00023165

CONSILIUL MUNICIPAL CHIŞINĂU

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 PROCES-VERBAL A PRIMĂRIEI MUNICIPIULUI CHIȘINĂU
(semnătura) Pânzaru S. (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 Moldava 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 Zambițchi).

PREȘEDINTE DE ȘEDINȚĂ Igor Lupuleiac

CONTRASEMNAT:
SECRETAR AL CONSILIULUI Valeriu Didenco

Consiliul Municipal Chişinău

STRATEGIA DE DEZVOLTARE A COMERŢULUI INTERIOR ÎN MUNICIPIUL CHIŞINĂU PENTRU ANII 2015 -2020



Chişinău, 2015

CONSILIUL PARTICIPATIV LOCAL:

PREŞEDINTELE COMISIEI – Marcel Zambițchi – șef interimar al Direcţiei generale comerţ, alimentaţie publică și prestări servicii;

VICEPREŞEDINTELE COMISIEI – Valentina Constantinov – șef adjunct al Direcţiei generale comerţ, alimentaţie publică și prestări servicii;

SECRETARIATUL COMISIEI – Victor Prodan – șef de secţie în cadrul Direcţiei generale comerţ, alimentaţie publică și prestări servicii;

MEMBRII COMISIEI:

- Larisa Gheorghiță - șef de secţie în cadrul DGCAPPS;
- Larisa Osoianu - șef de secţie în cadrul DGCAPPS;
- Marcela Donţu - șef de secţie în cadrul DGCAPPS.

ECHIPA DE EXPERŢI : **BUTNARU V., magistru în drept** - *expert planificare strategică şi dezvoltare regională*
TOFAN T. dr., conf. univ. – *expert planificare strategică şi dezvoltare regională*

CUVÂNT ÎNAINTE

În zilele noastre, comerţul joacă un rol important în dezvoltarea economică a municipiului Chişinău şi a întregii republici. În primul rând comerţul este ramura care asigură populaţia cu mărfuri şi servicii, dar nu putem să trecem peste atribuţia ce îi revine comerţului în completarea bugetului municipal şi a celui republican, care asigură stabilitatea financiară a unui stat, creează condiţii de dezvoltare a compartimentelor saciale: sănătate, asistenşă social, învăţământ, cultură şi sport etc.

O altă sferă de influenţă a comerţului este schimbul cultural şi ştiinţific, pentru că încă din timpurile străvechi comerţul era pârghia ce unea diverse oraşe şi ţările lumii. Pe de altă parte comerţul mai înseamnă şi multiple locuri de muncă, acestea fiind primul pas pentru antreprenori până a trece în alte domenii de activitate economică.

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

Obiectivele de bază ale Strategiei vizează creşterea eficienţei reglementării comerţului interior, sporirea competitivităţii produselor/serviciilor plasate pe piaţă, îmbunătăţirea infrastructurii comerciale în teritoriu, în special în localităţile rurale, modernizarea formelor de distribuţie şi comercializare a produselor/serviciilor, asigurarea comerţului cu forţă de muncă calificată în continuă perfecţionare. Acestea vor conduce la reducerea efectivă a costurilor operaţionale şi, respectiv, consumatorii vor beneficia de bunuri şi servicii la preţuri accesibile.

Elaborarea Strategiei a fost condiţionată de necesitatea sistematizării acţiunilor întreprinse, orientate spre stimularea comerţului organizat şi legal într-un mediu concurenţial sănătos şi direcţionarea lor spre satisfacerea nevoilor sociale şi economice ale consumatorilor.

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

CUPRINS:

CUVÎNT ÎNAINTE ……

I. DEZVOLTAREA COMERŢULUI INTERIOR ÎN REPUBLICA MOLDOVA. PREZENTARE GENERALĂ ……

II. PROFILUL DEZVOLTĂRII COMERŢULUI INTERIOR ÎN MUNICIPIUL CHISINĂU……

1. REŢEAUA UNITĂŢILOR COMERCIALE……

2. COMERCIALIZAREA CU AMĂNUNTUL A BĂUTURILOR ALCOOLICE ŞI A ARTICOLELOR DIN TUTUN ……

3. ACTIVITĂŢILE PIEŢELOR AUTORIZATE ……

4. COMERŢUL STRADAL NEAUTORIZAT ……

III. ANALIZA SWOT A SFEREI COMERŢULUI INTERIOR ÎN MUNICIPIUL CHIŞINĂU……

IV. STRATEGIA PRIVIND DEZVOLTAREA COMERŢULUI INTERIOR ÎN MUNICIPIUL CHIŞINĂU ……

V. IMPLEMENTARE ŞI MONITORIZARE, IMPACTUL IMPLEMENTĂRII STRATEGIEI……

VI. METODOLOGIA DE ELABORARE A STRATEGIEI……

VII. CONSOLIDAREA CAPACITĂŢII INSTITUŢIONALE……

LISTA DE ABREVIERI:

AAPL - Autoritarea Administraţiei Publice Locale

CMC - Consiliul Municipal Chişinău

HG - Hotărârea de Guvern

IMM - Întreprinderi Mici şi Mijlocii

ONG - Organizaţie Neguvernamentală

OSC - Orientările Strategice Comunitare

PUG - Planul Urbanistic General

SWOT - Strenghts, Weaknesses, Opportunities, Threats

UAT - Unitate Administrativ- Teritorială

UE - Uniunea Europeană

Direcţia generală CAPPS - Direcţia generală comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii

I. DEZVOLTAREA COMERŢULUI INTERIOR ÎN REPUBLICA MOLDOVA. PREZENTARE GENERALĂ

Noţiunea de comerţ are un conţinut complex, determinând o funcţie economică ce constă în a cumpăra materii prime sau produse pentru a le revinde în acelaşi stadiu fizic, dar în condiţii convenabile consumatorilor. În acelaşi timp, aceeaşi noţiune defineşte profesiunea unui corp de agenţi economici care acţionează în cadrul pieţei, asigurând actele de schimb.

Sub aspect juridic, noţiunea de comerţ defineşte transferul titlurilor de proprietate asupra materialelor sau serviciilor, precum şi prestaţiile de servicii realizate între diferitele stadii ale producţiei sau direct între producător şi consumator care, de asemenea, se consideră că reprezintă acte de comerţ.

Strategia de dezvoltare a comerţului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020 reprezintă documentul de politici publice pe termen mediu vizînd dezvoltarea pe teritoriul ţării a activităţilor de comercializare a produselor şi serviciilor, care cad sub incidenţa Legii nr. 231 din 23 septembrie 2010 cu privire la comerţul interior. Strategia trasează direcţiile prioritare în dezvoltarea şi orientarea socială a comerţului interior şi impune abordarea sistemică a procesului de implementare a politicilor publice aferente activităţilor de comerţ.

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

În acest context, platforma de implementare a Strategiei constă în continuarea proceselor evolutive pentru asigurarea dezvoltării durabile a pieţei interne de consum (dezvoltarea comerţului interior sub aspect calitativ şi inovativ). Astfel, activităţile de comerţ urmează să fie modernizate din perspectiva implicaţiilor acestora asupra dezvoltării socio-economice a ţării.

Odată cu evoluţia în timp a mecanismelor de piaţă, au fost create condiţii favorabile ce au favorizat dezvoltarea micului business în sfera comerţului în ritmuri mult mai rapide decît în alte ramuri ale economiei, stimulînd fondarea întreprinderilor mici şi mijlocii. Din numărul total de 19,4 mii de întreprinderi mici şi mijlocii existente la data de 1 ianuarie 2012, circa 41% practică activităţi comerciale, în timp ce altor sfere importante le revine o pondere scăzută: în agricultură – 5,1%, în industria prelucrătoare – 10,2% etc. Situaţia se explică prin faptul că în comerţ afacerea este mai uşor de organizat, necesită capital iniţial mic, este posibilă recuperarea rapidă a investiţiilor, se poate obţine un profit într-un timp relativ redus şi, în consecinţă, comerţul este mai atractiv, în comparaţie cu alte genuri de activitate.

O altă dimensiune importantă a activităţii de întreprinzător, inclusiv în sfera comerţului, care caracterizează sectorul din punct de vedere calitativ, o constituie activitatea prestată de către deţinătorii de patente de întreprinzător. Dacă iniţial sistemul patentei de întreprinzător a fost creat ca o excepţie de la antreprenoriatul tradiţional, în timp acesta a devenit o practică antreprenorială tenebră. Potrivit informaţiei Inspectoratului Fiscal Principal de Stat, în anul 2012 activau 16140 deţinători de patentă, dintre care circa 59% în domeniul comerţului.

Este necesat de remarcat faptul că practicarea comerţului în baza patentei de întreprinzător este o ocupaţie profitabilă. Cu toate acestea, încasările în bugetul de stat de la deţinătorii de patentă continuă să fie nesemnificative din cauza lipsei evidenţei fiscale a activităţii acestora. Totodată, o parte considerabilă a volumului de vînzări cu amănuntul, realizat de către deţinătorii de patentă, revine comerţului neorganizat (în pieţe).

Diagnosticul situaţiei din comerţul interior al ţării arată că, sub aspect cantitativ, acest sector a realizat creşterea vînzărilor de produse, ponderii comerţului în PIB, numărului întreprinderilor în comerţ şi al populaţiei antrenate în acest domeniu.

Sub aspect calitativ, au fost înregistrate evoluţii atît pozitive, cît şi negative. Schimbările pozitive constau în modernizarea actelor de schimb (formele de distribuţie şi comercializare) şi a mijloacelor de comerţ (tehnici comerciale), vechile forme tradiţionale de schimb fiind substituite treptat prin forme moderne, potrivit conceptului de dezvoltare durabilă şi globalizare. Iau amploare comerţul la distanţă, în special comerţul electronic, vînzările directe şi cele bazate pe acordurile de franciză, dispar micile magazine şi se extind magazinele lanţ, inclusiv de tipul „cash and carry". Este vorba despre comerţul integrat, realizat de întreprinderile ce dispun de mari suprafeţe comerciale.

În paralel cu magazinele mari se dezvoltă rapid magazinele de firmă ale producătorilor din ţară, care constituie o parte integrantă a distribuţiei comerciale. De exemplu, în municipiul Chişinău funcţionează peste 40 de magazine ale S.A. „JLC", 13 magazine ale S.A. „Franzeluţa", 9 magazine ale S.A. „Carmez", 7 magazine ale S.A. „Zorile", 4 magazine ale S.A. „Ionel" etc.

Evoluţiile negative în dezvoltarea comerţului interior, şi anume prezenţa mărfurilor nesigure pe piaţă, încălcarea drepturilor consumatorilor, preţurile înalte de consum la produse/servicii, amplasarea neuniformă a unităţilor comerciale/de prestări servicii sunt rezultatul unor constrângeri şi probleme cu care se confruntă domeniul vizat.

În perioada de tranziţie la economia de piaţă sfera comerţului a absorbit persoane cu diverse specializări în diferite domenii, departe de activitatea comercială. De aceea, evaluarea cotei persoanelor cu studii comerciale din totalul angajaţilor în comerţ, este dificilă. Cert însă este faptul că majoritatea lucrătorilor din comerţ nu dispun de acte de studii profesionale şi că ei, în special deţinătorii de patentă, şi-au obţinut calificarea urmare a experienţei de muncă.

Sporirea volumului investiţiilor în sectorul comerţului reprezintă un criteriu semnificativ, iar în funcţie de acesta se preconizează a se realiza modernizarea bazei tehnico-materiale a comerţului, consolidarea potenţialului existent, perfecţionarea tehnologiilor, îmbunătăţirea calităţii serviciilor comerciale etc. Investiţiile în capitalul fix în comerţ au sporit de la 1231,6 mil. lei, în anul 2006, la 2047,9 mil. lei, în anul 2012, ceea ce constituie o creştere a investiţiilor cu 66,3%.

