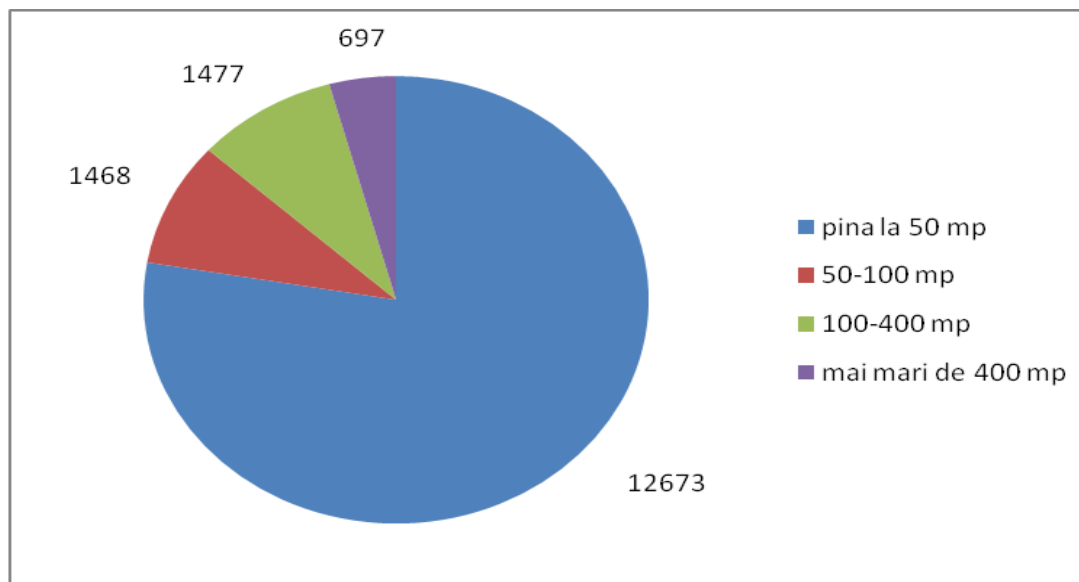
Sectorul	Anul 2013	Anul 2014
<b>Centru</b>	5302	5453
<b>Botanica</b>	4550	4716
<b>Râșcani</b>	4567	4747
<b>Buiucani</b>	2858	2930
<b>Ciocana</b>	2985	3086

În rezultatul efectuării analizei privind amplasarea unităților comerciale, de alimentație publică și prestări servicii pe sectoare, este necesar de menționat faptul că majoritatea sunt amplasate în sectoarele Centru, Botanica și Râșcani. Acest fapt se explică prin amplasamentul favorabil și aglomerația populației în sectoarele respective.

- **s. Centru** – bd. Ștefan cel Mare și Sfânt - 1047 unități, str. Tighina – 641 unități , str. A. Pușkin – 303 unități, șos. Hîncești – 309 unități, bd. C. Negruzzi – 255 unități comerciale.
- **s. Râșcani** – bd. Moscova - 451 unități, str. Petricani – 590 unități, str. Albișoara – 410 unități, str. Alecu Russo – 336 unități, Calea Orheiului – 219 unități, bd. Grigore Vieru – 138 unități, str. Kiev - 124 unități și str. Mitropolit G. Bănulescu- Bodoni – 152 de unități comerciale.
- **s. Botanica** – bd. Dacia - 712 unități, bd. Decebal – 1146 unități, bd. Cuza-Vodă – 302 unități, str. Independenței – 291 unități, str. Sarmizegetusa – 278 unități, str. Burebista – 226 unități, str. N. Zelinski – 211 unități comerciale

- **s. Buiucani** – str. Alba Iulia - 460 unități, str. Ion Creangă – 384 unități, Calea Ieșilor – 460 unități, bd. Ștefan cel Mare și Sfânt – 210 unități, str. Mitropolit G. Bănulescu- Bodoni – 108 unități comerciale.
- **s. Ciocana** – bd. Mircea cel Bătrîn - 404 unități, str. Alecu Russo – 175 unități, str. Ginta Latină – 219 unități, str. I. Vieru – 130 unități, str. Mihail Sadoveanu – 154 unități, str. Uzinelor - 137 unități, str. Voluntarilor – 162 unități comerciale.

Este necesar de menționat faptul că majoritatea unităților comerciale dispun de o suprafața comercială de pînă la 50 mp – 12673 unități ceea ce constituie 77% de unități.



**Figura 1. Suprafața comercială a unităților comerciale din municipiul Chișinău**

*Sursa: Raport privind activitatea Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii*

Însă, potrivit conceptului de globalizare, se micșorează numărul magazinelor cu suprafețe comerciale mici și se extind magazinele ce dispun de suprafețe comerciale mari. Analizînd dinamica unităților comerciale, care au primit autorizații de funcționare pe parcursul anilor 2010 – 2014, trebuie de menționat tendința de creștere a numărului unităților de comerț cu suprafețe comerciale mari. Astfel, dacă în anul

2010 pe teritoriul oraşului Chişinău activau doar 21 supermagazine, în anul 2014 îşi desfăşoară activitatea deja 42 supermagazine şi 3 hipermagazine, în anul 2010 activau doar 26 centre comerciale, iar în 2014 - deja 42 centre comerciale.

**Tabelul 5. Dinamica unităţilor comerciale care au primit autorizaţii de funcţionare pe parcursul anilor 2010 - 2014**

Tipul unităţii	2010	2011	2012	2013	2014
Centre Comerciale	26	27	29	31	42
Supermagazine, hipermagazine	21	27	29	36	45
Magazine alimentare	811	750	753	780	744
Magazine nealimentare	690	839	851	1180	1507
Depozite	1880	2229	2284	2447	2247

*Sursa: Raport privind activitatea Direcţiei generale comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii*

De asemenea, are loc o dezvoltare considerabilă a reţelelor de magazine lanţ, cu branduri : „Green Hills”, „Fidesco”, „Fourchet-M”, „IMS Marchet”, „N 1”, „Unimarket”, „Stati Market”, „Alina Cosmetic”, „Vitesse Group”, „Zoluşca” etc. Paralel cu magazinele mari, creşte şi numărul magazinelor de firmă ale producătorilor autohtoni. Actualmente, în oraşul Chişinău funcţionează autorizat:

- **S.A. „Franzeļuța” - 23 unităţi comerciale;**
- **S.A. „JLC” - 47 unităţi comerciale;**
- **S.R.L. „Carmez” - 9 unităţi comerciale;**
- **S.A. „Ionel” - 9 unităţi comerciale;**
- **S.A. „Zorile” - 11 unităţi comerciale;**
- **S.R.L. „Cojocari Grup” (Vasconi) - 11 unităţi comerciale;**
- **S.R.L. „Diva Textil” (Iuvas) - 10 unităţi comerciale etc.**
- **S.R.L. „Rogob” - 10 unităţi comerciale**

Analiza situației privind comerțul interior în orașul Chișinău denotă unele schimbări esențiale. Astfel, a apărut o nouă metodă de vânzare – comerțul electronic prin intermediul magazinelor on-line. În anii **2012 – 2014**, au primit autorizație de funcționare **136** magazine on-line, **19** intermediari în comerț, **45** supermagazine, care practică metoda de vânzare - autodeservire.

În contextul descrierii evoluției rețelei unităților comerciale, este necesar de menționat comerțul ambulant. Prin rețeaua de comerț ambulant se autorizează desfacerea mărfurilor alimentare și nealimentare din sortimentul simplu, producției tipografice, producției întreprinderilor de alimentație publică (produse de panificație, cofetărie și patiserie), prestarea unor servicii.

Unitățile de comerț ambulant sunt: **staționare provizorii** – pavilion, gheretă; **mobile** – automagazin, rulotă, tonetă, tarabă, stand, teighea, cărucior, aparat automat pentru vânzări.

**Tabelul 6. Dinamica eliberării autorizațiilor de funcționare pentru gheretele amplasate pe teritoriul municipiului Chișinău, inclusiv în teritoriul piețelor**

Sectorul	Anul 2013			Anul 2014		
	Total în oraș	Pe străzi	În piețe	Total în oraș	Pe străzi	În piețe
<b>Or. Chișinău</b>	<b>4591</b>	<b>2729</b>	<b>1862</b>	<b>4203</b>	<b>2643</b>	<b>1560</b>
<b>Centru</b>	1760	377	1383	504	367	1138
<b>Râșcani</b>	832	709	123	798	680	118
<b>Botanica</b>	786	663	123	783	668	115
<b>Buiucani</b>	592	413	179	545	396	149
<b>Ciocana</b>	621	567	54	572	532	40

*Sursa: Raport privind activitatea Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii*

Astfel, rețeaua de gherete amplasate pe străzile orașului s-a micșorat cu **388** de unități.

Analizând amplasarea gheretelor pe străzi, este necesar de menționat faptul că majoritatea dintre acestea sunt amplasate pe străzile principale: str. Alba Iulia - **139** gherete, bd. Dacia – **120** gherete, str. Albișoara – **95** gherete, str. Ion Creangă – **92** gherete, str. Independenței –

**83** gherete, bd. Mircea cel Bătrîn - **90** gherete, bd. Moscova – **91** gherete, str. P. Zadnipru – **61** de gherete, str. Tighina – **51** gherete, bd. Ștefan cel Mare și Sfânt - **40 de gherete.**

Numărul unităților mobile constituie o pondere mai mică în structura unităților de comerț, însă prezintă un indicator important în aprecierea nivelului de dezvoltare al rețelei de comerț în municipiul Chișinău. Această rețea este autorizată, gestionată și monitorizată de către preturile de sector. Lipsa schemelor de amplasare a unităților de comerț ambulant a condiționat amplasarea haotică a unităților de comerț stradal mobile și staționare provizorii. Astfel, în anumite zone sunt amplasate unități comerciale de același tip ce comercializează același tip de produse sau prestează servicii similare.

