



HOTĂRÎRE

cu privire la aprobarea Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020 și a Planului de acțiuni privind implementarea acesteia

[Titlul modificat prin [Hot.Guv. nr.445 din 16.06.2017](#), în vigoare 23.06.2017]

nr. 948 din 25.11.2013

Monitorul Oficial nr.284-289/1059 din 06.12.2013

* * *

Notă: În tot textul hotărîrii și al anexelor, sintagmele „Ministerul Economiei” și „Ministerul Tehnologiei Informației și Comunicațiilor”, la orice caz gramatical, se substituie cu sintagma „Ministerul Economiei și Infrastructurii”, la cazul gramatical corespunzător, conform [Hot.Guv. nr.738 din 20.07.2018](#), în vigoare 17.08.2018

Pentru executarea prevederilor art.5 al [Legii nr.231 din 23 septembrie 2010](#) cu privire la comerțul interior (Monitorul Oficial al Republicii Moldova, 2010, nr.206-209, art.681), cu modificările și completările ulterioare, și luînd în considerare importanța socială a comerțului în satisfacerea necesităților vitale ale populației, contribuția acestui sector la formarea produsului intern brut, precum și pentru modernizarea în ansamblu a pieței interne de consum, Guvernul

HOTĂRĂȘTE:

1. Se aprobă:

Strategia de dezvoltare a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020, conform anexei nr.1;

Planul de acțiuni pentru anii 2014-2016 privind implementarea Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020, conform anexei nr.2;

Planul de acțiuni pentru anii 2017-2018 privind implementarea Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020, conform anexei nr.3.

[Pct.1 modificat prin [Hot.Guv. nr.445 din 16.06.2017](#), în vigoare 23.06.2017]

2. Ministerele și alte autorități administrative centrale vor prezenta Ministerului Economiei și Infrastructurii anual, pînă la 15 martie, informația privind implementarea Strategiei în anul precedent anului de gestiune.

Ministerul Economiei și Infrastructurii, pînă la 15 aprilie, va generaliza informațiile sectoriale și va prezenta Guvernului raportul de sinteză anual.

3. Se recomandă autorităților administrației publice locale să aprobe strategii teritoriale de dezvoltare a comerțului interior pentru anii 2014-2020 și planuri de acțiuni privind implementarea acestora.

4. Monitorizarea și coordonarea procesului de realizare a Strategiei de dezvoltare a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020 se pun în sarcina Ministerului Economiei și Infrastructurii.

PRIM-MINISTRU

Iurie LEANCĂ

Contrasemnează:

Viceprim-ministru, ministrul economiei

Valeriu Lazăr

Ministrul finanțelor
Ministrul agriculturii și industriei alimentare
Ministrul dezvoltării regionale și construcțiilor

Anatol Arapu
Vasile Bumacov
Marcel Răducan

Chișinău, 25 noiembrie 2013.

Nr.948.

Notă: În textul anexelor nr.1–3, cuvintele „Agenția pentru Protecția Consumatorilor”, la orice caz gramatical, se substituie prin cuvintele „Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței”, la cazul gramatical corespunzător, conform [Hot.Guv. nr.1089 din 18.12.2017](#), în vigoare 20.12.2017

Anexa nr.1
la Hotărîrea Guvernului
nr.948 din 25 noiembrie 2013

STRATEGIA de dezvoltare a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020

INTRODUCERE

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

Elaborarea prezentei Strategii a fost anticipată de evaluarea realizării acțiunilor prevăzute de [Strategia de susținere a dezvoltării comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2007-2009](#), de efectuarea unei analize complexe privind situația actuală a pieței interne de consum, precum și de studierea celor mai bune practici comerciale ale comunității europene și a posibilităților de transpunere a acestora pe plan național. La elaborarea Strategiei s-a ținut cont de prevederile [Strategiei “Moldova 2020”](#), [Strategiei naționale de dezvoltare regională](#), [Strategiei securității naționale](#), [Strategiei de dezvoltare a sectorului întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2012-2020](#), Programului de activitate a Guvernului pe anii 2013-2014 “Integrare Europeană: Libertate, Democrație, Bunăstare”, precum și ale altor documente de politici publice relevante. Concomitent, prezenta Strategie constituie o completare a strategiilor sus-enumerate și o platformă de coordonare a activității de implementare a acestora.

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

Prezenta Strategie stabilește liniile directorii în ceea ce privește perfecționarea cadrului normativ aferent comercializării produselor și serviciilor, continuitatea restructurării cadrului instituțional vizînd supravegherea pieței interne de consum, implementarea tehnologiilor moderne de distribuire/ prestare a serviciilor comerciale. Ea determină rolul statului în reglementarea activităților din comerț, segmentele de interacțiune între autoritățile publice centrale cu competențe în domeniul vizat, precum și aspectele conlucrării cu autoritățile administrației publice locale.

Strategia modifică conceptul comerțului interior, acesta fiind privit ca domeniu de comercializare nu doar a bunurilor (mărfurilor), ci și a serviciilor, și anume a serviciilor care au tangență directă cu procesul de postvînzare a produselor – reparație, închiriere, curățare, spălare, alimentație publică, cazare, turism,

etc. Astfel, treptat, comerțul se înscrie în industria serviciilor prestate populației.