Structura investiţiilor pe tipuri de activităţi scoate în evidenţă gradul de atractivitate al comerţului pentru antreprenorii autohtoni şi cei străini. Aceasta o demonstrează datele statistice care arată că ponderea investiţiilor în capitalul fix în ramura comerţului sporeşte cu unele oscilaţii: 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 informaţiei şi a cunoştinţelor despre caracteristicile de consum ale produselor, vînzătorii acordă consultaţii greşite, nu creează comodităţi pentru oferirea produselor, nu cunosc codul de etică în relaţiile cu consumatorii. Astfel, se simte insuficienţa specialiştilor profesionişti în domeniul vizat, lipsa parteneriatului între mediul academic şi cel de afaceri în ceea ce priveşte pregătirea cadrelor. În plus, programele de studii nu corespund exigenţelor practicilor comerciale.

Analiza SWOT a scos în evidenţă punctele forte şi cele slabe, precum şi oportunităţile şi riscurile în sfera comerţului, care sunt prezentate în tabelul de mai jos:

Analiza SWOT a sferei comerţului interior în Republica Moldova

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

Puncte forte:	**Puncte slabe:**
- Existenţa bazei legislative care stabileşte principiile generale de desfăşurare a activităţilor din comerţ; - Menţinerea tendinţei de majorare a ponderii comerţului în Produsul Intern Brut; - Sporirea continuă a vînzărilor de mărfuri; - Majorarea ponderii comerţului organizat prin modernizarea reţelei comerciale.	- Volumul insuficient de mărfuri autohtone pentru piaţa internă de consum; - Dezechilibrul vînzărilor de mărfuri şi reţelei comerciale în profil teritorial; - Desfăşurarea activităţilor de comerţ în baza patentei de întreprinzător; - Lipsa reglementărilor specifice privind unele practici comerciale; - Nivelul scăzut de conlucrare între organele centrale de specialitate, autorităţile administraţiei publice locale şi sectorul privat; - Nivelul insuficient de pregătire profesională a personalului încadrat în unităţile de comerţ.
Oportunităţi:	**Riscuri**
- Intensificarea relaţiilor cu UE în scopul preluării celor mai bune practici în domeniul comerţului; - Crearea premiselor de instituire a „ghişeelor unice” în cadrul instituţiilor publice, care vor permite simplificarea procedurii de legalizare a activităţilor de comerţ; - Aplicarea tehnologiilor moderne în comerţ prin sporirea investiţiilor.	- Economia tenebră şi traficul ilicit de mărfuri; - Voinţa politică; - Existenţa concurenţei neloiale pe unele segmente de piaţă; - Dependenţa pieţei interne de importuri; - Lipsa culturii business-ului; - Persistenţa factorului subiectiv în aplicarea normelor juridice; - Infrastructura calităţii subdezvoltată, comparativ cu economiile occidentale; - Capacităţile reduse ale agenţilor economici privind implementarea sistemelor de gestiune a calităţii.

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

1) creşterea eficienţei reglementărilor privind comerţul interior;
2) sporirea competitivităţii produselor/serviciilor plasate pe piaţă;
3) îmbunătăţirea infrastructurii comerciale în teritoriu, în special în localităţile rurale;
4) modernizarea formelor de distribuţie şi comercializare a produselor/serviciilor;
5) asigurarea comerţului cu forţă de muncă calificată şi în permanentă perfecţionare.

Avînd în vedere importanţa comerţului pentru dezvoltarea economică a ţării şi sporirea calităţii vieţii, în scopul ameliorării situaţiei în această sferă, facilitării procesului de dezvoltare şi legalizare a comerţului interior şi asigurării unui nivel adecvat de protecţie a consumatorilor, au fost stabilite liniile directorii pentru evoluţia domeniului vizat în corespundere cu obiectivele trasate.

Numeroase dovezi demonstrează legăturile directe dintre comerţ şi dezvoltarea umană a ţării. În general, gradul sporit de deschidere a economiei contribuie pozitiv la creşterea potenţialului uman al ţării. De aceea, depăşirea barierelor existente pentru extinderea exporturilor reprezintă o sarcină prioritară. Analizând regimul comercial şi climatul de afaceri, se va remarca faptul că aceste bariere au legătură cu oferta. Astfel, pentru a elimina aceste constrângeri, care împiedică sporirea exporturilor, administraţia publică şi comunitatea donatorilor, inclusiv cei din cadrul Programului de Asistenţă în Domeniul Comerţului, trebuie să intervină cu acţiuni specifice.

II. PROFILUL DEZVOLTĂRII COMERŢULUI 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 alimentaţie publică”, nr. 517 din 18.09.1996 ”Cu privire la aprobarea Regulilor de funcţionare a reţelei de comerţ ambulant şi a Regulilor de comerţ în pieţele din Republica Moldova”, deciziilor Consiliului municipal Chișinău și dispozițiilor primarului general și viceprimarului de ramură.

Direcţia generală comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii a Municipiului Chişinău este o subdiviziune a Consiliului municipal, coordonată şi controlată de către primarul general al municipiului Chişinău (*vezi anexa nr. 1*). În activitatea sa Direcţia se călăuzeşte de legislaţia în vigoare a Republicii Moldova, de hotărârile şi dispoziţiile Guvernului Republicii Moldova, deciziile Consiliului municipal Chişinău, dispoziţiile primarului general al municipiului Chişinău, de alte acte normative ce reglementează activitatea comercială.

Deşi este o ramură atractivă pentru dezvoltarea socio-economică a municipiului, în care sunt antrenaţi un număr considerabil din populaţia activă, comerţul se confruntă cu un deficit de cadre calificate şi bine instruite. Deficitul de cadre se înregistrează mai cu seamă în rîndurile celor cu studii medii profesionale: casieri, vînzători, specialişti pentru prestări servicii, operatori, bucătari, croitori etc.

La 01.01.2014, în municipiul Chişinău reţeaua comercială şi de prestări servicii constituie **24725** unităţi comerciale, dintre care **19730** unităţi de comerţ, **1750** unităţi de alimentaţie publică şi **3000** unităţi de prestări servicii.

Pe parcursul ultimilor ani reţeaua de comerţ s-a extins considerabil, de la **9520** unităţi la 01.01.2001, până la **24070** unităţi, la 01.01.2013, sau de **2,5** ori, în comparaţie cu perioada anterioară.

În municipiul Chişinău activează autorizat **44** centre comerciale cu un număr de **4500** secţii comerciale, **36** supermagazine, **840** magazine alimentare şi **2700** magazine nealimentare, **2426** depozite şi **5165** gherete şi pavilioane etc. Însă, în 2012 s-a atestat o descreştere a reţelei de comerţ a oraşului din cauza închiderii unor unităţi comerciale.

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

Evoluţia comerţului, precum şi recunoaşterea rolului acestuia în municipiul Chişinău, au o importanţă majoră, însă performanţele obţinute trebuie să se afle în echilibru cu procesul de producere autohtonă, cu folosirea eficientă a resurselor în agricultură, iar economia să fie bazată pe investiţii şi nu pe consum.

Comerţul interior, prin complexa sa activitate realizată, îndeplineşte numeroase funcţii, destinate să asigure un flux normal al producţiei spre locurile de consum, în cele mai bune condiţii posibile în municipiul Chiţinău.

- Principala funcţie a comerţului, care caracterizează însuşi conţinutul activităţii sale, o constituie *cumpărarea mărfurilor de la producători sau colectori* - în cazul producţiei agricole foarte dispersate - şi transferarea acestora în depozite, în vederea pregătirii lor pentru vânzarea către utilizatorii finali sau intermediari.
- O a doua funcţie materializează activităţi 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 şi cererea de mărfuri în cadrul pieţei. Funcţia respectivă se datorează locului de intermediar, pe care comerţul îl ocupă între producţie şi consum.
- O a treia funcţie importantă a comerţului constă în *fracţionarea cantităţilor mari de mărfuri pe care le livrează producţia, asortarea loturilor respective, formarea sortimentelor comerciale* şi asigurarea micilor partizi care urmează a fi puse la dispoziţia consumatorilor. În această situaţie, se are în vedere o pregătire a mărfurilor pentru vânzare, fiind vorba despre o funcţie deosebit de importantă atât pentru producţie, cât şi 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 ţine atât de natura produselor, cât şi de structura cererii. O serie de mărfuri nu pot intra în consumul populaţiei decât în urma unor operaţiuni prealabile de pregătire, iar, pe de altă parte, însăşi satisfacerea cererii populaţiei ridică exigenţe speciale în legătură cu produsele oferite. Realizarea acestei funcţii presupune organizarea, în cadrul reţelei comerciale, a unor operaţiuni specifice, cum ar fi: porţionarea, dozarea şi preambalarea mărfurilor, prelucrarea lor (în cadrul alimentaţiei publice o asemenea operaţie constituie activitatea de bază), sortarea după criterii comerciale,

controlul continuu al calităţii şi asigurarea condiţiilor optime de păstrare până în momentul desfacerii, precum şi alte activităţi ce ţin de pregătirea mărfurilor pentru vânzare.

- O altă funcţie a comerţului constă în *transferul mărfurilor către zonele şi punctele cele mai îndepărtate sau mai izolate*, pentru a fi vândute consumatorilor. Funcţia respectivă are în vedere o judicioasă organizare a mişcării 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 şi transportul din locul de producţie în cel de consum.
- O funcţie strict specifică comerţului, generată dealtfel de cele tratate anterior, o constituie *crearea condiţiilor de realizare efectivă a actului de vânzare-cumpărare*. Se are în vedere faptul că realizarea activităţii comerciale presupune existenţa unei baze tehnico-materiale şi a unui personal care, împreună, să ofere cumpărătorului posibilitatea de a-şi alege şi adjudeca produsele de care are nevoie.
- În cadrul unei economii de piaţă, eforturile întreprinderilor producătoare sau ale celor comerciale nu se pot limita doar la producerea de bunuri şi servicii. Atât unele, cât şi altele, trebuie să-şi asigure o permanentă comunicare cu piaţa, ceea ce presupune o informare atentă a consumatorilor potenţiali şi a intermediarilor săi, precum şi o serie de acţiuni specifice de influenţare a comportamentului de cumpărare şi consum, de sprijinire a procesului de vânzare. O asemenea activitate, cu obiective şi mijloace de acţiune specifice şi extrem de variate, formează conţinutul unei alte funcţii a comerţului, respectiv a celei de *asigurare a promovării produselor prin diferite tehnici* (publicitate la locul vânzării, merchandising, publicitate în mass-media etc.), care să genereze dorinţa de cumpărare şi să provoace actul de cumpărare.

1. REŢEAUA UNITĂŢILOR COMERCIALE

Îmbunătăţirea infrastructurii comerciale în teritoriul municipiului Chişinău necesită o analiză şi sistematizare aprofundată în dinamică, a unităţilor comerciale, de alimentaţie publică şi prestări servicii pe o anumită perioadă.

Tabelul 1. Reţeaua unităţilor comerciale ale municipiului Chişinău

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

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

Urmare a examinării datelor din tabel, observăm că din anul **2009** până în anul **2014** numărul unităţilor comerciale, de alimentaţie publică şi prestări servicii este în creştere, inclusiv:

- unităţilor de comerţ cu 14,7 %;
- unităţilor de alimentaţie publică - 3,8 %;
- unităţilor de prestare a serviciilor cu 31,3 %.