**Tabelul 7. Dinamica eliberării autorizațiilor de funcționare pentru unitățile mobile de comerț amplasate pe teritoriul orașului Chișinău**

Nr. d/o	Unitatea de comerț ambulant	Anii				
		2010	2011	2012	2013	2014
1.	Tarabe	618	551	642	329	269
2.	Tejghele	58	71	37	6	3
3.	Tonete	129	135	174	247	218
4.	Automagazine	37	65	71	103	79
5.	Remorci	11	18	29	22	26
6.	Frigidere	345	359	411	483	288
7.	Standuri	6	6	4	12	9
8.	Automat comercial	15	33	55	26	31
9.	Cărucior	-	3	-	3	1
10.	WC mobil	7	7	7	7	7
11.	Altele	27	34	43	31	30
	<b>Total:</b>	1253	1282	1473	1269	961

Dezvoltarea comerțului interior trebuie realizată sub aspect calitativ și inovativ, activitățile de comerț urmează a fi modernizate, din perspectiva implicațiilor acestora asupra dezvoltării socio-economice a țării. Pentru a atinge nivelul scontat, este necesar de a întreprinde următoarele acțiuni:

- **simplificarea procedurii** de obținere a autorizațiilor de funcționare prin implementarea „**GHIȘULUI UNIC**” cu ajutorul **programului nou (soft)** de perfectare a autorizațiilor;

- **crearea unui sistem informațional unic**, în care Direcția generală comerț, alimentație publică și prestări servicii să fie încorporată cu subdiviziunile Primăriei și alte servicii antrenate în procesul de obținere a autorizațiilor de funcționare a unităților comerciale;
- **informarea agenților economici**, prin intermediul **paginii WEB** a Direcției, despre cerințele referitoare la eliberarea autorizațiilor de funcționare, conform cadrului legal în vigoare;
- **elaborarea unui Regulament nou**, privind eliberarea autorizațiilor de funcționare a unităților comerciale și de prestare a serviciilor sociale pe teritoriul municipiului Chișinău, în temeiul Legii Republicii Moldova nr. 231 din 23.09.2010 „Cu privire la comerțul interior” și actelor normative ulterioare, elaborate în baza legii date;
- **elaborarea și actualizarea continuă a Schemei de amplasare a unităților comerciale și de prestări servicii**, inclusiv a unităților de comerț ambulant.

Sistematizarea acțiunilor întreprinse, orientate spre stimularea comerțului organizat legal, într-un mediu concurențial sănătos și focusate spre satisfacerea necesităților sociale și economice ale consumatorilor, vor duce la atingerea obiectivelor strategice de dezvoltare a comerțului în municipiul Chișinău.

## 2. UNITĂȚILE DE ALIMENTAȚIE PUBLICĂ

Urmare a efectuării analizei capacității unităților de alimentație publică, este necesar de menționat faptul că circa 616 dintre acestea sunt unități mici cu o capacitate de 50 de locuri. Unitățile cu o capacitate mai mare de 100 de locuri constituie circa 188 unități, sau 10,2% din numărul total.

Pentru a prezenta o imagine asupra activității acestui sector, este necesar de a studia evoluția rețelei unităților de alimentație publică din teritoriul municipiului Chișinău în perioada anilor 2006 - 2014.

**Tabelul 8. Evoluția rețelei unităților de alimentație publică din teritoriul municipiului Chișinău**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Complexe AP	28	26	31	37	39	37	44	49	49
Sala de festivități	-	-	2	4	6	7	8	8	9
Restaurante	57	56	65	64	69	75	71	69	65
Cafenele	423	459	486	505	487	476	546	596	581
Baruri	448	424	374	318	280	295	313	339	324
Cantine	240	247	270	271	268	273	283	296	291

<b>Inclusiv școlărești</b>	<b>131</b>	<b>130</b>	<b>131</b>	<b>133</b>	<b>131</b>	<b>130</b>	<b>123</b>	<b>134</b>	<b>132</b>
Bufete	441	458	457	442	408	426	417	415	397
Bodegi	2	1	-	-	-	-	2	1	1
Cafenele de vară	81	69	72	60	45	40	37	35	30
Terase de vară	24	19	19	13	20	20	20	28	57
Magazine de produse culinare	7	4	2	5	4	3	3	-	-
Cofetărie	-	-	-	-	-	1	5	7	12
Unități de deservire rapidă Fast-Food	-	-	-	-	-	1	1	3	8
<b>Total:</b>	<b>1751</b>	<b>1763</b>	<b>1778</b>	<b>1719</b>	<b>1626</b>	<b>1654</b>	<b>1750</b>	<b>1846</b>	<b>1824</b>

Sursa : Raport privind activitatea Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii

Evoluția rețelei unităților de alimentație publică denotă că, începând cu anul 2006 până în anul 2014, numărul acestora a crescut cu 73 unități, de la 1751, la 1824, sau cu 4,1%, față de perioada anterioară. Extinderea unităților de alimentație publică în teritoriul orașului Chișinău în perioada anilor 2006-2013 este reflectată în tabelul de mai jos:

**Tabelul 9. Deschiderea unităților noi de alimentație publică în teritoriul orașului Chișinău în perioada anilor 2006-2014**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Complexe AP		1	1	3	2	-	5	1	2
Sala de festivități		-	2	2	2	-	1	-	-
Restaurante	4	3	11	2	7	10	4	6	1
Cafenele	39	44	41	34	25	37	44	49	26
Baruri	33	35	17	27	20	30	49	40	26
Cantine	4	15	25	14	4	19	9	18	10
<b>Inclusiv școlărești</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>-</b>	<b>3</b>	<b>-</b>	<b>-</b>	<b>1</b>	<b>11</b>	<b>3</b>
Bufete	44	46	34	31	19	31	26	23	18
Bodegi	-	-	-	-	-	-	2	-	-
Cafenele de vară	3	2	3	-	3	1	-	2	1
Terase de vară	6	2	2	1	7	3	5	10	36
Magazine de produse culinare		1	1	3		-	1	-	-
Cofetărie						1	3	3	6
Unități de deservire rapidă Fast-Food						1	1	-	5
<b>Total:</b>	<b>133</b>	<b>149</b>	<b>138</b>	<b>117</b>	<b>89</b>	<b>133</b>	<b>150</b>	<b>152</b>	<b>131</b>

Sursa : Raport privind activitatea Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii

Indicii din tabele denotă faptul că majoritatea tipurilor de unități de alimentație publică în teritoriul municipiului Chișinău sunt cafenele, baruri, bufete și cantine, care constituie circa **87,5%** din numărul total de unități de alimentație publică. Restaurantele și sălile de festivități constituie circa **4,0%** din numărul total de unități de alimentație publică.

Este necesar de remarcat faptul că 70 de unități de alimentație publică oferă consumatorilor preparate și bucate din circa 10 bucătării ale popoarelor lumii .

Specificăm că în ultimii ani a apărut tendința ca restaurantele, de rând cu sălile de festivități, prioritar să presteze servicii de deservire a diferitelor festivități. Această activitate este foarte solicitată de către consumatori.

Printre cele mai solicitate unități de alimentație publică se enumeră:

- complexe de alimentație publică ale Î.C.S. „Club Royal Park Company” S.R.L., Companiei „MBC” S.R.L.;
- sălile de festivități „Sala de Aur”, „Casa Sărbătorii”;
- restaurantele „Beciul Vechi”, „Mi Piace”, „Miadora”, „Butoiaș”, „Casa Nunții Noroc”, „Kvint Palace”, „Pan Avenue”;
- cafenelele „La Vista”, „Comunalka”, „Pani Pit”, „Amaris”, „Pizzerie”.

În ultimii ani, de o popularitate deosebită la generația tânără se bucură amplasarea unităților de alimentație publică în incinta Centrelor comerciale, care au devenit totodată și centre de odihnă și agrement: „Sun City”, „MallDova”, „Jumbo”, „Atrium”, „Everest”.

Deservirea populației în incinta gărilor și pe teritoriul piețelor, amplasate în municipiul Chișinău, este asigurată de către 9 și, respectiv, 76 de unități de alimentație publică.

Canicula din ultimii ani a condiționat necesitatea extinderii unităților de alimentație publică în aer liber. În zonele de agrement din municipiul Chișinău sunt amplasate 30 de unități de alimentație publică.

Urmare a examinării amplasamentului unităților de alimentație publică, s-a stabilit că o bună parte din acestea sunt amplasate pe magistralele principale ale municipiului. De exemplu, pe 19 magistrale principale ale orașului sunt amplasate 448 unități sau 26,4% din numărul total (1846). Astfel, urmează ca la elaborarea și întocmirea Planului general al municipiului Chișinău să fie prevăzută extinderea unităților de alimentație publică ca infrastructură socială.

Un compartiment important în domeniul alimentației publice al municipiului Chișinău este protecția socială a categoriilor social-



dezavantajate și alimentația elevilor.

În scopul executării prevederilor Legii Republicii Moldova nr. 81-XV din 23.02.2003, privind cantinele de ajutor social și Hotărârii Guvernului Republicii Moldova nr. 1246 din 16.10.2003 despre aprobarea Regulamentului-tip cu privire la funcționarea cantinelor de ajutor social, în teritoriul municipiului Chișinău în prezent **activează 6 cantine sociale.**

În anul 2014, în 6 cantine au fost alimentate zilnic 578 persoane social-dezavantajate, inclusiv 36 de persoane neajutorate, la domiciliu, din contul bugetului municipal și din resurse bănești obținute prin sponsorizare.

În total, au fost distribuite 158254 prânzuri în sumă de 4174,42 mii lei, din care în cantine 145114 prânzuri, al căror cost a constituit 3596,26 mii lei și 13140 prânzuri, al căror cost a constituit 578,16 mii lei, au fost transportate la domiciliu persoanelor neputincioase.

Totodată, instituțiile de învățământ din municipiul Chișinău sunt deservite de către 230 unități de alimentație publică, și anume:

- instituțiile de învățământ superior – 48 unități;
- instituțiile de învățământ mediu de specialitate (colegii) – 18 unități;
- licee și școli profesionale – 4 unități;
- instituțiile de învățământ preuniversitar – 160 de unități.

Începând cu anul 1978, întreprinderile de stat de alimentație publică „Adolescența”, „Bucuria-El”, „Liceist”, „Râșcani-Șc” și Î.M. „Piața Centrală” (combinatele școlare) alimentează gratuit cu hrană caldă elevii instituțiilor de învățământ preuniversitar. Sistemul actual creat și verificat în timp s-a adevărat a fi viabil prin faptul că dispune de personal cu studii speciale în domeniu și asigură oportun și ritmic procesul specific de alimentare a elevilor.