Însă, în anul **2014** se observă o creştere a numărului unităţilor de comerţ cu **410 unităţi (2,1%) şi** a întreprinderilor de alimentaţie publică cu **96 unităţi (5,5 %),** în comparaţie cu anul 2013.

Totodată, observăm o creştere esenţială a unităţilor de prestări servicii, inclusiv pe parcursul anului **2014, cu 150 unităţi (5%)**, în comparaţie cu anul 2013, fapt ce confirmă tendinţa spre modificarea conceptului comerţului interior, de la comercializarea mărfurilor la comercializarea serviciilor, şi anume serviciile au tangenţă directă cu procesul de post-vânzare a produselor: reparaţie, închiriere, curăţare,

spălare, cazare, turism etc. Astfel, comerţul se înscrie în industria serviciilor prestate populaţiei, care prevede comercializarea nu doar a mărfurilor, ci şi a serviciilor.

Tabelul 2. Numărul unităţilor de prestări servicii din or. Chişinău (perioada 01.01.2006 – 01.01.2015)

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

Tabelul 3. Statistica deschiderii unităţilor de prestări servicii (activităţile cele mai frecvent practicate)

Tipurile de unităţi de comerţ şi ale serviciilor prestate	Anii		+/-
	2010	2014	
1	2	3	4
Case de deservire socială	5	3	-2
Servicii de reparaţie (ateliere de reparaţie a îmbrăcămintei, încălţămintei, obiectelor de uz casnic etc.)	986	999	+13
Servicii de înfrumuseţare şi întreţinere corporală (saloane cosmetice, cabinete cosmetice, frizerii, saune, băi publice etc.)	562	682	+ 120
Servicii de reabilitare şi agrement (centre de reabilitare şi agrement, cluburi sportive, săli de antrenamente, săli de biliard şi bowling etc.)	124	158	+34
Servicii de întreţinere a automobilelor (centre şi staţii de asistenţă tehnică a automobilelor, ateliere auto, spălătorii auto, vulcanizări etc.)	516	544	+28

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

Având în vedere faptul că numărul unităţilor de prestări servicii se află în continuă creştere, această ramură necesită o atenţie deosebită.

Este necesar de a dezvolta domeniul de prestări servicii în sectoare mai aglomerate, prin deschiderea şi amplasarea caselor de deservire socială *(al căror număr este în descreştere),* care să presteze o gamă largă de servicii de primă necesitate (frizerii, ateliere de croitorie, reparaţii ale îmbrăcămintei şi încălţămintei, obiectelor de uz casnic etc.), de exclus astfel serviciile prestate în gherete, unde lipsesc condiţiile elementare pentru consumator. Totodată, de rând cu dezvoltarea şi modernizarea reţelei de comerţ retail, un criteriu important pentru dezvoltarea domeniului de prestări servicii ar fi amplasarea acestor unităţi la parterul Centrelor Comerciale, supermarketurilor, blocurilor de locuit etc.

Tabelul 4. Amplasarea unităţilor de comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii în sectoarele municipiului Chişinău

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

Sectorul	Anul 2013	Anul 2014
Centru	5302	5453
Botanica	4550	4716
Râşcani	4567	4747
Buiucani	2858	2930
Ciocana	2985	3086

În rezultatul efectuării analizei privind amplasarea unităţilor comerciale, de alimentaţie publică şi prestări servicii pe sectoare, este necesar de menţionat faptul că majoritatea sunt amplasate în sectoarele Centru, Botanica şi Râşcani. Acest fapt se explică prin amplasamentul favorabil şi aglomeraţia populaţiei în sectoarele respective.

- **s. Centru** – bd. Ştefan cel Mare şi Sfânt - 1047 unităţi, str. Tighina – 641 unităţi , str. A. Puşkin – 303 unităţi, şos. Hînceşti – 309 unităţi, bd. C. Negruzzi – 255 unităţi comerciale.
- **s. Râşcani –** bd. Moscova - 451 unităţi, str. Petricani – 590 unităţi, str. Albişoara – 410 unităţi, str. Alecu Russo – 336 unităţi, Calea Orheiului – 219 unităţi, bd. Grigore Vieru – 138 unităţi, str. Kiev - 124 unităţi şi str. Mitropolit G. Bănulescu- Bodoni – 152 de unităţi comerciale.
- **s. Botanica –** bd. Dacia - 712 unităţi, bd. Decebal – 1146 unităţi, bd. Cuza-Vodă – 302 unităţi, str. Independenţei – 291 unităţi, str. Sarmizegetusa – 278 unităţi, str. Burebista – 226 unităţi, str. N. Zelinski – 211 unităţi comerciale

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

Este necesar de menţionat faptul că majoritatea unităţilor comerciale dispun de o suprafaţa comercială de pînă la 50 mp – 12673 unităţi ceea ce constituie 77% de unităţi.

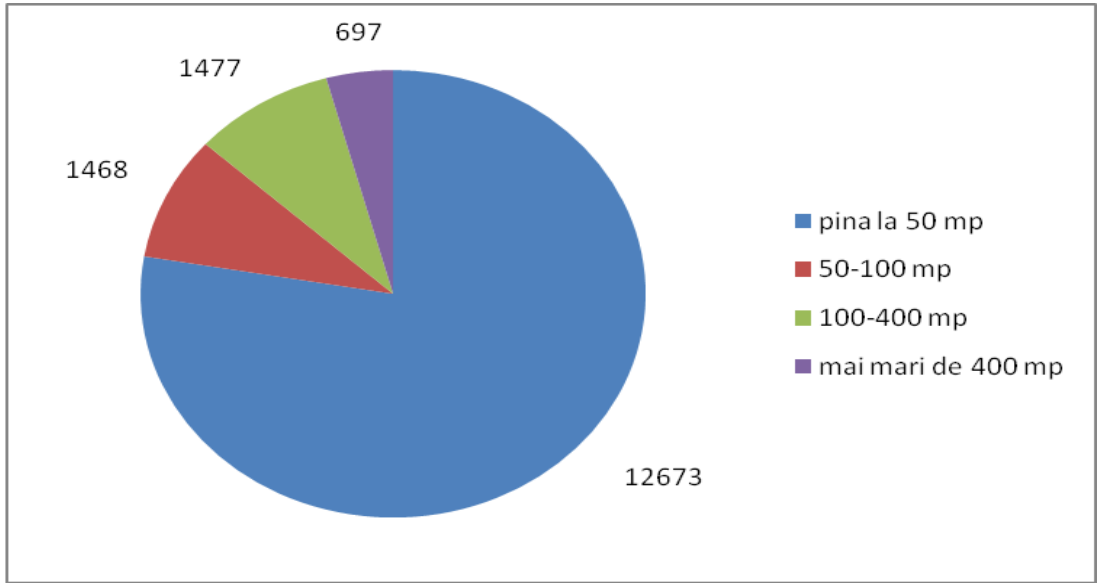


Figura 1. Suprafaţa comercială a unităţilor comerciale din municipiul Chişinău

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

Însă, potrivit conceptului de globalizare, se micşorează numărul magazinelor cu suprafeţe comerciale mici şi se extind magazinele ce dispun de suprafeţe comerciale mari. Analizînd dinamica unităţilor comerciale, care au primit autorizaţii de funcţionare pe parcursul anilor 2010 – 2014, trebuie de menţionat tendinţa de creştere a numărului unităţilor de comerţ cu suprafeţe 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 Hils", „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. „Franzeluţa" – 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 situaţiei privind comerţul interior în oraşul Chişinău denotă unele schimbări esenţiale. Astfel, a apărut o nouă metodă de vânzare – comerţul electronic prin intermediul magazinelor on-line. În anii **2012 – 2014,** au primit autorizaţie de funcţionare **136** magazine on-line, **19** intermedieri în comerţ, **45** supermagazine, care practică metoda de vânzare - autodeservire.

În contextul descrierii evoluţiei reţelei unităţilor comerciale, este necesar de menţionat comerţul ambulant. Prin reţeaua de comerţ ambulant se autorizează desfacerea mărfurilor alimentare şi nealimentare din sortimentul simplu, producţiei tipografice, producţiei întreprinderilor de alimentaţie publică (produse de panificaţie, cofetărie şi patiserie), prestarea unor servicii.

Unităţile de comerţ ambulant sunt: ***staţionare provizorii*** – pavilion, gheretă; ***mobile*** – automagazin, rulotă, tonetă, tarabă, stand, tejghea, cărucior, aparat automat pentru vânzări.

Tabelul 6. Dinamica eliberării autorizaţiilor de funcţionare pentru gheretele amplasate pe teritoriul municipiului Chişinău, inclusiv în teritoriul pieţelor

Sectorul	Anul 2013			Anul 2014		
	Total în oraş	Pe străzi	În pieţe	Total în oraş	Pe străzi	În pieţe
Or. Chişinău	**4591**	**2729**	**1862**	**4203**	**2643**	**1560**
Centru	1760	377	1383	504	367	1138
Râşcani	832	709	123	798	680	118
Botanica	786	663	123	783	668	115
Buiucani	592	413	179	545	396	149
Ciocana	621	567	54	572	532	40

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

Astfel, reţeaua de gherete amplasate pe străzile oraşului s-a micşorat cu **388** de unităţi.

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

83 gherete, bd. Mircea cel Bătrîn - **90** gherete, bd. Moscova – **91** gherete, str. P. Zadnipru – **61** de gherete, str. Tighina – **51** gherete, bd. Ştefan cel Mare şi Sfînt - **40 de gherete**.

Numărul unităţilor mobile constituie o pondere mai mică în structura unităţilor de comerţ, însă prezintă un indicator important în aprecierea nivelului de dezvoltare al reţelei de comerţ în municipiul Chişinău. Această reţea este autorizată, gestionată şi monitorizată de către preturile de sector. Lipsa schemelor de amplasare a unităţilor de comerţ ambulant a condiţionat amplasarea haotică a unităţilor de comerţ stradal mobile şi staţionare provizorii. Astfel, în anumite zone sunt amplasate unităţi comerciale de acelaşi tip ce comercializează acelaşi tip de produse sau prestează servicii similare.

Tabelul 7. Dinamica eliberării autorizaţiilor de funcţionare pentru unităţile mobile de comerţ amplasate pe teritoriul oraşului Chişinău

Nr. d/o	Unitatea de comerţ 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
	Total:	1253	1282	1473	1269	961

Dezvoltarea comerţului interior trebuie realizată sub aspect calitativ şi inovativ, activităţile de comerţ urmează a fi modernizate, din perspectiva implicaţiilor acestora asupra dezvoltării socio-economice a ţării. Pentru a atinge nivelul scontat, este necesar de a întreprinde următoarele acţiuni:

- **simplificarea procedurii** de obţinere a autorizaţiilor de funcţionare prin implementarea „**GHIŞEULUI UNIC**" cu ajutorul **programului nou (soft)** de perfectare a autorizaţiilor;

- **crearea unui sistem informaţional unic**, în care Direcţia generală comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii să fie încorporată cu subdiviziunile Primăriei şi alte servicii antrenate în procesul de obţinere a autorizaţiilor de funcţionare a unităţilor comerciale;
- **informarea agenţilor economici,** prin intermediul **paginii WEB** a Direcţiei, despre cerinţele referitoare la eliberarea autorizaţiilor de funcţionare, conform cadrului legal în vigoare;
- **elaborarea unui Regulament nou**, privind eliberarea autorizaţiilor de funcţionare a unităţilor comerciale şi de prestare a serviciilor sociale pe teritoriul municipiului Chişinău, în temeiul Legii Republicii Moldova nr. 231 din 23.09.2010 „Cu privire la comerţul interior" şi actelor normative ulterioare, elaborate în baza legii date;
- **elaborarea şi actualizarea continuă a Schemei de amplasare a unităţilor comerciale şi de prestări servicii**, inclusiv a unităţilor de comerţ ambulant.

Sistematizarea acţiunilor întreprinse, orientate spre stimularea comerţului organizat legal, într-un mediu concurenţial sănătos şi focusate spre satisfacerea necesităţilor sociale şi economice ale consumatorilor, vor duce la atingerea obiectivelor strategice de dezvoltare a comerţului în municipiul Chişinău.

2. UNITĂŢILE DE ALIMENTAŢIE PUBLICĂ

Urmare a efectuării analizei capacităţii unităţilor de alimentaţie publică, este necesar de menţionat faptul că circa 616 dintre acestea sunt unităţi mici cu o capacitate de 50 de locuri. Unităţile cu o capacitate mai mare de 100 de locuri constituie circa 188 unităţi, sau 10,2% din numărul total.

Pentru a prezenta o imagine asupra activităţii acestui sector, este necesar de a studia evoluţia reţelei unităţilor de alimentaţie publică din teritoriul municipiului Chişinău în perioada anilor 2006 - 2014.

Tabelul 8. Evoluţia reţelei unităţilor de alimentaţie publică din teritoriul municipiului Chişinău

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Complexe AP	28	26	31	37	39	37	44	49	49
Sala de festivităţi	-	-	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

Inclusiv şcolăreşti	**131**	**130**	**131**	**133**	**131**	**130**	**123**	**134**	**132**
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
Unităţi de deservire rapidă Fast-Food	-	-	-	-	-	1	1	3	8
Total:	1751	1763	1778	1719	1626	1654	1750	1846	1824

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

Evoluţia reţelei unităţilor de alimentaţie publică denotă că, începând cu anul 2006 până în anul 2014, numărul acestora a crescut cu 73 unităţi, de la 1751, la 1824, sau cu 4,1%, faţă de perioada anterioară. Extinderea unităţilor de alimentaţie publică în teritoriul oraşului Chişinău în perioada anilor 2006-2013 este reflectată în tabelul de mai jos:

Tabelul 9. Deschiderea unităţilor noi de alimentaţie publică în teritoriul oraşului Chişinău 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 festivităţi		-	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
Inclusiv şcolăreşti	**-**	**1**	**-**	**3**	**-**	**-**	**1**	**11**	**3**
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
Unităţi de deservire rapidă Fast-Food						1	1	-	5
Total:	133	149	138	117	89	133	150	152	131

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

Indicii din tabele denotă faptul că majoritatea tipurilor de unităţi de alimentaţie publică în teritoriul municipiului Chişinău sunt cafenele, baruri, bufete şi cantine, care constituie circa **87,5%** din numărul total de unităţi de alimentaţie publică. Restaurantele şi sălile de festivităţi constituie circa **4,0%** din numărul total de unităţi de alimentaţie publică.

Este necesar de remarcat faptul că 70 de unităţi de alimentaţie publică oferă consumatorilor preparate şi bucate din circa 10 bucătării ale popoarelor lumii .

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

Printre cele mai solicitate unităţi de alimentaţie publică se enumeră:

- complexele de alimentaţie publică ale Î.C.S. „Club Royal Park Company" S.R.L., Companiei „MBC" S.R.L.;
- sălile de festivităţi „Sala de Aur", „Casa Sărbătorii";
- restaurantele „Beciul Vechi", „Mi Piace", „Miadora", „Butoiaş", „Casa Nunţii Noroc", „Kvint Palace", „Pan Avenue";
- cafenelele „La Vista", „Comunalka", „Pani Pit", „Amaris", „Pizzerie".

În ultimii ani, de o popularitate deosebită la generaţia tânără se bucură amplasarea unităţilor de alimentaţie publică în incinta Centrelor comerciale, care au devenit totodată şi centre de odihnă şi agrement: „Sun City", „MallDova", „Jumbo", „Atrium", „Everest".

Deservirea populaţiei în incinta gărilor şi pe teritoriul pieţelor, amplasate în municipiul Chişinău, este asigurată de către 9 şi, respectiv, 76 de unităţi de alimentaţie publică.

Canicula din ultimii ani a condiţionat necesitatea extinderii unităţilor de alimentaţie publică în aer liber. În zonele de agrement din municipiul Chişinău sunt amplasate 30 de unităţi de alimentaţie publică.

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

Un compartiment important în domeniul alimentaţiei publice al municipiului Chişinău este protecţia socială a categoriilor social-

dezavantajate şi alimentaţia elevilor.

În scopul executării prevederilor Legii Republicii Moldova nr. 81-XV din 23.02.2003, privind cantinele de ajutor social şi Hotărârii Guvernului Republicii Moldova nr. 1246 din 16.10.2003 despre aprobarea Regulamentului-tip cu privire la funcţionarea cantinelor de ajutor social, în teritoriul municipiului Chişinău 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 şi din resurse băneşti obţinute 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 şi 13140 prânzuri, al căror cost a constituit 578,16 mii lei, au fost transportate la domiciliu persoanelor neputincioase.

Totodată, instituţiile de învăţământ din municipiul Chişinău sunt deservite de către 230 unităţi de alimentaţie publică, şi anume:

- instituţiile de învăţământ superior – 48 unităţi;
- instituţiile de învăţământ mediu de specialitate (colegii) – 18 unităţi;
- licee şi şcoli profesionale – 4 unităţi;
- instituţiile de învăţământ preuniversitar – 160 de unităţi.

Începând cu anul 1978, întreprinderile de stat de alimentaţie publică „Adolescenţa", „Bucuria-El", „Liceist", „Râşcani-Şc" şi Î.M. „Piaţa Centrală" (combinatele şcolare) alimentează gratuit cu hrană caldă elevii instituţiilor de învăţământ preuniversitar. Sistemul actual creat şi verificat în timp s-a adeverit a fi viabil prin faptul că dispune de personal cu studii speciale în domeniu şi asigură oportun şi ritmic procesul specific de alimentare a elevilor.

În conformitate cu prevederile deciziei Consiliului municipal Chişinău nr. 1/19 din 30.01.2014 „Cu privire la alocarea de mijloace financiare suplimentare în vederea majorării normelor de alimentaţie gratuită a copiilor/elevilor din instituţiile de învăţământ preşcolar, primar şi secundar general din municipiul Chişinău pentru perioada ianuarie-decembrie a anului 2014" şi dispoziţiei Primarului general al municipiului Chişinău nr. 4d din 03.01.2014 „Cu privire la organizarea alimentaţiei gratuite a elevilor/copiilor din instituţiile de învăţământ

preuniversitar şi preşcolar din municipiul Chişinău pentru perioada ianuarie-decembrie 2014", **Întreprinderile de stat de alimentaţie publică din municipiul Chişinău, subordonate Direcţiei generale comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii, începând cu data de**

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

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

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

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

În total, unităţile 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 alimentaţia elevilor**.** Din bugetul municipal au fost alocate cu destinaţie specială mijloace financiare în sumă de **54355,9 mii lei** (în anul 2013 elevii au fost alimentaţi în sumă de 56646,1 **mii lei** şi din contul mijloacelor financiare bugetare au fost transferate – 50924,0 mii lei).

În conformitate cu decizia Consiliului municipal Chişinău 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 alimentaţi 3045 elevi).

Începând cu 02.04.2012, în **7** instituţii de învăţământ 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 preţ de 7,50 lei pentru un copil.

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

Conform datelor statistice, serviciile prestate contra plată de către unităţile de alimentaţie publică constituie în medie 11,6% din valoarea totală a serviciilor de piaţă, prestate populaţiei.

Tabelul 10. Valoarea serviciilor prestate către populaţie de către unităţile de alimentaţie publică (mii lei)

	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012
Valoarea totală a serviciilor de piaţă, prestate populaţiei, mii lei	4872,7	5686,2	6279,0	5871,1	6995,7	9230,7	10782,0
Nivelul serviciilor prestate de unităţile de alimentaţie publică, %	10,0	11,5	13,0	12,5	12,7	10,5	11,3
Valoarea serviciilor prestate de unităţile de alimentaţie publică, mii lei	487,3	653,9	816,3	733,9	888,5	969,2	1218,4

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

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

Ca urmare, apare necesitatea organizării studiilor speciale şi de perfecţionare continuă a cadrelor din alimentaţia publică şi, totodată, instruirea şi atestarea lucrătorilor fără studii speciale, care deja activează în unităţile de alimentaţie publică şi pe parcursul anilor au însuşit tehnologia preparării bucatelor, au acumulat experienţă practică şi deprinderile necesare în domeniu.

Pornind de la cele expuse, este evident că în activitatea unităţilor de alimentaţie publică din teritoriul municipiul Chişinău există aspecte ce necesită o atenţie deosebită, şi anume:

- imperfecţiunea cadrului legislativ şi normativ ce reglementează activitatea unităţilor de alimentaţie publică la modalitatea de formare a preţurilor în unităţile de alimentaţie publică, la modalitatea de impozitare a unităţilor de alimentaţie publică, la reglementarea serviciilor de deservire a manifestărilor şi festivităţilor, a serviciilor catering;
- amplasarea unităţilor de alimentaţie publică prioritar pe magistralele principale ale oraşului sau în afara acestuia, evitând amplasarea acestora în blocurile locative;
- atribuirea statutului de cantine sociale şi dietetice;
- extinderea numărului unităţilor de alimentaţie publică de tip sezonier pentru deservirea consumatorilor în sezonul estival;
- majorarea numărului de unităţi de alimentaţie publică de tip deschis pentru copii, iar în cele existente amenajarea încăperilor sau terenurilor pentru copii, cu prestarea serviciilor respective;

- asigurarea unităţilor de alimentaţie publică existente cu rampe de acces pentru persoanele cu dizabilităţi;
- promovarea preparării şi comercializării articolelor culinare, făinoase şi de patiserie din bucătăria tradiţională şi cea naţională;
- Promovarea extinsă a alimentaţiei sănătoase în rîndurile populaţiei conform principiului: de la produse alimentare sigure la un regim alimentar sănătos. În promovarea şi extinderea alimentaţiei sănătoase cu alimente sigure, exprimată prin calitatea şi cantitatea principalelor nutrienţi (proteine, lipide şi glucide), prin valoarea nutritivă biodisponibilă cît mai ridicată, salubre, substanţe cu caracter antinutritiv, aditivi, compuşi chimici etc. se implică toate părţile componente care participă la producerea, procesarea, distribuirea etc. prin pregătirea profesională şi controlul de laborator la un înalt nivel, în baza actelor normative şi standardelor în vigoare ale Republicii Moldova;
- organizarea unui depozit centralizat pentru aprovizionarea cantinelor scolăreşti cu produse alimentare, semipreparate;
- crearea unei ediţii informative pentru conducătorii unităţilor de alimentaţie publică, privind activitatea integră şi prestarea serviciilor în domeniul alimentaţiei publice.

Direcţiile principale de dezvoltare a unităţilor de alimentaţie publică şi perfecţionarea cadrului legislativ şi normativ de reglementare a activităţii acestora:

- revizuirea cadrului legislativ şi normativ în sfera serviciilor de alimentaţie publică;
- eliminarea divergenţilor şi a interpretărilor duble ale legislaţiei, vizând serviciile de alimentaţie publică;
- elaborarea unor norme noi şi actualizarea celor în vigoare ce reglementează activitatea în domeniul alimentaţiei publice;
- amenajarea şi desfăşurarea activităţii unităţilor de alimentaţie publică în zonele publice;
- optimizarea reglementării modalităţii de formare a preţurilor în unităţile de alimentaţie publică, acordând o atenţie deosebită unităţilor de alimentaţie publică de tip închis, care deservesc consumatorii la locul de muncă, studii, instituţii medicale, cantine sociale etc.;
- reconstrucţia cantinei dietetice din str. Mitropolit Dosoftei, 144 (întreprindere municipală);
- elaborarea unui Regulament privind promovarea alimentaţiei sănătoase a elevilor instituţiilor de învăţământ preşcolar şi preuniversitar, cu implicarea instituţiilor interesate;
- atribuirea statutelor de întreprinderi municipale întreprinderilor de alimentaţie publică de stat existente, implicate la asigurarea cu hrană caldă a elevilor instituţiilor de învăţământ preuniversitar;
- crearea instituţiei sau cursurilor de pregătire şi perfecţionare a angajaţilor din domeniul prestării serviciilor de alimentaţie publică;
- desfăşurarea periodică a concursurilor şi campionatelor gastronomice, în scopul sporirii performanţelor profesionale şi promovării alimentaţiei sănătoase în rândurile cetăţenilor.