În conformitate cu prevederile deciziei Consiliului municipal Chișinău nr. 1/19 din 30.01.2014 „Cu privire la alocarea de mijloace financiare suplimentare în vederea majorării normelor de alimentație gratuită a copiilor/elevilor din instituțiile de învățământ preșcolar, primar și secundar general din municipiul Chișinău pentru perioada ianuarie-decembrie a anului 2014” și dispoziției Primarului general al municipiului Chișinău nr. 4d din 03.01.2014 „Cu privire la organizarea alimentației gratuite a elevilor/copiilor din instituțiile de învățământ

preuniversitar și preșcolar din municipiul Chișinău pentru perioada ianuarie-decembrie 2014”, **Întreprinderile de stat de alimentație publică din municipiul Chișinău, subordonate Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii, începând cu data de**

**01.01.2014, asigură cu mic dejun la un preț de 8,00 lei pentru o persoană - circa 31,9 mii elevi din clasele I – IV-a și 20% din numărul total de elevi din clasele a V-a – IX-a din familiile defavorizate social, prânz și dejun gratuit la un preț de 16,50 lei pentru fiecare, primesc circa 6,8 mii elevi**, conform listelor elevilor întocmite de către Direcția generală, educație, tineret și sport și Direcțiile educație, tineret și sport din sectoare.

La solicitare, circa **8,97 mii elevi** sunt asigurați cu prânz contra plată.

Totodată, circa **224 elevi** care au fost bolnavi de tuberculoza se alimentează gratis cu hrană caldă la dejun și la prânz, la un preț de **16,50 lei** pentru fiecare.

Elevii iau masa în: **127** cantine, **6** bufete cu hrană caldă, 81 bufete staționare, 43 bufete mobile.

În total, unitățile respective dispun de **22195 locuri sau 128 % de la normative**.

În perioada **01.01.2014** până la **01.01.2015**, din bugetul municipal au fost alocate **58268,1 mii lei** pentru alimentația elevilor. Din bugetul municipal au fost alocate cu destinație specială mijloace financiare în sumă de **54355,9 mii lei** (în anul 2013 elevii au fost alimentați în sumă de 56646,1 **mii lei** și din contul mijloacelor financiare bugetare au fost transferate – 50924,0 mii lei).

În conformitate cu decizia Consiliului municipal Chișinău nr. 4/33 din 13.05.2014, în anul 2014 au activat 37 tabere cu sejur de zi, în care s-au alimentat 3372 elevi (în anul 2013, în 35 de tabere, au fost alimentați 3045 elevi).

Începând cu 02.04.2012, în 7 instituții de învățământ preuniversitar a fost implementat proiectul-pilot de alimentare a elevilor prin metoda „**meselor suedeze**”, unde zilnic au luat dejun circa **2096 elevi** din clasele I-IV la un preț de 7,50 lei pentru un copil.

Începând cu 01.09.2014, metoda „**meselor suedeze**” este implementată în **35 cantine ale instituțiilor de învățământ preuniversitar**, unde zilnic se alimentează cu dejun circa **12740 elevi** din clasele I-IV, la un preț de 8,00 lei pentru un copil.

Conform datelor statistice, serviciile prestate contra plată de către unitățile de alimentație publică constituie în medie 11,6% din valoarea totală a serviciilor de piață, prestate populației.

**Tabelul 10. Valoarea serviciilor prestate către populație de către unitățile de alimentație publică (mii lei)**

	<b>2006</b>	<b>2007</b>	<b>2008</b>	<b>2009</b>	<b>2010</b>	<b>2011</b>	<b>2012</b>
Valoarea totală a serviciilor de piață, prestate populației, mii lei	4872,7	5686,2	6279,0	5871,1	6995,7	9230,7	10782,0
Nivelul serviciilor prestate de unitățile de alimentație publică, %	10,0	11,5	13,0	12,5	12,7	10,5	11,3
Valoarea serviciilor prestate de unitățile de alimentație publică, mii lei	487,3	653,9	816,3	733,9	888,5	969,2	1218,4

*Sursa: Raport privind activitatea Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii*

În continuă conlucrare cu agenții economici, la seminare, întruniri, ședințe, mese rotunde s-a constatat că nu tot personalul angajat în sfera alimentației publice dispune de o pregătire specială.

Ca urmare, apare necesitatea organizării studiilor speciale și de perfecționare continuă a cadrelor din alimentația publică și, totodată, instruirea și atestarea lucrătorilor fără studii speciale, care deja activează în unitățile de alimentație publică și pe parcursul anilor au însușit tehnologia preparării bucatelor, au acumulat experiență practică și deprinderile necesare în domeniu.

Pornind de la cele expuse, este evident că în activitatea unităților de alimentație publică din teritoriul municipiului Chișinău există aspecte ce necesită o atenție deosebită, și anume:

- imperfecțiunea cadrului legislativ și normativ ce reglementează activitatea unităților de alimentație publică la modalitatea de formare a prețurilor în unitățile de alimentație publică, la modalitatea de impozitare a unităților de alimentație publică, la reglementarea serviciilor de deservire a manifestărilor și festivităților, a serviciilor catering;
- amplasarea unităților de alimentație publică prioritar pe magistralele principale ale orașului sau în afara acestuia, evitând amplasarea acestora în blocurile locative;
- atribuirea statutului de cantine sociale și dietetice;
- extinderea numărului unităților de alimentație publică de tip sezonier pentru deservirea consumatorilor în sezonul estival;
- majorarea numărului de unități de alimentație publică de tip deschis pentru copii, iar în cele existente amenajarea încăperilor sau terenurilor pentru copii, cu prestarea serviciilor respective;

- asigurarea unităților de alimentație publică existente cu rampe de acces pentru persoanele cu dizabilități;
- promovarea preparării și comercializării articolelor culinare, făinoase și de patiserie din bucătăria tradițională și cea națională;
- Promovarea extinsă a alimentației sănătoase în rândurile populației conform principiului: de la produse alimentare sigure la un regim alimentar sănătos. În promovarea și extinderea alimentației sănătoase cu alimente sigure, exprimată prin calitatea și cantitatea principalelor nutrienți (proteine, lipide și glucide), prin valoarea nutritivă biodisponibilă cât mai ridicată, salubre, substanțe cu caracter antinutritiv, aditivi, compuși chimici etc. se implică toate părțile componente care participă la producerea, procesarea, distribuirea etc. prin pregătirea profesională și controlul de laborator la un înalt nivel, în baza actelor normative și standardelor în vigoare ale Republicii Moldova;
- organizarea unui depozit centralizat pentru aprovizionarea cantinelor școlarești cu produse alimentare, semipreparate;
- crearea unei ediții informative pentru conducătorii unităților de alimentație publică, privind activitatea integră și prestarea serviciilor în domeniul alimentației publice.

**Direcțiile principale de dezvoltare a unităților de alimentație publică și perfecționarea cadrului legislativ și normativ de reglementare a activității acestora:**

- revizuirea cadrului legislativ și normativ în sfera serviciilor de alimentație publică;
- eliminarea divergențelor și a interpretărilor duble ale legislației, vizând serviciile de alimentație publică;
- elaborarea unor norme noi și actualizarea celor în vigoare ce reglementează activitatea în domeniul alimentației publice;
- amenajarea și desfășurarea activității unităților de alimentație publică în zonele publice;
- optimizarea reglementării modalității de formare a prețurilor în unitățile de alimentație publică, acordând o atenție deosebită unităților de alimentație publică de tip închis, care deservește consumatorii la locul de muncă, studii, instituții medicale, cantine sociale etc.;
- reconstrucția cantinei dietetice din str. Mitropolit Dosoftei, 144 (întreprindere municipală);
- elaborarea unui Regulament privind promovarea alimentației sănătoase a elevilor instituțiilor de învățământ preșcolar și preuniversitar, cu implicarea instituțiilor interesate;
- atribuirea statutelor de întreprinderi municipale întreprinderilor de alimentație publică de stat existente, implicate la asigurarea cu hrană caldă a elevilor instituțiilor de învățământ preuniversitar;
- crearea instituției sau cursurilor de pregătire și perfecționare a angajaților din domeniul prestării serviciilor de alimentație publică;
- desfășurarea periodică a concursurilor și campionatelor gastronomice, în scopul sporirii performanțelor profesionale și promovării alimentației sănătoase în rândurile cetățenilor.

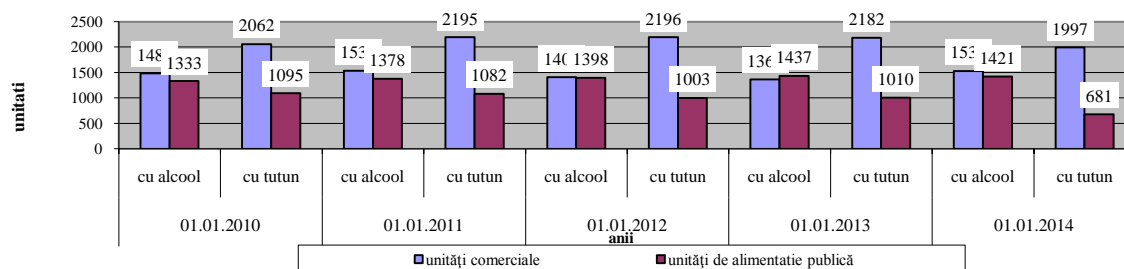
## 2. COMERCIALIZAREA CU AMĂNUNTUL A BĂTURILOR ALCOOLICE ȘI ARTICOLELOR DIN TUTUN

În conformitate cu Legile nr. 1100-XIV din 30.06.2000 „Cu privire la fabricarea și circulația alcoolului etilic și a producției alcoolice” și nr. 278-XVI din 14.12.2007 „Cu privire la tutun și la articolele din tutun” și prevederile Regulamentului privind modul de acordare a dreptului de a comercializa cu amănuntul producție alcoolică, și Regulilor de comercializare cu amănuntul a articolelor din tutun pe teritoriul municipiului Chișinău, aprobate prin deciziile Consiliului municipal Chișinău nr. 7/5 și 7/6 din 02.07.09, se examinează la fața locului condițiile de comercializare cu amănuntul a producției alcoolice și articolelor din tutun, pentru acordarea dreptului de a comercializa aceste grupuri de mărfuri în unitățile de comerț și alimentație publică.

După intrarea în vigoare a modificărilor referitoare la taxele pentru unitățile comerciale și/sau de prestări servicii din municipiul Chișinău, aprobate prin decizia Consiliului Municipal Chișinău nr. 3/2 din 29.03.2013 (modificată prin decizia Consiliului Municipal Chișinău nr. 9/9 din 28.11.2013), se observă o descreștere a unităților de comerț și alimentație publică în care se comercializează producție alcoolică și articole din tutun.