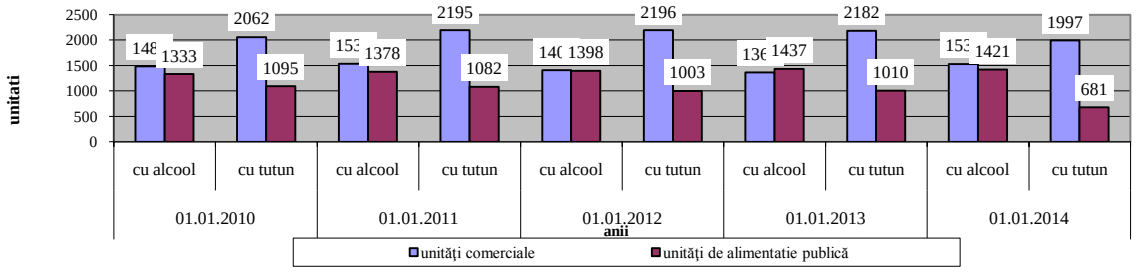
2. COMERCIALIZAREA CU AMĂNUNTUL A BĂUTURILOR ALCOOLICE ŞI ARTICOLELOR DIN TUTUN

În conformitate cu Legile nr. 1100-XIV din 30.06.2000 „Cu privire la fabricarea şi circulaţia alcoolului etilic şi a producţiei alcoolice" şi nr. 278-XVI din 14.12.2007 „Cu privire la tutun şi la articolele din tutun" şi prevederile Regulamentului privind modul de acordare a dreptului de a comercializa cu amănuntul producţie alcoolică, şi Regulilor de comercializare cu amănuntul a articolelor din tutun pe teritoriul municipiului Chişinău, aprobate prin deciziile Consiliului municipal Chişinău nr. 7/5 şi 7/6 din 02.07.09, se examinează la faţa locului condiţiile de comercializare cu amănuntul a producţiei alcoolice şi articolelor din tutun, pentru acordarea dreptului de a comercializa aceste grupuri de mărfuri în unităţile de comerţ şi alimentaţie publică.

După intrarea în vigoare a modificărilor referitoare la taxele pentru unităţile comerciale şi/sau de prestări servicii din municipiul Chişinău, aprobate prin decizia Consiliului Municipal Chişinău nr. 3/2 din 29.03.2013 (modificată prin decizia Consiliului Municipal Chişinău nr. 9/9 din 28.11.2013), se observă o descreştere a unităţilor de comerţ şi alimentaţie publică în care se comercializează producţie alcoolică şi articole din tutun.

Figura 2. Dinamica unităţilor de comerţ şi alimentaţie publică care comercializează producţie alcoolică şi articole din tutun în perioada anilor 2010 – 2013

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



3. ACTIVITĂŢILE PIEŢELOR AUTORIZATE

Cadrul legal ce reglementează activitatea pieţelor sunt Hotărârile de Guvern nr. 517 din 18.09.96 "Cu privire la aprobarea Regulilor de funcţionare a reţelei de comerţ ambulant şi a Regulilor de comerţ în pieţele din Republica Moldova" şi nr. 955 din 21.08.2004 "Despre aprobarea Regulamentului-tip de funcţionare a pieţelor".

În prezent, pe teritoriul oraşului Chişinău activează autorizat **42 de pieţe** ce propun comercianţilor circa **16,4 mii locuri de comerţ**, inclusiv:

- **17 pieţe mixte;**
- **7 pieţe de mărfuri nealimentare;**
- **2 pieţe de produse agroalimentare;**
- **7 pieţe de comercializare a florilor;**
- **6 pieţe de comercializare a automobilelor şi pieselor auto de schimb;**
- **o piaţă de păsări şi animale de companie;**
- **o piaţă de materiale de construcţie;**
- **o piaţă de mărfuri second-hand.**

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

Au fost întreprinse măsuri întru îmbunătăţirea deservirii consumatorilor de către gestionarii halelor de comercializare a produselor uşor alterabile din teritoriul Pieţei Centrale, halelor de comercializare a produselor lactate, salamurilor şi mezelurilor, acestea fiind dotate treptat cu vitrine frigorifice, iar locurile de comercializare a cărnii proaspete au fost căptuşite cu material inoxidabil.

Din cele circa **16,4 mii locuri de comerţ** amplasate pe teritoriul pieţelor, 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 pieţelor sunt amplasate şi activează, de asemenea, 2261 unităţi comerciale şi de prestări servicii staţionare (depozite, magazine, pavilioane, gherete).

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

Structura amplasării pieţelor pe sectoare :

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

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

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

Problema amplasării pieţelor în oraşul Chişinău există de mai mult timp. Sporirea numărului de pieţe, concentrarea acestora în centrul – nucleu istoric al oraşului Chişinău şi în regiunea Gării Auto Centru, precum şi comerţul stradal neautorizat de pe străzile adiacente pieţelor, a adus la:

- supraaglomerarea traficului rutier (un număr mare de unităţi de transport de pasageri urban şi suburban, transportarea mărfurilor către pieţe, flux sporit de cumpărători, vânzători etc.);
- incomoditatea deplasării libere a pietonilor;
- înrăutăţirea aspectului arhitectural al urbei;
- starea sanitară nesatisfăcătoare a străzilor adiacente pieţelor etc.

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

- principii de amplasare;
- estimarea volumului pieţelor (nr. locuitorilor în zona dată, căile de acces, reţeaua de unităţi comerciale staţionare în zona dată, infrastructura etc.).
- identificarea unor metode de modernizare a pieţelor, inclusiv utilizarea procedeelor contemporane de agrologistică, dat fiind faptul că actualmente forma de organizare a pieţelor este depăşită în timp, atât structural, cât şi tehnic;
- diversificarea bussinesului mic şi mijlociu, identificarea unor forme noi de achiziţionare a produselor;
- divizarea pieţelor pe sectoare (utilizarea prevederilor planului urbanistic general), volumul desfacerilor în pieţe, calculul necesităţilor populaţiei, nivelul salariilor şi capacitatea de cumpărare, estimarea raportului cerere-ofertă (utilizarea datelor statistice, concurenţa, procedee fiscale etc.);
- examinarea şi implementarea experienţei capitalelor altor state.

Soluţii:

1. Optimizarea numărului pieţelor în intravilan şi îndeosebi în centrul–nucleu istoric al oraşului Chişinău.

2. Reamplasarea pieţelor la periferia oraşului şi crearea de condiţii favorabile pentru producătorii autohtoni de produse agricole, pentru comercializarea producţiei cu ridicata (lipsa necesităţii de a intra în oraş cu transport de mare tonaj).

3. Organizarea în fiecare sector al oraşului Chişinău a pieţelor municipale de produse agroalimentare, exclusiv pentru producătorii autohtoni, inclusiv producătorii individuali, fapt ce va crea următoarele posibilităţi:

- a menţine la control tarifele la serviciile prestate de administraţia pieţei, fiind coordonate cu autoritatea administraţiei publice locale;
- a forma o concurenţă pieţelor private, care va aduce la micşorarea preţurilor;
- a exclude serviciile de intermediere a precupeţilor, cea ce va conduce la menţinerea preţurilor la produsele agricole la un nivel
- real şi accesibil;
- în cazul în care producătorii nu au posibilitate de a-şi comercializa singuri producţia şi doresc să o predea engros, aceasta să fie achiziţionată la preţuri rezonabile de către administraţia pieţelor, cu comercializarea ulterioară a ei de către angajaţii pieţelor.

Rezultate aşteptate:

Îmbunătăţirea situaţiei privind:

- aspectul centrului – nucleu istoric al oraşului Chişinău;
- degajarea traficului rutier în centrul oraşului (libera circulaţie a transportului urban de pasageri şi a pietonilor);
- ameliorarea situaţiei privind starea sanitară a urbei;
- condiţiile avantajoase pentru fermieri;
- preţurile adecvate la produsele agroalimentare;
- comerţul stradal neautorizat (dispariţia acestuia).

4. COMERȚUL STRADAL NEAUTORIZAT

Legislaţia în vigoare (Legea nr. 231/23.09.2010 privind comerţul interior, art. 6, lit. M) denotă faptul că AAPL sunt responsabile de interzicerea şi suprimarea activităţilor de comerţ neautorizat. În acelaşi timp, legiuitorul nu deleagă suficiente competenţe organelor APL în vederea realizării responsabilităţii.

Combaterea comerţului neautorizat pe teritoriul municipiului Chişinău se efectuează prin intermediul grupurilor de lucru create în acest sens de către preturile de sector. De regulă, din componenţa grupurilor date fac parte reprezentanţii preturii, Direcţiei generale comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii, Inspectoratului de Poliţie, Direcţiei Administrare Fiscală, Centrului de Sănătate Publică, Agenţiei pentru Protecţia Consumatorilor.

Comerţul neautorizat a devenit una dintre cele mai stringente probleme ce afectează imaginea municipiului Chişinău. Acest fenomen s-a răspândit pe străzile oraşului, formând anumite focare, care, pe lângă faptul că afectează peisajul urban, se reflectă asupra concurenţei 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 comerţului neautorizat şi a dezvoltării focarelor de comerţ neautorizat rezidă în faptul că AAPL nu le sunt atribuite competenţele agentului constatator. Totodată, legiuitorul a limitat şi organele de poliţie în ceea ce priveşte posibilitatea de a combate acest fenomen, prin prisma retragerii dreptului de confiscare a mărfurilor comercializate ilicit.

O altă cauză ce influenţează răspândirea fenomenului dat este tendinţa comercianţilor de a se eschiva de la achitarea taxelor pentru desfăşurarea comerţului pe teritoriul municipiului Chişinău şi conştientizarea faptului că, capacitatea administrativă de combatere este net inferioară numărului de comercianţi. Este necesar de menţionat faptul că pentru produsele vândute în stradă se atestă o cerere ascendentă, locuitorii capitalei preferă să cumpere produsele respective ţinând cont de preţul mai redus al acestora, comparativ cu cele comercializate în magazine sau piețe.

Efectele pe care le generează dezvoltarea comerţului neautorizat constau în:

- *(a)* neasigurarea securităţii consumatorilor, în condiţiile în care produsele comercializate nu deţin acte de proveniență şi certificate de testare a calităţii acestora;
- *(b)* afectarea concurenţei loiale în raport cu acei comercianţi, care se conformează rigorilor normative;
- *(c)* aglomerarea străzilor oraşului şi crearea unor impedimente pentru circulaţia liberă a autovehiculelor şi a pietonilor;
- *(d)* nevalorificarea potenţialelor surse de venit în bugetul municipal;
- *(e)* impulsionarea agenţilor economici de a activa în afara cadrului legal;
- *(f)* evaziunea fiscală.

Este important de a menţiona faptul că unii comercianţi ambulanţi abuzează de facilităţile oferite de către AAPL şi sub pretextul că vor comercializa în stradă surplusul agricol, care a fost obţinut în urma imposibilităţii de a-l vinde, îşi extind activitatea şi comercializează fructe exotice şi alte tipuri de produse.

III. ANALIZA SWOT A SFEREI COMERŢULUI INTERIOR ÎN MUNICIPIUL CHIŞINĂU

Puncte forte:	Puncte slabe:
- Existenţa bazei legislative care stabileşte principiile generale de desfăşurare a activităţilor din comerţ; - Sporirea continuă a vânzărilor de mărfuri; - Majorarea ponderii comerţului organizat prin modernizarea reţelei comerciale.	- Volumul insuficient de mărfuri autohtone pentru piaţa internă de consum; - Dezechilibrul vânzărilor de mărfuri şi reţelei comerciale în profil teritorial; - Desfăşurarea activităţilor în comerţ în baza patentei de întreprinzător; - Nivelul scăzut de conlucrare între organele centrale de specialitate, autorităţile administraţiei publice locale şi sectorul privat; - Comerţul neautorizat stradal; - Nivelul insuficient de pregătire profesională a personalului încadrat în unităţile de comerţ.
Oportunităţi:	**Ameninţări (Riscuri)**
- Crearea premiselor de instituire a „ghişeelor unice” în cadrul instituţiilor publice, care vor permite simplificarea procedurii de legalizare a activităţilor în comerţ; - Aplicarea tehnologiilor moderne în comerţ prin sporirea investiţiilor.	- Economia tenebră şi traficul ilicit de mărfuri; - Existenţa concurenţei neloiale pe unele segmente de piaţă; - Dependenţa pieţei interne de importuri; - Infrastructura calităţii subdezvoltată, comparativ cu economiile occidentale; - Capacităţile reduse ale agenţilor economici de a implementa sisteme de gestiune a calităţii.

IV. STRATEGIA DE DEZVOLTARE A COMERŢULUI INTERIOR ÎN MUNICIPIUL CHIŞINĂU

Elaborarea Strategiei de dezvoltare a comerţului interior în municipiul Chişinău reprezintă un demers iniţiatic absolut necesar, ce va defini obiectivele strategice ale sferei pentru perioada 2015-2020, precum şi direcţiile principale de acţiune pentru atingerea acestor obiective.

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

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

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

În parcursul elaborării Strategiei au fost luate în calcul următoarele documente strategice: Analiza cadrului strategic identifică priorităţile stabilite la nivelurile: naţional, regional şi raional. Acesta îşi propune, de asemenea, să identifice influenţa pe care strategiile respective o au asupra municipiului, precum şi importanţa de care acesta se bucură în cadrul procesului de elaborare a planurilor de dezvoltare. La elaborarea Strategiei s-a ţinut cont de prevederile Strategiei „Moldova 2020", Strategiei naţionale de dezvoltare regională, Strategiei securităţii naţionale, Strategiei de dezvoltare a sectorului întreprinderilor mici şi mijlocii pentru anii 2012-2020, Programului de activitate al Guvernului pe anii 2013-2014 „Integrare Europeană: Libertate, Democraţie, Bunăstare", Strategia de dezvoltare a comerţului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020, precum şi ale altor documente de politici publice relevante. Concomitent, prezenta Strategie constituie o completare a strategiilor nominalizate şi o platformă de coordonare a activităţii de implementare a acestora.

Strategia de dezvoltare a comerţului interior în municipiul Chişinău reprezintă cadrul pentru o viziune pe termen lung asupra dezvoltării durabile, în care creşterea economică, coeziunea socială şi protecţia mediului merg mână în mână şi se sprijină reciproc. Urmare a

şedinţelor de lucru ale Grupurilor Consultative şi a discuţiilor purtate de consultant atât cu grupurile consultative de lucru, cât şi cu experţii, luându-se în considerare rezultatele analizării situaţiei actuale şi problematicile critice identificate, au fost propuse patru viziuni asupra dezvoltării comerţului interior în municipiul Chişinău, urmând ca, în cadrul procesului final de consultare publică şi al discuţiilor cu Structurile Locale de Lucru şi cu Echipa de experţi, să fie validată acea viziune care corespunde aspiraţiilor municipiului pentru orizontul de timp dat.

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

Viziunea: Municipiul Chişinău - unitate administrativ-teritorială atractivă din punct de vedere economic, orientată spre stimularea comerţului organizat şi legal într-un mediu concurenţial sănătos şi canalizarea lor spre satisfacerea nevoilor consumatorilor cu necesarul de produse şi servicii competitive.

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

Domeniul de intervenţie	Obiectivul strategic	Cod
Perfecţionarea cadrului normativ	Elaborarea unor norme noi de reglementare a comerţului interior	**PCNC**
Competitivitatea	Sporirea competitivităţii produselor/serviciilor plasate pe piaţă	**CPS**
Infrastructura	Îmbunătăţirea infrastructurii comerciale în teritoriu	**ICT**
Distribuţia/ comercializarea	Modernizarea formelor de distribuţie şi comercializare a produselor/serviciilor	**MDC**
Forţa de muncă	Asigurarea comerţului cu forţă de muncă calificată şi în permanentă perfecţionare	**AFMCP**

DETALIEREA OBIECTIVELOR PE DOMENII – DIRECŢII ŞI MĂSURILE DE IMPLEMENTARE

1. Obiectivul strategic : Perfecţionarea cadrului normativ şi instituţional de reglementare a activităţilor din comerţ

PCNC 1: Aducerea în concordanţă a actelor normative ale Consiliului municipal Chişinău cu prevederile legislaţiei în vigoare din domeniul comerţului.

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

Măsura PCNC 1.2. - Elaborarea unor norme noi de reglementare a comerţului interior al municipiului Chişinău în conformitate cu legislaţia în vigoare.

2. Obiectivul strategic : Sporirea competitivităţii produselor/serviciilor plasate pe piaţă- CPS

CPS 1: Consolidarea resurselor de marfă calitativă şi la un preţ accesibil, preponderent din produse autohtone

Măsura CPS 1.1 – Promovarea produselor autohtone prin diferite activităţi (iarmaroace, târguri, expoziţii etc.)

Măsura CPS 1.2 – Susţinerea desfăşurării activităţii producătorilor din localităţile municipiului în vederea fabricării produselor (produse de artizanat, meşteşugurile, procesarea produselor agricole) şi oferirii de servicii comerciale (confecţionări, reparaţii, spălătorii, frizerii etc.)

Măsura CPS 1.3 – Conectarea la sistemul informaţional unic privind plasarea produselor pe piaţă şi supravegherea lor.

CPS 2: Susţinerea dezvoltării competenţelor producătorilor locali în domeniul planificării şi promovării vînzărilor

Măsura CPS 2.1 – Încurajarea producătorilor locali în ceea ce priveşte creşterea performanţelor produselor prin aplicarea tehnologiilor moderne şi crearea produselor noi, în special a celor ecologice.

Măsura CPS 2.2 – Promovarea extinsă a alimentaţiei sănătoase în rîndurile populaţiei conform principiului: de la produse alimentare sigure la un regim alimentar sănătos.

Măsura CPS 2.3 – Îmbunătăţirea calităţii produselor autohtone concomitent cu reducerea costurilor de producţie, în vederea sporirii competitivităţii produselor fabricate, folosind tehnologiile noi, accesarea fondurilor europene şi a granturilor. Modernizarea bazei tehnico-materiale a cantinelor instituțiilor de învățământ preuniversitar din cadrul întreprinderilor municipale de alimentație publică;

3. Obiectivul strategic : Îmbunătăţirea infrastructurii comerciale în teritoriu - ICT

ICT 1: Organizare spaţială, inventariere urbană, fond construit

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

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

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

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

Măsura ICT 2.1 – Deschiderea cantinelor sociale cu suportul autorităţilor administraţiei publice locale şi agenţilor economici.

Măsura ICT 2.2 – Sprijinirea agenţilor economici în vederea iniţierii proiectelor noi de deservire a populaţiei (comercializarea apei potabile în cartiere, în cadrul sărbătorilor de iarnă, amplasarea teraselor de vară pe străzile auxiliare şi în zonele de agrement etc.)

Măsura ICT 2.3 - Modernizarea/optimizarea pieţelor agroalimentare din localităţile municipiului, destinate vînzării doar a produselor agricole şi a unor produse aferente acestora (seminţe, îngrăşăminte minerale, inventar de grădină etc.). Optimizarea pieţelor de mărfuri nealimentare cu interzicerea activităţii lor în centrul-nucleul istoric al oraşului Chişinău (crearea unei zone comerciale de mărfuri nealimentare cu infrastructura necesară).

ICT 3: Dezvoltarea şi modernizarea infrastructurii de mediu economic stabil

Măsura ICT 3.1 - Acordarea înlesnirilor fiscale la plata taxei locale pentru unităţile comerciale şi/sau de prestări servicii agenţilor economici care contribuie la crearea locurilor de muncă, prin extinderea unei reţele de unităţi comerciale sau de producţie, cu atragerea investiţiilor considerabile.

Măsura ICT 3.2 - Crearea sistemului informaţional unic (Ghişeu unic) pentru eliberarea autorizaţiilor de funcţionare.

4. Obiectivul strategic : Modernizarea formelor de distribuţie şi comercializare a produselor/serviciilor - MDC

MDC 1 : Perfecţionarea tehnologiilor comerciale şi introducerea unor forme moderne de vînzare.

Măsura MDC 1.1 - Extinderea sistemelor de distribuţie integrate (crearea unor magazine moderne cu mari suprafeţe şi bine utilate din punct de vedere tehnologic, capabile să desfăşoare activităţi specifice tuturor stadiilor de circulaţie a mărfurilor (comerţul cu ridicata, mic-engros şi comerţul cu amănuntul);

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

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

MDC 2: Cooperarea între producători – angrosişti-detailişti, în special în logistică

Măsura MDC 2.1- Introducerea codului de bune practici în relaţiile „producător – comerciant" pentru produsele alimentare.

Măsura MDC 2.2 - Susţinerea creării unui centru agroalimentar la nivel naţional (mun. Chişinău) cu baza tehnico-materială şi logistică corespunzătoare (depozite, camere frigorifice, mijloace de transport, marketing etc.).

5. Obiectivul strategic : Asigurarea comerţului cu forţă de muncă calificată şi în permanentă perfecţionare - AFMCP

AFMCP 1: Perfecţionarea potenţialului uman antrenat în activităţile de comerţ

Măsura AFMCP 1.1 - Susţinerea instituirii unui centru de management şi formare profesională în domeniul comerţului în cadrul parteneriatului public-privat şi crearea în baza acestui centru a unui sistem de consalting (punct de contact pe teme comerciale) pentru comercianţi, care să aibă acces la sistemul european al centrelor informaţionale;

Măsura AFMCP 1.2. - Desfăşurarea periodică a concursurilor şi campionatelor gastronomice, în scopul sporirii performanţelor profesionale şi promovării alimentaţiei sănătoase în rîndurile cetăţenilor.

Măsura AFMCP 1.3. - Desfăşurarea periodică a concursurilor privind proiectele şi ideile din domeniul producerii, comerţului şi prestării serviciilor în municipiul Chişinău.

AFMCP 2: Reciclarea şi instruirea continuă a lucrătorilor din comerţ

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

Măsura AFMCP 2.2 - Instituirea unei baze de date unice privind evidenţa angajaţilor din domeniul alimentaţiei publice (chelneri, bucătari, barmeni)

V. IMPLEMENTARE ŞI MONITORIZARE, IMPACTUL IMPLEMENTĂRII STRATEGIEI

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

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

La şedinţele periodice de monitorizare pot participa, la invitaţia Direcţiei, şi reprezentanţi ai organizaţiilor locale, regionale sau naţionale implicate în derularea procesului dezvoltării strategice: agenţii de dezvoltare, ministere, asociaţii ale întreprinzătorilor din diferite domenii, reprezentanţi ai societăţii civile etc., în funcţie de specificul proiectelor.