**Figura 2. Dinamica unităților de comerț și alimentație publică care comercializează producție alcoolică și articole din tutun în perioada anilor 2010 – 2013**

*Sursa: Raport privind activitatea Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii*



### 3. ACTIVITĂȚILE PIEȚELOR AUTORIZATE

Cadrul legal ce reglementează activitatea piețelor sunt Hotărârile de Guvern nr. 517 din 18.09.96 “Cu privire la aprobarea Regulilor de funcționare a rețelei de comerț ambulant și a Regulilor de comerț în piețele din Republica Moldova” și nr. 955 din 21.08.2004 “Despre aprobarea Regulamentului-tip de funcționare a piețelor”.

În prezent, pe teritoriul orașului Chișinău activează autorizat **42 de piețe** ce propun comercianților circa **16,4 mii locuri de comerț**, inclusiv:

- **17 piețe mixte;**
- **7 piețe de mărfuri nealimentare;**
- **2 piețe de produse agroalimentare;**
- **7 piețe de comercializare a florilor;**
- **6 piețe de comercializare a automobilelor și pieselor auto de schimb;**
- **o piață de păsări și animale de companie;**
- **o piață de materiale de construcție;**
- **o piață de mărfuri second-hand.**

În rezultatul creșterii numărului de centre comerciale moderne care propun consumatorilor o gamă largă de mărfuri alimentare și nealimentare, cu aplicarea metodelor contemporane de deservire, gestionarii piețelor depun tot mai mult efort și amenajează piețele conform cerințelor actuale mereu crescânde, inclusiv cu utilaj comercial modern, creează noi locuri de muncă și condiții mai favorabile atât pentru vânzători, cât și pentru consumatori.

Au fost întreprinse măsuri întru îmbunătățirea deservirii consumatorilor de către gestionarii halelor de comercializare a produselor ușor alterabile din teritoriul Pieței Centrale, halelor de comercializare a produselor lactate, salamurilor și mezelurilor, acestea fiind dotate treptat cu vitrine frigorifice, iar locurile de comercializare a cărnii proaspete au fost căptușite cu material inoxidabil.

Din cele circa **16,4 mii locuri de comerț** amplasate pe teritoriul piețelor, la momentul actual sunt ocupate circa **13,6 mii** (din care la circa 10 mii locuri se comercializează mărfuri nealimentare, iar la circa **3,6 mii locuri - produse agroalimentare**). Pe teritoriul piețelor sunt amplasate și activează, de asemenea, 2261 unități comerciale și de prestări servicii staționare (depozite, magazine, pavilioane, gherete).

Este necesar de remarcat faptul că 40 de piețe sunt în proprietate privată și doar 2 (Piața Centrală din str. Mitropolit Varlaam, 63 și filiala acesteia din str. Cărbunarilor, 9) sunt întreprinderi municipale. În acest context este necesar de accentuat că, în pofida faptului că Piața Centrală este întreprindere municipală, circa 75-80 % din imobile și terenul din piață, inclusiv halele de comercializare a cărnii, mezelurilor și produselor lactate, sunt privatizate.

Structura amplasării piețelor pe sectoare :

- **s. Centru – 14 piețe (mixte – 5; nealimentare – 6; de păsări și animale de companie – 1; mărfuri second-hand – 1; de flori – 1);**
- **s. Buiucani – 9 piețe (mixte – 4; de flori – 2; auto – 3);**
- **s. Râșcani – 8 piețe (mixte – 2; nealimentare – 1; auto – 2; agroalimentare – 2; materiale de construcție – 1);**
- **s. Botanica – 8 piețe (mixte – 5; de flori – 2; auto – 1);**
- **s. Ciocana – 2 piețe (mixte – 1; de flori – 1).**

Structura piețelor denotă amplasarea neuniformă a acestora în oraș. Mai mult, în zona Gării Auto Centru, unde traficul rutier este extrem de aglomerat, sunt amplasate 8 piețe.

Acest lucru se întâmplă din cauza lipsei unui concept privind dezvoltarea piețelor ce ar reglementa deschiderea piețelor din punctul de vedere al mai multor criterii, cum ar fi: necesitatea amplasării pieței în locul preconizat, numărul locuitorilor din zona respectivă, numărul unităților comerciale staționare din zonă, căile de acces etc.

Problema amplasării piețelor în orașul Chișinău există de mai mult timp. Sporirea numărului de piețe, concentrarea acestora în centrul – nucleu istoric al orașului Chișinău și în regiunea Gării Auto Centru, precum și comerțul stradal neautorizat de pe străzile adiacente piețelor, a adus la:

- supraaglomerarea traficului rutier (un număr mare de unități de transport de pasageri urban și suburban, transportarea mărfurilor către piețe, flux sporit de cumpărători, vânzători etc.);
- incomoditatea deplasării libere a pietonilor;
- înrăutățirea aspectului arhitectural al urbei;
- starea sanitară nesatisfăcătoare a străzilor adiacente piețelor etc.

Astfel, apare necesitatea stringentă de a stabili un număr optim de piețe necesare orașului (pe tipuri de mărfuri comercializate, amplasament, infrastructură etc.), respectiv, pentru aceasta este necesar un studiu care să cuprindă:

- principii de amplasare;
- estimarea volumului piețelor (nr. locuitorilor în zona dată, căile de acces, rețeaua de unități comerciale staționare în zona dată, infrastructura etc.);
- identificarea unor metode de modernizare a piețelor, inclusiv utilizarea procedeeleor contemporane de agrologistică, dat fiind faptul că actualmente forma de organizare a piețelor este depășită în timp, atât structural, cât și tehnic;
- diversificarea bussinesului mic și mijlociu, identificarea unor forme noi de achiziționare a produselor;
- divizarea piețelor pe sectoare (utilizarea prevederilor planului urbanistic general), volumul desfacerilor în piețe, calculul necesităților populației, nivelul salariilor și capacitatea de cumpărare, estimarea raportului cerere-ofertă (utilizarea datelor statistice, concurența, procedee fiscale etc.);
- examinarea și implementarea experienței capitalelor altor state.

Soluții:

1. Optimizarea numărului piețelor în intravilan și îndeosebi în centrul-nucleu istoric al orașului Chișinău.
2. Reamplasarea piețelor la periferia orașului și crearea de condiții favorabile pentru producătorii autohtoni de produse agricole, pentru comercializarea producției cu ridicata (lipsa necesității de a intra în oraș cu transport de mare tonaj).
3. Organizarea în fiecare sector al orașului Chișinău a piețelor municipale de produse agroalimentare, exclusiv pentru producătorii autohtoni, inclusiv producătorii individuali, fapt ce va crea următoarele posibilități:



- a menține la control tarifele la serviciile prestate de administrația pieței, fiind coordonate cu autoritatea administrației publice locale;
- a forma o concurență piețelor private, care va aduce la micșorarea prețurilor;
- a exclude serviciile de intermediere a precupeților, ceea ce va conduce la menținerea prețurilor la produsele agricole la un nivel real și accesibil;
- în cazul în care producătorii nu au posibilitate de a-și comercializa singuri producția și doresc să o predea engros, aceasta să fie achiziționată la prețuri rezonabile de către administrația piețelor, cu comercializarea ulterioară a ei de către angajații piețelor.

Rezultate așteptate:

Îmbunătățirea situației privind:

- aspectul centrului – nucleu istoric al orașului Chișinău;
- degajarea traficului rutier în centrul orașului (libera circulație a transportului urban de pasageri și a pietonilor);
- ameliorarea situației privind starea sanitară a urbei;
- condițiile avantajoase pentru fermieri;
- prețurile adecvate la produsele agroalimentare;
- comerțul stradal neautorizat (dispariția acestuia).

## 4. COMERȚUL STRADAL NEAUTORIZAT

Legislația în vigoare ( Legea nr. 231/23.09.2010 privind comerțul interior, art. 6, lit. M) denotă faptul că AAPL sunt responsabile de interzicerea și suprimarea activităților de comerț neautorizat. În același timp, legiuitorul nu delegă suficiente competențe organelor APL în vederea realizării responsabilității.

Combaterea comerțului neautorizat pe teritoriul municipiului Chișinău se efectuează prin intermediul grupurilor de lucru create în acest sens de către prețurile de sector. De regulă, din componența grupurilor date fac parte reprezentanții preterurii, Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii, Inspectoratului de Poliție, Direcției Administrare Fiscală, Centrului de Sănătate Publică, Agenției pentru Protecția Consumatorilor.

Comerțul neautorizat a devenit una dintre cele mai stringente probleme ce afectează imaginea municipiului Chișinău. Acest fenomen s-a răspândit pe străzile orașului, formând anumite focare, care, pe lângă faptul că afectează peisajul urban, se reflectă asupra concurenței loiale pe acest segment.



bd. Moscova colț str. Matei Basarab colț



str. Alba-Iulia colț str. L. Deleanu



În preajma pieței „Negustorii”



str. Armenească

Cauza principală a răspândirii comerțului neautorizat și a dezvoltării focarelor de comerț neautorizat rezidă în faptul că AAPL nu le sunt atribuite competențele agentului constatator. Totodată, legiuitorul a limitat și organele de poliție în ceea ce privește posibilitatea de a combate acest fenomen, prin prisma retragerii dreptului de confiscare a mărfurilor comercializate ilicit.

O altă cauză ce influențează răspândirea fenomenului dat este tendința comercianților de a se eschiva de la achitarea taxelor pentru desfășurarea comerțului pe teritoriul municipiului Chișinău și conștientizarea faptului că, capacitatea administrativă de combatere este net inferioară numărului de comercianți. Este necesar de menționat faptul că pentru produsele vândute în stradă se atestă o cerere ascendentă, locuitorii capitalei preferă să cumpere produsele respective ținând cont de prețul mai redus al acestora, comparativ cu cele comercializate în magazine sau piețe.

Efectele pe care le generează dezvoltarea comerțului neautorizat constau în:

- (a) neasigurarea securității consumatorilor, în condițiile în care produsele comercializate nu dețin acte de proveniență și certificate de testare a calității acestora;
- (b) afectarea concurenței loiale în raport cu acei comercianți, care se conformează rigorilor normative;
- (c) aglomerarea străzilor orașului și crearea unor impedimente pentru circulația liberă a autovehiculelor și a pietonilor;
- (d) nevalorificarea potențialelor surse de venit în bugetul municipal;
- (e) impulsivitatea agenților economici de a activa în afara cadrului legal;
- (f) evaziunea fiscală.