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

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

Pentru realizarea acestui lucru, este necesară colaborarea cu toate instituţiile implicate, pentru furnizarea unor date şi informaţii corecte şi concrete, altfel rezultatele obţinute nu reprezintă o imagine fidelă a statutului strategiei. Aceste fişe, precum şi categoriile de indicatori menţionaţi, nu sunt limitative, reprezintă doar un punct de pornire în evaluarea stadiului implementării strategiei.

Pe parcursul derulării procesului de implementare din cadrul municipiului Chişinău, în fişele de monitorizare pot fi introduse, de către colectivul Direcţiei, responsabil cu acest lucru, şi alte categorii de indicatori, atunci când aceştia consideră ca fiind necesar acest lucru, pentru o mai bună monitorizare.

VI. METODOLOGIA DE ELABORARE A STRATEGIEI

Strategia de dezvoltare a comerţului interior în municipiul Chişinău pentru anii 2015 - 2020 serveşte ca bază atât pentru dezvoltarea economiei locale, cât şi pentru îmbunătăţirea calităţii vieţii cetăţenilor.

Realizată din iniţiativa Primăriei municipiului Chişinău, strategia se bazează pe un proces participativ unic, ce implică autorităţile locale, cetăţenii şi mediul privat, prin intermediul sondajelor şi dezbaterilor organizate de Consultanţi.

Pentru realizarea Strategiei, au fost desfăşurate următoarele activităţi:

1. Pregătirea documentaţiei în vederea culegerii de informaţii şi constituirea Consiliului participativ local pentru fiecare domeniu de interes local, al Direcţiei generale comerţ, alimentaţie publică şi 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 angajaţii Direcţiei şi experţi.

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

Odată cu stabilirea componenţei Consiliului participativ local, au fost nominalizate şi persoanele care activează în cadrul Direcţiei de comerţ, alimentaţie publică şi prestări servic, ce au avut drept responsabilitate dezvoltarea şi implementarea activităţilor programului coordonat de Consiliu. Direcţia de comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii a municipiului Chişinău este punctul de contact al proiectului, de unde se pot afla oricând informaţii despre stadiul implementării şi de unde se pot obţine răspunsuri la orice interpelare a Comunităţii.

În ceea ce priveşte 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 soluţiile pentru fiecare problemă critică, prin colectarea şi analiza informaţiilor.

2. Întocmirea Profilului Critic al Comunităţii, prin intermediul unei analize extinse a documentaţiei disponibile cu privire la Comunitate în ansamblul ei.

Astfel, pentru definirea şi înaintarea unor propuneri concrete de dezvoltare durabilă, s-a realizat, în primul rând, un diagnostic al cadrului socio-economic şi al activităţilor desfăşurate în municipiul Chişinău.

Au fost investigate 5 domenii de acţiune strategică:

- Turismul;
- Dezvoltarea urbană, infrastructura şi protecţia mediului;
- Serviciile publice, protecţie socială, învăţământ, sănătate, siguranţa cetăţeanului;
- Dezvoltarea economică;
- Cultură şi patrimoniul specific.

Este foarte important ca analiza situaţiei actuale să fie una cât mai realistă, drept pentru care colectarea datelor din teritoriu s-a făcut în colaborare cu Direcţia generală comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii, instituţiile locale şi membrii comunităţii locale. Cu ajutorul acestor seturi integrate de informaţii, au fost determinate, printre altele, potenţialul turistic al localităţii, baza economică a acesteia, s-au identificat resursele, s-au evaluat structura şi nevoile pieţei forţei de muncă, a fost stabilit un profil al populaţiei pe baza tendinţelor demografice din ultimii ani şi s-a evaluat starea de poluare.

3. Analiza SWOT

Prin aplicarea analizei SWOT au fost obţinute informaţii relevante pentru situaţia 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 şi determinarea cadrului de implementare a acestuia, cu sprijinul structurilor locale.

Identificarea direcţiilor de intervenţie strategică, prin intermediul Consiliului participativ local, se finalizează cu prezentarea către Direcţia de comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii a municipiului Chişinău 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 şi financiare necesare implementării strategiei provine de la nivelul administraţiei publice locale, documentul de planificare strategică va fi supus spre aprobare Consiliului municipal Chişinău în mod oficial. În acest mod, angajamentul implementării strategiei este unul public şi devine una dintre priorităţile administraţiei publice locale în exerciţiile financiare publice ale următorilor ani.

5. Elaborarea planului de implementare după identificarea obiectivelor strategice şi 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 şi identificarea partenerilor posibili pentru fiecare proiect.

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

Au fost luate în calcul şi condiţiile de eligibilitate menţionate în documentele programatice ale fondurilor structurale, astfel încât proiectele să se încadreze în diferitele axe şi măsuri pentru finanţare.

Totodată, pentru fiecare proiect în parte, au fost identificaţi şi alocaţi indicatori de monitorizare şi evaluare, instrumente utile în activitatea ulterioară a grupurilor de lucru, pentru implementare. Exerciţiul de monitorizare este indicat a fi efectuat cel puţin trimestrial sau semestrial, iar evaluarea se va efectua anual, doar pentru anii care nu sunt de referinţă, în vederea ajustărilor structurale la nivel de obiective specifice şi priorităţi.

VII. CONSOLIDAREA CAPACITĂȚII INSTITUȚIONALE

Odată cu elaborarea strategiei şi identificarea proiectelor pe domenii, este necesară implementarea acesteia prin intermediul Direcţiei generale comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii a municipiului Chişinău, structură ce va fi responsabilă de planificarea, implementarea şi operarea planului strategic.

Astfel, în perioada imediat următoare, Consiliul Local va aproba strategia, ulterior va apărea necesitatea consolidării capacitaţii instituţionale a administraţiei publice, atât la nivelul conducerii, cât şi la nivel de execuţie.

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

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

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

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

Este recomandabil ca Direcţia generală comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii a municipiului Chişinău să se implice periodic în implementarea Strategiei, prin organizarea unor şedinţe de progres, în care să fie analizat statutul strategiei, precum şi necesitatea actualizării şi ajustării acesteia.

Un alt punct esenţial al structurii de implementare este promovarea strategiei. În acest scop, este necesar un marketing adecvat, pentru a informa populaţia despre strategie, precum şi atragerea investitorilor externi pentru susţinerea dezvoltării economiei locale.

În cadrul acţiunilor de marketing este deosebit de importantă informarea populaţiei în termene proxime. Acest lucru se poate realiza fie prin intermediul site-ului administraţiei publice locale, fie prin crearea de noi pagini dedicate exclusiv strategiei şi stadiului de implementare a acesteia.

Odată cu aprobarea strategiei de către Consiliul Local, ea devine un document programatic, o „Constituţie a localităţii", ceea ce acordă structurii de implementare sprijinul total şi nemijlocit al cetăţenilor, creând astfel un fundament solid în promovarea şi implementarea proiectelor asumate, avându-se garanţia atingerii obiectivelor pe termen lung şi a obiectivului general valabil pentru comunităţile locale: prosperitate pentru prezent şi viitor.

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

Odată cu proiectele de dezvoltare, cel puţin la nivel incipient de prefezabilitate, vor fi determinate sumele necesare implementării proiectelor în funcţie de importanta lor, perioada de implementare, schema de coordonare a fondurilor publice, precum şi a celor private, proprii sau atrase. Pentru managementul financiar al proiectelor – si, implicit, al fondurilor – este necesară o structură instituţională eficientă sau delegarea atribuţiilor date Direcţiei generale comerţ, alimentaţie publică şi prestări servicii a municipiului Chişinău, care să implementeze şi să monitorizeze selectarea proiectelor. O altă responsabilitate importantă a acestei unităţi rezidă în atragerea de resurse financiare pentru implementarea proiectelor vizând:

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

SECRETAR AL CONSILIULUI Valeriu Didencu

Anexa nr. 2
la decizia Consiliului municipal Chișinău
nr. _____ din _____2015

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

Nr. crt.	Direcţii prioritare/ acţiuni	Autoritatea responsabilă de executare	Termenul de realizare	Surse /costuri de finanţare	Indicatori de performanţă/rezultatul scontat
1	2	3	4	5	6
1. Obiectivul strategic : Perfecţionarea cadrului normativ şi instituţional de reglementare a activităţilor din comerţ					
1.1.	Elaborarea propunerilor privind modificarea şi completarea Legii nr. 231 din 23 septembrie 2010 cu privire la comerţul interior referitor la înregistrarea/autorizarea activităţilor din comerţ	Direcţia generală CAPPS, în comun cu preturile de sector	2015	În limitele bugetului aprobat	Propuneri elaborate
1.2.	Elaborarea propunerilor privind modificarea şi completarea proiectului de lege privind contractele (vînzările) la distanţă (inclusiv comerţul electronic)	Direcţia generală CAPPS,	2015	În limitele bugetului aprobat	Propuneri elaborate
1.3.	Elaborarea propunerilor privind modificarea şi completarea proiectului de lege privind contractele în afara spaţiilor comerciale	Direcţia generală CAPPS,	2015	În limitele bugetului aprobat	Propuneri elaborate
1.4.	Înaintarea de propuneri privind modificarea şi completarea proiectelor de hotărâri de Guvern în domeniul comerţului, prezentate Primăriei mun. Chişinău pentru examinare şi expunerea opiniei	Direcţia generală CAPPS, preturile de sector, subdiviziunile cointeresate	2015-2020	În limitele bugetului aprobat	Propuneri elaborate
1.5.	Elaborarea Regulamentului nou privind eliberarea autorizaţiilor de funcţionare a unităţilor comerciale şi de prestare a serviciilor pe teritoriul municipiului Chişinău	Direcţia 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	Direcţia generală CAPPS, preturile de sector,	2015-2020	În limitele bugetului aprobat	Acte normative ajustate
1.7.	Formularea şi înaintarea iniţiativei de modificare a prevederilor legislative, în vederea atribuirii calităţii de agent constatator AAPL responsabile de monitorizarea respectării regulilor de comercializare a produselor şi serviciilor şi de funcţionare a comercianţilor	Direcţia generală CAPPS, în comun cu preturile de sector	2015	În limitele bugetului aprobat	Propuneri înaintate
1.8.	Elaborarea ghidului comerciantului pentru municipiul Chişinău	Direcţia generală CAPPS	2016	Resurse extrabugetare (asistenţă tehnică externă – circa 100 mii lei)	Ghid elaborat şi publicat
1.9.	Crearea Comisiei municipale pentru consultări colective şi negocieri în domeniul comerţului	Direcţia generală CAPPS, în comun cu mediul de afaceri şi mediul academic	2015	În limitele bugetului aprobat	Comisie funcţională creată
1.10.	Susţinerea mediului de afaceri (comercianţii) în instituirea patronatului în comerţ/alimentaţia publică	Direcţia generală CAPPS,	2015	În limitele bugetului aprobat	Asociaţie profesională funcţională
2. Obiectivul strategic : Sporirea competitivităţii produselor/serviciilor plasate pe piaţă					
2.1.	Efectuarea unui studiu privind organizarea iarmaroacelor, târgurilor, expoziţiilor etc. în mun. Chişinău, cu studierea practicilor europene	Direcţia generală CAPPS,	2015-2016	Resurse extrabugetare Circa 300 mii lei	Studiu efectuat
2.2.	Organizarea diferitelor activităţi (iarmaroace, târguri, expoziţii etc.) pentru promovarea produselor autohtone	Direcţia generală CAPPS, în comun cu preturile de sector, Direcţia agricultură şi alimentaţie	2015-2020	În limitele bugetului aprobat	Iarmaroace, târguri, expoziţii organizate
2.3.	Utilizarea mijloacelor informaţionale şi de comunicare pentru prevenirea şi combaterea fabricării şi comercializării de produse contrafăcute	Direcţia generală CAPPS, Direcţia municipală pentru siguranţa alimentelor, Centrul de sănătate publică din mun. Chişinău, Administraţia pieţelor	Permanent	În limitele bugetelor aprobate	Mijloace informatice şi de comunicare utilizate

2.4.	Efectuarea unui studiu de fezabilitare privind organizarea unui centru agro - logistic	Direcţia generală CAPPS, Direcţia generală Arhitectură, urbanism şi relaţii funciare şi Direcţia Agricultură şi Alimentaţie	2016	Resurse extrabugetare circa -500 mii lei	Studiu efectuat
2.5	Stimularea dezvoltării meşteşugurilor şi a micii industrii în localităţile municipiului, relansarea meseriilor cu specific tradiţional	Direcţia generală economie, reforme şi relaţii patrimoniale în comun cu Direcţia generală CAPPS şi Primăriile oraşelor, comunelor (satelor) din mun. Chişinău	Permanent	Resurse extrabugetare (cu suportul proiectelor „PARE 1+1", „Antreprenoriat inovativ pentru ocuparea durabilă"- vezi Strategia de dezvoltare a întreprinderilor mici şi mijlocii pentru anii 2012-2020)	Meserii nou-create
2.6.	Susţinerea creării şi extinderii unităţilor de prestări servicii în localităţile municipiului	Direcţia generală Economie, reforme şi relaţii patrimoniale în comun cu Direcţia general CAPPS şi Primăriile oraţelor, comunelor (satelor) din mun.Chişinău	Permanent	Resurse extrabugetare (cu suportul proiectelor „PARE 1+1", „Antreprenoriat inovativ pentru ocuparea durabilă" - vezi Strategia de dezvoltare a întreprinderilor mici şi mijlocii pentru anii 2012-2020)	Unităţi de prestări servicii create
2.7.	Conectarea la sistemul informaţional nou-creat privind plasarea produselor pe piaţă, creat de către Ministerul Economiei	Direcţia generală CAPPS, Direcţia municipală pentru siguranţa alimentelor, Centrul de sănătate public din mun. Chişinău	2016-2017	Resurse extrabugetare	Conexiune la Sistemul informaţional creat
2.8.	Susţinerea producătorilor autohtoni de produse ecologice prin promovarea lor în vederea participării	Direcţia generală CAPPS, în comun cu preturile de sector, Direcţia	2015-2020	În limitele bugetului aprobat	Agenţi economici antrenaţi

	la activităţile organizate în municipiul Chişinău	agricultură şi alimentaţie			
2.9.	Informarea consumatorilor despre promovarea unei alimentaţii sănătoase	Direcţia Sănătăţii, Direcţia municipală pentru siguranţa alimentelor, Centrul de Sănătate Publică din mun. Chişinău	2015-2020	În limitele bugetului aprobat	Mijloace informatice şi de comunicare utilizate
2.10.	Reutilarea cantinelor instituţiilor de învăţământ preuniversitar din cadrul întreprinderilor municipale de alimentaţie publică cu echipament şi utilaj tehnologic modern	Direcţia generală CAPPS, Direcţia generală educaţie, tineret şi 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 scolăreşti cu semipreparate	Direcţia generală CAPPS, Direcţia municipală pentru siguranţa alimentelor, Întreprinderile municipale	2017	Surse extrabugetare 250 mii lei	Studiu efectuat
3. Obiectivul strategic : Îmbunătăţirea infrastructurii comerciale în teritoriu					
3.1.	Efectuarea unui studiu privind evaluarea infrastructurii comerciale şi de prestări servicii în mun. Chişinău, inclusiv a pieţelor	Direcţia generală comerţAPPS,	2015-2016	Surse extrabugetare 500 mii lei	Studiu efectuat
3.2.	Efectuarea unui studiu privind evaluarea reţelei de comerţ ambulant. Optimizarea numărului de gherete în mun. Chişinău şi înlocuirea lor cu gherete/complexe de gherete municipale	Direcţia 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 reţelei comerciale conform planului urbanistic zonal	Direcţia generală CAPPS, Direcţia generală Arhitectură, urbanism şi relaţii funciare	2016	Resurse extrabugetare 500 mii lei	Concept elaborat
3.4.	Conexiunea sistemului informatic nou elaborat al Direcţiei cu harta Google.maps şi actualizarea continuă a schemei generale de amplasare a unităţilor	Direcţia generală CAPPS,	2015	În limitele bugetelor aprobate	Sistem informaţional conectat

	comerciale şi de prestări servicii				
3.5.	Elaborarea conceptului/plan de amplasare privind evoluţiile şi transformările necesare reţelei de comerţ ambulant din teritoriul municipiului Chişinău	Direcţia generală CAPPS, în comun cu preturile de sector	2015-2016	Mijloace extrabugetare 300 mii lei	Concept elaborat
3.6.	Desfăşurarea unui concurs privind elaborarea proiectului unic pentru gherete	Direcţia generală arhitectură, urbanism şi relaţii funciare, Direcţia generală CAPPS, preturile de sector	2016	În limitele bugetelor aprobate	Proiect (schiţă) elaborat
3.7.	Susţinerea agenţilor economici în vederea iniţierii proiectelor noi de deservire a populaţiei (comercializarea apei potabile în cartiere, în cadrul sărbătorilor de iarnă, amplasarea teraselor de vară pe străzile auxiliare şi în zonele de agrement etc.)	Direcţia generală CAPPS, Direcţia generală arhitectură, urbanism şi relaţii funciare, preturile de sector	Permanent	În limitele bugetelor aprobate	Unităţi comerciale deschise
3.8.	Optimizarea/modernizarea pieţelor agroalimentare din localităţile municipiului, destinate vînzării doar a produselor agricole şi a unor produse aferente acestora (seminţe, îngrăşăminte minerale, inventar de grădină etc.)	Direcţia generală CAPPS, Direcţia generală arhitectură, urbanism şi relaţii funciare, preturile de sector	2016-2020	În limitele bugetelor aprobate	Pieţe modernizate
3.9.	Optimizarea pieţelor de mărfuri nealimentare cu interzicerea activităţii lor în central-nucleul istoric al oraşului Chişinău (crearea unei zone comerciale de mărfuri nealimentare cu infrastructura necesară).	Direcţia generală CAPPS, Direcţia generală arhitectură, urbanism şi relaţii funciare, preturile de sector, parteneriatul public privat	2020	Contribuţia agenţilor economici	Zonă comercială creată
3.10.	Elaborarea conceptului de amplasare a reţelei de unităţi de prestări servicii, conform planului urbanistic zonal	Direcţia generală CAPPS, Direcţia generală arhitectură, urbanism şi relaţii funciare	2018-2019	Resurse extrabugetare 500 mii lei	Concept elaborat
3.11.	Acordarea înlesnirilor fiscale la plata taxei locale pentru unităţile comerciale şi/sau de prestări servicii agenţilor economici care contribuie la crearea locurilor de muncă prin extinderea unei reţele de unităţi comerciale sau de producţie, cu atragerea investiţiilor considerabile	Direcţia generală finanţe, Direcţia generală CAPPS, Consiliul municipal Chişinău	2015-2020	În limitele bugetelor aprobate	Înlesniri acordate

3.12.	Crearea unui sistem informaţional unic, prin conexiunea Direcţiei la sistemele informaţionale ale subdiviziunilor Primăriei şi alte servicii implicate în procesul de înregistrare/autorizare a activităţilor din comerţ	Direcţia generală CAPPS, preturile de sector, Direcţia generală arhitectură, urbanism şi relaţii patrimoniale, Centru Sănătate publică mun. Chişinău, Direcţia municipal pentru siguranţa alimentelor, OCT "Cadastru" etc.	2015	În limitele bugetelor aprobate	Sistem informaţional unic creat
3.13.	Conectarea la sistemul informaţional naţional în comerţ	Direcţia generală CAPPS	2016	Resurse extrabugetare (cu suportul proiectului „e-Transformare a Guvernării" şi altor parteneri de dezvoltare)	Sistem funcţional
4. Obiectivul strategic : Modernizarea formelor de distribuţie şi comercializare a produselor/serviciilor					
4.1.	Susţinerea creării unor magazine moderne capabile să desfăşoare activităţi în domeniul comerţului cu ridicata, mic-engros şi comerţ cu amănuntul	Direcţia generală CAPPS, Direcţia generală economie, reforme şi relaţii patrimoniale	Permanent	Resurse de finanţare mixte	Unităţi de comerţ deschise
4.2.	Susţinerea extinderii magazinelor de firmă (de brand), în special ale producătorilor locali, cu marca „Fabricat în Moldova", magazinelor specializate	Direcţia generală CAPPS, Direcţia generală economie, reforme şi relaţii patrimoniale	Permanent	contribuţia agenţilor economici	Unităţi de comerţ deschise
4.3	Susţinerea implementării comerţului ce va oferi consumatorilor produsul în imediata apropiere a locului de consum (vânzare la domiciliu, vânzare pe bază de comandă, televânzarea, comerţul electronic, magazine on-line etc.)	Direcţia generală CAPPS,	Permanent	contribuţia agenţilor economici	Activităţi de comerţ iniţiate
4.4.	Susţinerea creării unui centru agroalimentar la nivel naţional (mun. Chişinău), cu baza tehnico-materială şi logistică corespunzătoare (depozite, camere frigorifice, transport, marketing etc.)	Direcţia generală arhitectură, urbanism şi relaţii funciare, Direcţia generală Economie, reforme şi relaţii patrimoniale, Direcţia generală CAPPS	2016	Resurse de finanţare mixte	Centru creat

5. Obiectivul strategic : Asigurarea comerţului cu forţă de muncă calificată şi în permanentă perfecţionare					
5.1.	Susţinerea instituirii unui centru municipal de management şi formare profesională în domeniul comerţului	Direcţia generală CAPPS,	2015 - 2016	Surse de finanţare mixte, parteneriat public privat	Centru creat
5.2.	Desfăşurarea concursurilor şi campionatelor gastronomice în scopul sporirii performanţelor profesionale şi promovării alimentaţiei sănătoase în rîndurile cetăţenilor	Direcţia generală CAPPS, Asociaţia Culinarilor Catering Moldova	Anual	Surse de finanţare mixte	Concursuri desfăşurate
5.3.	Desfăşurarea concursurilor privind proiectele şi ideilor din domeniul producerii, comerţului şi prestării serviciilor în mun. Chişinău	Direcţia generală CAPPS, Mediul academic şi de afaceri	2016 - 2018	Surse de finanţare mixte, Parteneriat public privat	Concurs desfăşurat
5.4.	Organizarea meselor rotunde, seminarelor, master class-urilor cu invitarea specialiştilor, businessmanilor, mediului academic, pentru încurajarea schimburilor de experienţă privind promovarea celor mai bune practici comerciale	Direcţia generală CAPPS	2015 - 2020	Surse de finanţare mixte	Acţiuni desfăşurate
5.5.	Instituirea unei baze de date unice privind evidenţa angajaţilor din domeniul alimentaţiei publice (chelneri, bucătari, barmeni)	Direcţia generală CAPPS	2016 - 2017	Surse extrabugetare 200 mii lei	Bază de date creată

SECRETAR AL CONSILIULUI Valeriu Didencu