Este important de a menționa faptul că unii comercianți ambulanți abuzează de facilitățile oferite de către AAPL și sub pretextul că vor comercializa în stradă surplusul agricol, care a fost obținut în urma imposibilității de a-l vinde, își extind activitatea și comercializează fructe exotice și alte tipuri de produse.

### III. ANALIZA SWOT A SFEREI COMERȚULUI INTERIOR ÎN MUNICIPIUL CHIȘINĂU

Puncte forte:	Puncte slabe:
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Existența bazei legislative care stabilește principiile generale de desfășurare a activităților din comerț;</li> <li>- Sporirea continuă a vânzărilor de mărfuri;</li> <li>- Majorarea ponderii comerțului organizat prin modernizarea rețelei comerciale.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Volumul insuficient de mărfuri autohtone pentru piața internă de consum;</li> <li>- Dezechilibrul vânzărilor de mărfuri și rețelei comerciale în profil teritorial;</li> <li>- Desfășurarea activităților în comerț în baza patentei de întreprinzător;</li> <li>- Nivelul scăzut de conlucrare între organele centrale de specialitate, autoritățile administrației publice locale și sectorul privat;</li> <li>- Comerțul neautorizat stradal;</li> <li>- Nivelul insuficient de pregătire profesională a personalului încadrat în unitățile de comerț.</li> </ul>
Oportunități:	Amenințări (Riscuri)
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Crearea premiselor de instituire a „ghișeelor unice” în cadrul instituțiilor publice, care vor permite simplificarea procedurii de legalizare a activităților în comerț;</li> <li>- Aplicarea tehnologiilor moderne în comerț prin sporirea investițiilor.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Economia tenebră și traficul ilicit de mărfuri;</li> <li>- Existența concurenței neloiale pe unele segmente de piață;</li> <li>- Dependența pieței interne de importuri;</li> <li>- Infrastructura calității subdezvoltată, comparativ cu economiile occidentale;</li> <li>- Capacitățile reduse ale agenților economici de a implementa sisteme de gestiune a calității.</li> </ul>

## IV. STRATEGIA DE DEZVOLTARE A COMERȚULUI INTERIOR ÎN MUNICIPIUL CHIȘINĂU

Elaborarea Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău reprezintă un demers inițiativ absolut necesar, ce va defini obiectivele strategice ale sferei pentru perioada 2015-2020, precum și direcțiile principale de acțiune pentru atingerea acestor obiective.

Procesul elaborării strategiei a avut la bază un caracter consultativ și participativ accentuat. Etapele parcurse anterior au avut ca rezultat descrierea situației actuale a municipiului în cadrul a 4 documente:

- **profilul sectorului;**
- **studiul cantitativ asupra cetățenilor;**
- **studiul calitativ asupra opiniilor actorilor locali;**
- **Analiza SWOT.**

Au fost, astfel, identificate punctele tari și punctele slabe ale sferei de comerț, precum și factorii externi – oportunitățile și riscurile cu care se confruntă. Pe parcursul elaborării acestor documente, s-au derulat, sub îndrumarea echipei de Experți, discuții în Grupurile consultative de lucru, pentru identificarea problemelor critice cu care se confruntă municipiul și a proiectelor necesare a fi promovate.

În parcursul elaborării Strategiei au fost luate în calcul următoarele documente strategice: Analiza cadrului strategic identifică prioritățile stabilite la nivelurile: național, regional și raional. Acesta își propune, de asemenea, să identifice influența pe care strategiile respective o au asupra municipiului, precum și importanța de care acesta se bucură în cadrul procesului de elaborare a planurilor de dezvoltare. La elaborarea Strategiei s-a ținut cont de prevederile Strategiei „Moldova 2020”, Strategiei naționale de dezvoltare regională, Strategiei securității naționale, Strategiei de dezvoltare a sectorului întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2012-2020, Programului de activitate al Guvernului pe anii 2013-2014 „Integrare Europeană: Libertate, Democrație, Bunăstare”, Strategia de dezvoltare a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020, precum și ale altor documente de politici publice relevante. Concomitent, prezenta Strategie constituie o completare a strategiilor nominalizate și o platformă de coordonare a activității de implementare a acestora.

**Strategia de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău** reprezintă cadrul pentru o viziune pe termen lung asupra dezvoltării durabile, în care creșterea economică, coeziunea socială și protecția mediului merg mână în mână și se sprijină reciproc. Urmare a

ședințelor de lucru ale Grupurilor Consultative și a discuțiilor purtate de consultant atât cu grupurile consultative de lucru, cât și cu experții, luându-se în considerare rezultatele analizării situației actuale și problematicile critice identificate, au fost propuse patru viziuni asupra dezvoltării comerțului interior în municipiul Chișinău, urmând ca, în cadrul procesului final de consultare publică și al discuțiilor cu Structurile Locale de Lucru și cu Echipa de experți, să fie validată acea viziune care corespunde aspirațiilor municipiului pentru orizontul de timp dat.

Abordarea integrată a acestor aspecte va conduce la o mai bună coordonare a actorilor locali și intervențiilor acestora, și rezolvarea mai eficientă a problemelor de dezvoltare economico-socială, Strategia de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău, pentru perioada 2015 – 2020, contribuind în mod semnificativ la dezvoltarea socio-economică viitoare a municipiului.

**Viziunea: Municipiul Chișinău - unitate administrativ-teritorială atractivă din punct de vedere economic, orientată spre stimularea comerțului organizat și legal într-un mediu concurențial sănătos și canalizarea lor spre satisfacerea nevoilor consumatorilor cu necesarul de produse și servicii competitive.**

Viziunea propusă nu implică formularea unor obiective strategice diferite, ci doar prioritizarea diferită a proiectelor în cadrul obiectivelor specifice și a măsurilor. Pentru a realiza viziunea propusă, s-au identificat următoarele obiective strategice:

<b>Domeniul de intervenție</b>	<b>Obiectivul strategic</b>	<b>Cod</b>
<b>Perfecționarea cadrului normativ</b>	Elaborarea unor norme noi de reglementare a comerțului interior	<b>PCNC</b>
<b>Competitivitatea</b>	Sporirea competitivității produselor/serviciilor plasate pe piață	<b>CPS</b>
<b>Infrastructura</b>	Îmbunătățirea infrastructurii comerciale în teritoriu	<b>ICT</b>
<b>Distribuția/ comercializarea</b>	Modernizarea formelor de distribuție și comercializare a produselor/serviciilor	<b>MDC</b>
<b>Forța de muncă</b>	Asigurarea comerțului cu forță de muncă calificată și în permanentă perfecționare	<b>AFMCP</b>



## DETALIEREA OBIECTIVELOR PE DOMENII – DIRECȚII ȘI MĂSURILE DE IMPLEMENTARE

### 1. Obiectivul strategic : Perfecționarea cadrului normativ și instituțional de reglementare a activităților din comerț

**PCNC 1: Aducerea în concordanță a actelor normative ale Consiliului municipal Chișinău cu prevederile legislației în vigoare din domeniul comerțului.**

**Măsura PCNC 1.1.** - Revizuirea cadrului legislativ și normativ aferent comercializării produselor/serviciilor;

**Măsura PCNC 1.2.** - Elaborarea unor norme noi de reglementare a comerțului interior al municipiului Chișinău în conformitate cu legislația în vigoare.

### 2. Obiectivul strategic : Sporirea competitivității produselor/serviciilor plasate pe piață- CPS

**CPS 1: Consolidarea resurselor de marfă calitativă și la un preț accesibil, preponderent din produse autohtone**

**Măsura CPS 1.1** – Promovarea produselor autohtone prin diferite activități (iarmaroace, târguri, expoziții etc.)

**Măsura CPS 1.2** – Susținerea desfășurării activității producătorilor din localitățile municipiului în vederea fabricării produselor (produse de artizanat, meșteșugurile, procesarea produselor agricole ) și oferirii de servicii comerciale (confeccionări, reparații, spălătorii, frizerii etc.)

**Măsura CPS 1.3** – Conectarea la sistemul informațional unic privind plasarea produselor pe piață și supravegherea lor.

**CPS 2: Susținerea dezvoltării competențelor producătorilor locali în domeniul planificării și promovării vânzărilor**

**Măsura CPS 2.1** – Încurajarea producătorilor locali în ceea ce privește creșterea performanțelor produselor prin aplicarea tehnologiilor moderne și crearea produselor noi, în special a celor ecologice.

**Măsura CPS 2.2** – Promovarea extinsă a alimentației sănătoase în rândurile populației conform principiului: de la produse alimentare sigure la un regim alimentar sănătos.

**Măsura CPS 2.3** – Îmbunătățirea calității produselor autohtone concomitent cu reducerea costurilor de producție, în vederea sporirii competitivității produselor fabricate, folosind tehnologiile noi, accesarea fondurilor europene și a granturilor. Modernizarea bazei tehnico-materiale a cantinelor instituțiilor de învățământ preuniversitar din cadrul întreprinderilor municipale de alimentație publică;

### 3. Obiectivul strategic : Îmbunătățirea infrastructurii comerciale în teritoriu - ICT

#### ICT 1: Organizare spațială, inventariere urbană, fond construit

**Măsura ICT 1.1** – Evaluarea infrastructurii comerciale existente în profil teritorial.

**Măsura ICT 1.2** – Amplasarea unităților comerciale/de prestări servicii în conformitate cu planurile urbanistice elaborate.

Măsura ICT 1.3 - Stimularea dezvoltării infrastructurii comerciale și extinderea acesteia. Optimizarea numărului de gherete în municipiul Chișinău și înlocuirea lor cu gherete/complexe municipale (parteneriat public-privat, de exemplu).

#### ICT 2: Stimularea dezvoltării parteneriatului public-privat în domeniul comercializării produselor și a serviciilor

**Măsura ICT 2.1** – Deschiderea cantinelor sociale cu suportul autorităților administrației publice locale și agenților economici.

**Măsura ICT 2.2** – Sprijinirea agenților economici în vederea inițierii proiectelor noi de deservire a populației (comercializarea apei potabile în cartiere, în cadrul sărbătorilor de iarnă, amplasarea teraselor de vară pe străzile auxiliare și în zonele de agrement etc.)

**Măsura ICT 2.3** - Modernizarea/optimizarea piețelor agroalimentare din localitățile municipiului, destinate vânzării doar a produselor agricole și a unor produse aferente acestora (semințe, îngrășăminte minerale, inventar de grădină etc.). Optimizarea piețelor de mărfuri nealimentare cu interzicerea activității lor în centrul-nucleul istoric al orașului Chișinău (crearea unei zone comerciale de mărfuri nealimentare cu infrastructura necesară).

#### ICT 3: Dezvoltarea și modernizarea infrastructurii de mediu economic stabil

**Măsura ICT 3.1** - Acordarea înlesnirilor fiscale la plata taxei locale pentru unitățile comerciale și/sau de prestări servicii agenților economici care contribuie la crearea locurilor de muncă, prin extinderea unei rețele de unități comerciale sau de producție, cu atragerea investițiilor considerabile.

**Măsura ICT 3.2** - Crearea sistemului informațional unic ( Ghișeu unic) pentru eliberarea autorizațiilor de funcționare.



#### 4. Obiectivul strategic : Modernizarea formelor de distribuție și comercializare a produselor/serviciilor - MDC

##### MDC 1 : Perfecționarea tehnologiilor comerciale și introducerea unor forme moderne de vânzare.

**Măsura MDC 1.1** - Extinderea sistemelor de distribuție integrate (crearea unor magazine moderne cu mari suprafețe și bine utilizate din punct de vedere tehnologic, capabile să desfășoare activități specifice tuturor stadiilor de circulație a mărfurilor (comerțul cu ridicata, mic-engros și comerțul cu amănuntul);

**Măsura MDC 1.2** - Încurajarea extinderii magazinelor de firmă (de brand), în special ale producătorilor locali, cu marca „Fabricat în Moldova” și a magazinelor specializate;

**Măsura MDC 1,3** - Susținerea implementării comerțului ce va oferi consumatorilor produsul în imediata apropiere a locului de consum (vânzare la domiciliu, vânzare pe bază de comandă, televânzarea, comerțul electronic, magazine on-line etc.).

##### MDC 2: Cooperarea între producători – angroșiști-detailiști, în special în logistică

**Măsura MDC 2.1**- Introducerea codului de bune practici în relațiile „producător – comerciant” pentru produsele alimentare.

**Măsura MDC 2.2** - Susținerea creării unui centru agroalimentar la nivel național (mun. Chișinău) cu baza tehnico-materială și logistică corespunzătoare (depozite, camere frigorifice, mijloace de transport, marketing etc.).

#### 5. Obiectivul strategic : Asigurarea comerțului cu forță de muncă calificată și în permanentă perfecționare - AFMCP

##### AFMCP 1: Perfecționarea potențialului uman antrenat în activitățile de comerț

**Măsura AFMCP 1.1** - Susținerea instituirii unui centru de management și formare profesională în domeniul comerțului în cadrul parteneriatului public-privat și crearea în baza acestui centru a unui sistem de consalting (punct de contact pe teme comerciale) pentru comercianți, care să aibă acces la sistemul european al centrelor informaționale;

**Măsura AFMCP 1.2.** - Desfășurarea periodică a concursurilor și campionatelor gastronomice, în scopul sporirii performanțelor profesionale și promovării alimentației sănătoase în rândurile cetățenilor.

**Măsura AFMCP 1.3.** - Desfășurarea periodică a concursurilor privind proiectele și ideile din domeniul producerii, comerțului și prestării serviciilor în municipiul Chișinău.

## **AFMCP 2: Reciclarea și instruirea continuă a lucrătorilor din comerț**

**Măsura AFMCP 2.1** - Încurajarea schimburilor de experiență privind promovarea celor mai bune practici comerciale;

**Măsura AFMCP 2.2** - Instituirea unei baze de date unice privind evidența angajaților din domeniul alimentației publice (chelneri, bucătari, barmeni)

## V. IMPLEMENTARE ȘI MONITORIZARE, IMPACTUL IMPLEMENTĂRII STRATEGIEI

Elementele-cheie care stau la baza planificării strategice sunt: monitorizarea și evaluarea. Acestea constau în evaluarea activităților, a rezultatelor intermediare, atingerea scopurilor în intervalul de timp asumat, în condițiile resurselor alocate.

Separat de structura responsabilă cu implementarea strategiei, încă din momentul aprobării acesteia în Consiliul Local, este necesar ca activitățile respective să fie realizate de către Direcția generală comerț, alimentație publică și prestări servicii. Responsabilitățile constau în: analiza periodică a stadiului implementării, propuneri pentru revizuirea planului, analizarea și aprobarea rapoartelor intermediare, întocmirea obiectivelor generale, a obiectivului specific și măsurii.

La ședințele periodice de monitorizare pot participa, la invitația Direcției, și reprezentanți ai organizațiilor locale, regionale sau naționale implicate în derularea procesului dezvoltării strategice: agenții de dezvoltare, ministere, asociații ale întreprinzătorilor din diferite domenii, reprezentanți ai societății civile etc., în funcție de specificul proiectelor.

Pentru monitorizarea strategiei sunt folosite două categorii de indicatori: *indicatorii de impact* și *indicatorii de rezultate*.

În cadrul ședințelor periodice, stadiul implementării poate fi monitorizat în orice moment de către Direcția responsabilă cu acest lucru cu ajutorul fișelor fiecărui obiectiv strategic, detaliate mai jos, prin completarea acestora.

Pentru realizarea acestui lucru, este necesară colaborarea cu toate instituțiile implicate, pentru furnizarea unor date și informații corecte și concrete, altfel rezultatele obținute nu reprezintă o imagine fidelă a statutului strategiei. Aceste fișe, precum și categoriile de indicatori menționați, nu sunt limitative, reprezintă doar un punct de pornire în evaluarea stadiului implementării strategiei.

Pe parcursul derulării procesului de implementare din cadrul municipiului Chișinău, în fișele de monitorizare pot fi introduse, de către colectivul Direcției, responsabil cu acest lucru, și alte categorii de indicatori, atunci când aceștia consideră ca fiind necesar acest lucru, pentru o mai bună monitorizare.

## VI. METODOLOGIA DE ELABORARE A STRATEGIEI

Strategia de dezvoltare a comerțului interior în municipiul Chișinău pentru anii 2015 - 2020 servește ca bază atât pentru dezvoltarea economiei locale, cât și pentru îmbunătățirea calității vieții cetățenilor.

Realizată din inițiativa Primăriei municipiului Chișinău, strategia se bazează pe un proces participativ unic, ce implică autoritățile locale, cetățenii și mediul privat, prin intermediul sondajelor și dezbaterilor organizate de Consultanți.

Pentru realizarea Strategiei, au fost desfășurate următoarele activități:

**1. Pregătirea documentației în vederea culegerii de informații și constituirea Consiliului participativ local pentru fiecare domeniu de interes local, al Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii, ce validează fiecare etapă din planul de implementare a strategiei, ca for cu drept de recomandare.**

În sarcina Consiliului participativ local este managementul procesului de elaborare a strategiei de dezvoltare locală durabilă. Astfel, Consiliul participativ local a fost constituit din angajații Direcției și experți.

Dimensiunea Consiliului este suficient de mare pentru a asigura reprezentativitatea tuturor grupurilor din comunitate, dar și suficient de restrânsă încât să se poată ajunge la un consens.

Odată cu stabilirea componenței Consiliului participativ local, au fost nominalizate și persoanele care activează în cadrul Direcției de comerț, alimentație publică și prestări servicii, ce au avut drept responsabilitate dezvoltarea și implementarea activităților programului coordonat de Consiliu. Direcția de comerț, alimentație publică și prestări servicii a municipiului Chișinău este punctul de contact al proiectului, de unde se pot afla oricând informații despre stadiul implementării și de unde se pot obține răspunsuri la orice interpelare a Comunității.

În ceea ce privește Consiliul participativ local, rolul acestuia este de a reprezenta comunitatea cât de mult posibil în procesul participativ de elaborare a strategiei.

Consiliul participativ local identifică soluțiile pentru fiecare problemă critică, prin colectarea și analiza informațiilor.

## **2. Întocmirea Profilului Critic al Comunității, prin intermediul unei analize extinse a documentației disponibile cu privire la Comunitate în ansamblul ei.**

Astfel, pentru definirea și înaintarea unor propuneri concrete de dezvoltare durabilă, s-a realizat, în primul rând, un diagnostic al cadrului socio-economic și al activităților desfășurate în municipiul Chișinău.

Au fost investigate 5 domenii de acțiune strategică:

- Turismul;
- Dezvoltarea urbană, infrastructura și protecția mediului;
- Serviciile publice, protecție socială, învățământ, sănătate, siguranța cetățeanului;
- Dezvoltarea economică;
- Cultură și patrimoniul specific.

Este foarte important ca analiza situației actuale să fie una cât mai realistă, drept pentru care colectarea datelor din teritoriu s-a făcut în colaborare cu Direcția generală comerț, alimentație publică și prestări servicii, instituțiile locale și membrii comunității locale. Cu ajutorul acestor seturi integrate de informații, au fost determinate, printre altele, potențialul turistic al localității, baza economică a acesteia, s-au identificat resursele, s-au evaluat structura și nevoile pieței forței de muncă, a fost stabilit un profil al populației pe baza tendințelor demografice din ultimii ani și s-a evaluat starea de poluare.

## **3. Analiza SWOT**

Prin aplicarea analizei SWOT au fost obținute informații relevante pentru situația existentă, prin care au fost inventariate toate aspectele ce descriu municipiul Chișinău. Astfel, rezultatul acestor etape îl constituie raportul privind analiza diagnostică.

## **4. Elaborarea planului de dezvoltare strategică și determinarea cadrului de implementare a acestuia, cu sprijinul structurilor locale.**

Identificarea direcțiilor de intervenție strategică, prin intermediul Consiliului participativ local, se finalizează cu prezentarea către Direcția de comerț, alimentație publică și prestări servicii a municipiului Chișinău a obiectivelor specifice, pentru fiecare obiectiv general, respectiv a măsurilor necesare pentru adresarea fiecărui obiectiv specific.

Dat fiind faptul că cea mai mare parte a resurselor umane și financiare necesare implementării strategiei provine de la nivelul administrației publice locale, documentul de planificare strategică va fi supus spre aprobare Consiliului municipal Chișinău în mod oficial. În acest mod, angajamentul implementării strategiei este unul public și devine una dintre prioritățile administrației publice locale în exercițiile financiare publice ale următorilor ani.

**5. Elaborarea planului de implementare după identificarea obiectivelor strategice și validarea acestora** de către comunitate, prin intermediul grupurilor locale de lucru, trece la următorul pas al planificării strategice, ce constă în identificarea proiectelor, alocarea resurselor și identificarea partenerilor posibili pentru fiecare proiect.

În cadrul grupurilor de lucru au fost discutate și analizate cele mai importante proiecte, în contextul limitat al resurselor umane și financiare. Toate proiectele sunt importante pentru viitorul comunității și se încadrează în noile direcții, dar numai unele dintre acestea aduc o contribuție considerabilă asupra nivelului bunăstării colective într-un interval de timp dat.

Au fost luate în calcul și condițiile de eligibilitate menționate în documentele programatice ale fondurilor structurale, astfel încât proiectele să se încadreze în diferitele axe și măsuri pentru finanțare.

Totodată, pentru fiecare proiect în parte, au fost identificați și alocați indicatori de monitorizare și evaluare, instrumente utile în activitatea ulterioară a grupurilor de lucru, pentru implementare. Exercițiul de monitorizare este indicat a fi efectuat cel puțin trimestrial sau semestrial, iar evaluarea se va efectua anual, doar pentru anii care nu sunt de referință, în vederea ajustărilor structurale la nivel de obiective specifice și priorități.

## VII. CONSOLIDAREA CAPACITĂȚII INSTITUȚIONALE

Odată cu elaborarea strategiei și identificarea proiectelor pe domenii, este necesară implementarea acesteia prin intermediul Direcției generale comerț, alimentație publică și prestări servicii a municipiului Chișinău, structură ce va fi responsabilă de planificarea, implementarea și operarea planului strategic.

Astfel, în perioada imediat următoare, Consiliul Local va aproba strategia, ulterior va apărea necesitatea consolidării capacității instituționale a administrației publice, atât la nivelul conducerii, cât și la nivel de execuție.

Procesul de implementare a strategiei este unul de durată, în așa fel încât, un alt aspect foarte important este necesitatea mobilizării în scurt timp a administrației publice în vederea conceperii și implementării unor proceduri clare de lucru, în toate compartimentele și departamentele funcționale, un accent aparte punându-se pe structura în a cărei responsabilitate va fi implementarea strategiei.

Astfel, ar fi bine să se organizeze cursuri și alte forme de instruire pentru funcționarii publici, cele mai importante specializări în acest sens fiind dezvoltarea economică locală și regională, urbanism și amenajarea teritoriului, managementul de proiect, achizițiile publice, impozitele și taxele locale etc.

Totodată, pentru realizarea cu succes a proiectelor incluse în planul strategic și respectarea prioritizării acestora, în contextul actual este esențial accesul la fondurile europene.

Se recomandă înființarea unui birou specializat pentru implementarea direcțiilor de dezvoltare strategică, cu persoane care dețin un rol activ în planificarea strategică. Cele mai indicate sunt structurile locale, care au participat și au ajutat la identificarea componentelor planului strategic, cu precădere membrii Consiliului participativ local. Atunci când responsabilitatea implementării unui proiect revine unei structuri exterioare administrației publice, se recomandă ca organizarea și coordonarea parteneriatului să fie realizate tot de acest Consiliu participativ local de planificare și dezvoltare strategică, pentru asigurarea unui transfer real de cunoștințe și, foarte important, respectarea perioadei de implementare.

Este recomandabil ca Direcția generală comerț, alimentație publică și prestări servicii a municipiului Chișinău să se implice periodic în implementarea Strategiei, prin organizarea unor ședințe de progres, în care să fie analizat statutul strategiei, precum și necesitatea actualizării și ajustării acesteia.

Un alt punct esențial al structurii de implementare este promovarea strategiei. În acest scop, este necesar un marketing adecvat, pentru a informa populația despre strategie, precum și atragerea investitorilor externi pentru susținerea dezvoltării economiei locale.

În cadrul acțiunilor de marketing este deosebit de importantă informarea populației în termene proximale. Acest lucru se poate realiza fie prin intermediul site-ului administrației publice locale, fie prin crearea de noi pagini dedicate exclusiv strategiei și stadiului de implementare a acesteia.

Odată cu aprobarea strategiei de către Consiliul Local, ea devine un document programatic, o „Constituție a localității”, ceea ce acordă structurii de implementare sprijinul total și nemijlocit al cetățenilor, creând astfel un fundament solid în promovarea și implementarea proiectelor asumate, avându-se garanția atingerii obiectivelor pe termen lung și a obiectivului general valabil pentru comunitățile locale: prosperitate pentru prezent și viitor.

De asemenea, în perioada imediat următoare, este necesar de a elabora și aproba Strategia de Dezvoltare Locală Durabilă a municipiului Chișinău, atunci bugetul local privind veniturile și cheltuielile va reflecta noua abordare a managementului administrației publice locale asupra obiectivelor strategice. Astfel, acest buget trebuie să fie echilibrat și capabil să ofere suportul financiar optim necesar dezvoltării, reprezentând punctul critic al tuturor activităților de implementare.

Odată cu proiectele de dezvoltare, cel puțin la nivel incipient de fezabilitate, vor fi determinate sumele necesare implementării proiectelor în funcție de importanța lor, perioada de implementare, schema de coordonare a fondurilor publice, precum și a celor private, proprii sau atrase. Pentru managementul financiar al proiectelor – și, implicit, al fondurilor – este necesară o structură instituțională eficientă sau delegarea atribuțiilor către Direcția generală comerț, alimentație publică și prestări servicii a municipiului Chișinău, care să implementeze și să monitorizeze selectarea proiectelor. O altă responsabilitate importantă a acestei unități rezidă în atragerea de resurse financiare pentru implementarea proiectelor vizând:

- Fondurile publice – locale și/sau transferate la nivel de municipiu sau național;
- Fondurile publice și private pentru realizarea unor investiții de anvergură, care vor fi realizate prin parteneriat public privat;
- Fondurile private, de la nivelul investitorilor interni și externi;
- Fonduri nerambursabile, în special fonduri ale Uniunii Europene.

SECRETAR AL CONSILIULUI

Valeriu Didencu



**PLAN DE MANAGEMENT AL IMPLEMENTĂRII STRATEGIEI DE DEZVOLTARE A COMERȚULUI INTERIOR ÎN  
MUNICIPIUL CHIȘINĂU pentru anii 2015 - 2020**

Nr. crt.	Direcții prioritare/ acțiuni	Autoritatea responsabilă de executare	Termenul de realizare	Surse /costuri de finanțare	Indicatori de performanță/rezultatul scontat
1	2	3	4	5	6
<b>1. Obiectivul strategic : Perfecționarea cadrului normativ și instituțional de reglementare a activităților din comerț</b>					
1.1.	Elaborarea propunerilor privind modificarea și completarea Legii nr. 231 din 23 septembrie 2010 cu privire la comerțul interior referitor la înregistrarea/autorizarea activităților din comerț	Direcția generală CAPPs, în comun cu preturile de sector	2015	În limitele bugetului aprobat	Propuneri elaborate
1.2.	Elaborarea propunerilor privind modificarea și completarea proiectului de lege privind contractele (vânzările) la distanță (inclusiv comerțul electronic)	Direcția generală CAPPs,	2015	În limitele bugetului aprobat	Propuneri elaborate
1.3.	Elaborarea propunerilor privind modificarea și completarea proiectului de lege privind contractele în afara spațiilor comerciale	Direcția generală CAPPs,	2015	În limitele bugetului aprobat	Propuneri elaborate
1.4.	Înaintarea de propuneri privind modificarea și completarea proiectelor de hotărâri de Guvern în domeniul comerțului, prezentate Primăriei mun. Chișinău pentru examinare și expunerea opiniei	Direcția generală CAPPs, preturile de sector, subdiviziunile cointeresate	2015-2020	În limitele bugetului aprobat	Propuneri elaborate
1.5.	Elaborarea Regulamentului nou privind eliberarea autorizațiilor de funcționare a unităților comerciale și de prestare a serviciilor pe teritoriul municipiului Chișinău	Direcția generală CAPPs, preturile de sector, subdiviziunile cointeresate	2015	În limitele bugetului aprobat	Regulament aprobat

1.6.	Ajustarea cadrului normativ municipal la prevederile legislative în domeniu	Direcția generală CAPPs, preturile de sector,	2015-2020	În limitele bugetului aprobat	Acte normative ajustate
1.7.	Formularea și înaintarea inițiativei de modificare a prevederilor legislative, în vederea atribuirii calității de agent constatator AAPL responsabile de monitorizarea respectării regulilor de comercializare a produselor și serviciilor și de funcționare a comercianților	Direcția generală CAPPs, în comun cu preturile de sector	2015	În limitele bugetului aprobat	Propuneri înaintate
1.8.	Elaborarea ghidului comerciantului pentru municipiul Chișinău	Direcția generală CAPPs	2016	Resurse extrabugetare (asistență tehnică externă – circa 100 mii lei)	Ghid elaborat și publicat
1.9.	Crearea Comisiei municipale pentru consultări colective și negocieri în domeniul comerțului	Direcția generală CAPPs, în comun cu mediul de afaceri și mediul academic	2015	În limitele bugetului aprobat	Comisie funcțională creată
1.10.	Susținerea mediului de afaceri (comerțanții) în instituirea patronatului în comerț/alimentația publică	Direcția generală CAPPs,	2015	În limitele bugetului aprobat	Asociație profesională funcțională

## 2. Obiectivul strategic : Sporirea competitivității produselor/serviciilor plasate pe piață

2.1.	Efectuarea unui studiu privind organizarea iarmaroacelor, târgurilor, expozițiilor etc. în mun. Chișinău, cu studierea practicilor europene	Direcția generală CAPPs,	2015-2016	Resurse extrabugetare  Circa 300 mii lei	Studiu efectuat
2.2.	Organizarea diferitelor activități (iarmaroace, târguri, expoziții etc.) pentru promovarea produselor autohtone	Direcția generală CAPPs, în comun cu preturile de sector, Direcția agricultură și alimentație	2015-2020	În limitele bugetului aprobat	Iarmaroace, târguri, expoziții organizate
2.3.	Utilizarea mijloacelor informaționale și de comunicare pentru prevenirea și combaterea fabricării și comercializării de produse contrafăcute	Direcția generală CAPPs, Direcția municipală pentru siguranța alimentelor, Centrul de sănătate publică din mun. Chișinău, Administrația piețelor	Permanent	În limitele bugetelor aprobate	Mijloace informatice și de comunicare utilizate

2.4.	Efectuarea unui studiu de fezabilitate privind organizarea unui centru agro - logistic	Direcția generală CAPPs, Direcția generală Arhitectură, urbanism și relații funciare și Direcția Agricultură și Alimentație	2016	Resurse extrabugetare circa -500 mii lei	Studiu efectuat
2.5	Stimularea dezvoltării meșteșugurilor și a micii industrii în localitățile municipiului, relansarea meseriilor cu specific tradițional	Direcția generală economie, reforme și relații patrimoniale în comun cu Direcția generală CAPPs și Primăriile orașelor, comunelor (satelor) din mun. Chișinău	Permanent	Resurse extrabugetare (cu suportul proiectelor „PARE 1+1”, „Antreprenoriat inovativ pentru ocuparea durabilă” - vezi Strategia de dezvoltare a întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2012-2020)	Meserii nou-create
2.6.	Susținerea creării și extinderii unităților de prestări servicii în localitățile municipiului	Direcția generală Economie, reforme și relații patrimoniale în comun cu Direcția generală CAPPs și Primăriile orașelor, comunelor (satelor) din mun. Chișinău	Permanent	Resurse extrabugetare (cu suportul proiectelor „PARE 1+1”, „Antreprenoriat inovativ pentru ocuparea durabilă”  - vezi Strategia de dezvoltare a întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2012-2020)	Unități de prestări servicii create
2.7.	Conectarea la sistemul informațional nou-creat privind plasarea produselor pe piață, creat de către Ministerul Economiei	Direcția generală CAPPs, Direcția municipală pentru siguranța alimentelor, Centrul de sănătate public din mun. Chișinău	2016-2017	Resurse extrabugetare	Conexiune la Sistemul informațional creat
2.8.	Susținerea producătorilor autohtoni de produse ecologice prin promovarea lor în vederea participării	Direcția generală CAPPs, în comun cu preturile de sector, Direcția	2015-2020	În limitele bugetului aprobat	Agenți economici antrenați

	la activitățile organizate în municipiul Chișinău	agricultură și alimentație			
2.9.	Informarea consumatorilor despre promovarea unei alimentații sănătoase	Direcția Sănătății, Direcția municipală pentru siguranța alimentelor, Centrul de Sănătate Publică din mun. Chișinău	2015-2020	În limitele bugetului aprobat	Mijloace informatice și de comunicare utilizate
2.10.	Reutilizarea cantinelor instituțiilor de învățământ preuniversitar din cadrul întreprinderilor municipale de alimentație publică cu echipament și utilaj tehnologic modern	Direcția generală CAPPs, Direcția generală educație, tineret și sport, Întreprinderile municipale	2016-2020	Resurse extrabugetare  30 mln lei	Cantine modernizate
2.11.	Efectuarea unui studiu privind optimizarea procesului de aprovizionare centralizată a cantinelor școlărești cu semipreparate	Direcția generală CAPPs, Direcția municipală pentru siguranța alimentelor, Întreprinderile municipale	2017	Surse extrabugetare  250 mii lei	Studiu efectuat
<b>3. Obiectivul strategic : Îmbunătățirea infrastructurii comerciale în teritoriu</b>					
3.1.	Efectuarea unui studiu privind evaluarea infrastructurii comerciale și de prestări servicii în mun. Chișinău, inclusiv a piețelor	Direcția generală comerț APPs,	2015-2016	Surse extrabugetare  500 mii lei	Studiu efectuat
3.2.	Efectuarea unui studiu privind evaluarea rețelei de comerț ambulant. Optimizarea numărului de gherete în mun. Chișinău și înlocuirea lor cu gherete/complexe de gherete municipale	Direcția generală CAPPs, în comun cu preturile de sector	2015-2016	Resurse extrabugetare (posibil parteneriat public-privat) 250 mii lei	Studiu efectuat
3.3.	Elaborarea conceptului de amplasare a rețelei comerciale conform planului urbanistic zonal	Direcția generală CAPPs, Direcția generală Arhitectură, urbanism și relații funciare	2016	Resurse extrabugetare  500 mii lei	Concept elaborat
3.4.	Conexiunea sistemului informatic nou elaborat al Direcției cu harta Google.maps și actualizarea continuă a schemei generale de amplasare a unităților	Direcția generală CAPPs,	2015	În limitele bugetelor aprobate	Sistem informațional conectat

	comerciale și de prestări servicii				
3.5.	Elaborarea conceptului/plan de amplasare privind evoluțiile și transformările necesare rețelei de comerț ambulant din teritoriul municipiului Chișinău	Direcția generală CAPPs, în comun cu preturile de sector	2015-2016	Mijloace extrabugetare 300 mii lei	Concept elaborat
3.6.	Desfășurarea unui concurs privind elaborarea proiectului unic pentru gherete	Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare, Direcția generală CAPPs, preturile de sector	2016	În limitele bugetelor aprobate	Proiect (schiță) elaborat
3.7.	Susținerea agenților economici în vederea inițierii proiectelor noi de deservire a populației (comercializarea apei potabile în cartiere, în cadrul sărbătorilor de iarnă, amplasarea teraselor de vară pe străzile auxiliare și în zonele de agreement etc.)	Direcția generală CAPPs, Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare, preturile de sector	Permanent	În limitele bugetelor aprobate	Unități comerciale deschise
3.8.	Optimizarea/modernizarea piețelor agroalimentare din localitățile municipiului, destinate vânzării doar a produselor agricole și a unor produse aferente acestora (semințe, îngrășăminte minerale, inventar de grădină etc.)	Direcția generală CAPPs, Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare, preturile de sector	2016-2020	În limitele bugetelor aprobate	Piețe modernizate
3.9.	Optimizarea piețelor de mărfuri nealimentare cu interzicerea activității lor în central-nucleul istoric al orașului Chișinău (crearea unei zone comerciale de mărfuri nealimentare cu infrastructura necesară).	Direcția generală CAPPs, Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare, preturile de sector, parteneriatul public privat	2020	Contribuția agenților economici	Zonă comercială creată
3.10.	Elaborarea conceptului de amplasare a rețelei de unități de prestări servicii, conform planului urbanistic zonal	Direcția generală CAPPs, Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare	2018-2019	Resurse extrabugetare 500 mii lei	Concept elaborat
3.11.	Acordarea înlesnirilor fiscale la plata taxei locale pentru unitățile comerciale și/sau de prestări servicii agenților economici care contribuie la crearea locurilor de muncă prin extinderea unei rețele de unități comerciale sau de producție, cu atragerea investițiilor considerabile	Direcția generală finanțe, Direcția generală CAPPs, Consiliul municipal Chișinău	2015-2020	În limitele bugetelor aprobate	Înlesniri acordate

3.12.	Crearea unui sistem informațional unic, prin conexiunea Direcției la sistemele informaționale ale subdiviziunilor Primăriei și alte servicii implicate în procesul de înregistrare/autorizare a activităților din comerț	Direcția generală CAPPs, preturile de sector, Direcția generală arhitectură, urbanism și relații patrimoniale, Centru Sănătate publică mun. Chișinău, Direcția municipal pentru siguranța alimentelor, OCT "Cadastru" etc.	2015	În limitele bugetelor aprobate	Sistem informațional unic creat
3.13.	Conectarea la sistemul informațional național în comerț	Direcția generală CAPPs	2016	Resurse extrabugetare (cu suportul proiectului „e-Transformare a Guvernării” și altor parteneri de dezvoltare)	Sistem funcțional
<b>4. Obiectivul strategic : Modernizarea formelor de distribuție și comercializare a produselor/serviciilor</b>					
4.1.	Susținerea creării unor magazine moderne capabile să desfășoare activități în domeniul comerțului cu ridicata, mic-engros și comerț cu amănuntul	Direcția generală CAPPs, Direcția generală economie, reforme și relații patrimoniale	Permanent	Resurse de finanțare mixte	Unități de comerț deschise
4.2.	Susținerea extinderii magazinelor de firmă (de brand), în special ale producătorilor locali, cu marca „Fabricat în Moldova”, magazinelor specializate	Direcția generală CAPPs, Direcția generală economie, reforme și relații patrimoniale	Permanent	contribuția agenților economici	Unități de comerț deschise
4.3	Susținerea implementării comerțului ce va oferi consumatorilor produsul în imediata apropiere a locului de consum (vânzare la domiciliu, vânzare pe bază de comandă, televânzarea, comerțul electronic, magazine on-line etc.)	Direcția generală CAPPs,	Permanent	contribuția agenților economici	Activități de comerț inițiate
4.4.	Susținerea creării unui centru agroalimentar la nivel național (mun. Chișinău), cu baza tehnico-materială și logistică corespunzătoare (depozite, camere frigorifice, transport, marketing etc.)	Direcția generală arhitectură, urbanism și relații funciare, Direcția generală Economie, reforme și relații patrimoniale, Direcția generală CAPPs	2016	Resurse de finanțare mixte	Centru creat

**5. Obiectivul strategic : Asigurarea comerțului cu forță de muncă calificată și în permanentă perfecționare**

5.1.	Susținerea instituirii unui centru municipal de management și formare profesională în domeniul comerțului	Direcția generală CAPPs,	2015 - 2016	Surse de finanțare mixte, parteneriat public privat	Centru creat
5.2.	Desfășurarea concursurilor și campionatelor gastronomice în scopul sporirii performanțelor profesionale și promovării alimentației sănătoase în rândurile cetățenilor	Direcția generală CAPPs, Asociația Culinarilor Catering Moldova	Anual	Surse de finanțare mixte	Concursuri desfășurate
5.3.	Desfășurarea concursurilor privind proiectele și ideile din domeniul producerii, comerțului și prestării serviciilor în mun. Chișinău	Direcția generală CAPPs, Mediul academic și de afaceri	2016 - 2018	Surse de finanțare mixte, Parteneriat public privat	Concurs desfășurat
5.4.	Organizarea meselor rotunde, seminarelor, master class-urilor cu invitarea specialiștilor, businessmanilor, mediului academic, pentru încurajarea schimburilor de experiență privind promovarea celor mai bune practici comerciale	Direcția generală CAPPs	2015 - 2020	Surse de finanțare mixte	Acțiuni desfășurate
5.5.	Instituirea unei baze de date unice privind evidența angajaților din domeniul alimentației publice (chelneri, bucătari, barmeni)	Direcția generală CAPPs	2016 - 2017	Surse extrabugetare 200 mii lei	Bază de date creată

SECRETAR AL CONSILIULUI

Valeriu Didencu