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

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

I. DIAGNOSTICUL COMERȚULUI INTERIOR ÎN ANII 2006-2012

Pentru a prezenta situația actuală a comerțului în Republica Moldova s-a apelat la caracteristici atât cantitative, cât și calitative, care în ansamblu pot conferi o imagine asupra acestui sector. Caracteristicile cantitative ilustrează locul pe care-l ocupă comerțul în economia țării prin prisma unor indicatori, cum ar fi: numărul și ponderea întreprinderilor din comerț în totalul întreprinderilor existente, numărul și ponderea populației active ocupate în această sferă, contribuția comerțului la crearea Produsului Intern Brut (PIB), volumul vânzărilor etc., rezultați din datele statistice oficiale. Caracteristicile calitative sînt aprecieri legate de percepțiile față de acest sector de activitate.

Tendențele cantitative se manifestă prin performanțele obținute de către domeniul comerțului în economia țării, prin contribuția acestuia la formarea valorii adăugate brute (VAB) în economie și ponderea lui în Produsul Intern Brut.

În Republica Moldova variabila economică, precum **Produsul Intern Brut** creat în sectorul comerțului, înregistrează o tendință de creștere modestă, dar stabilă de-a lungul anilor. Astfel, dacă în anul 2006 comerțului îi reveneau 11,5% în formarea Produsului Intern Brut, în anul 2012 ponderea lui era de circa 14%, poziționîndu-se printre ramurile cu contribuții majore la formarea valorii adăugate brute. Pe parcursul anilor 2006-2012, VAB a sporit în comerț de circa 2,4 ori, de la 5145 mil. lei la 12250 mil. lei (tabelul nr.1).

Tabelul nr.1

Contribuția comerțului la formarea Produsului Intern Brut în anii 2006-2012

(mil. lei)

Indicatori	2006	2007	2008	2009	2010	2011	2012*
Produsul Intern Brut (PIB), din care:	44754	53430	62922	60430	71885	82349	87847
Valoarea adăugată brută (VAB), inclusiv:	37339	44413	51774	50809	59921	68390	73319
comerț cu ridicata și cu amănuntul	5145	6714	8149	7954	9213	11119	12250
Impozite nete pe produse	7415	9017	11148	9621	11965	13959	14528
Ponderea comerțului cu ridicata și cu amănuntul:							
- în formarea PIB, %	11,5	12,6	13,0	13,2	12,8	13,5	14,0
- în formarea VAB, %	13,8	15,1	15,7	15,4	15,4	16,3	16,7
Ponderea impozitelor nete pe produs în PIB, %	16,6	16,9	17,7	15,9	16,6	17,0	19,2

Sursa: Biroul Național de Statistică

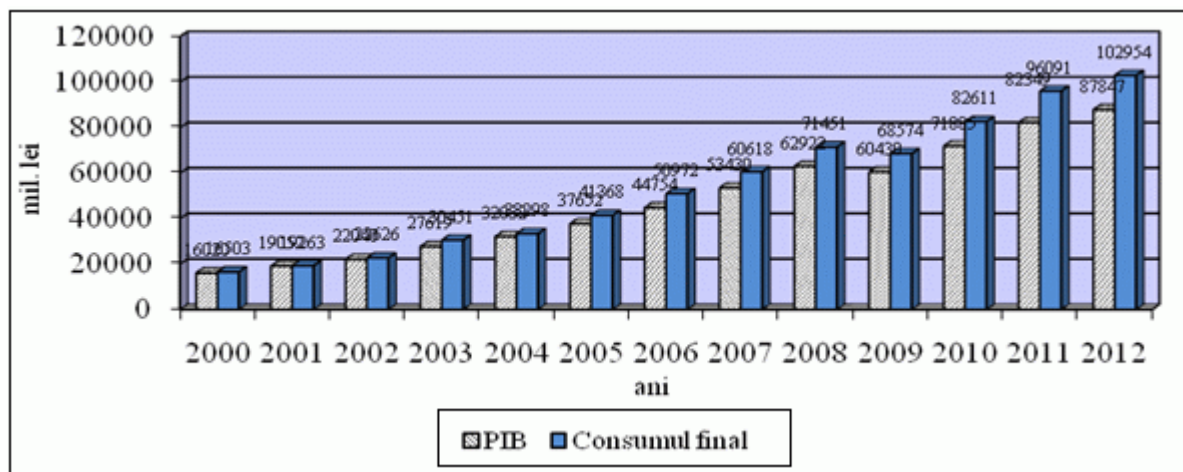
* Calcule preliminare

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

Conform datelor statistice privind consumul final total (consumul final al gospodăriilor populației și consumul final al administrației publice) și valoarea PIB, în perioada analizată (2006-2012) se constată existența unui decalaj între acești doi indicatori, cu tendința de creștere a cheltuielilor de consum. Dacă în anul 2006 valoarea consumului final total a constituit 50972 mil.lei, depășind valoarea PIB cu circa 13,9%, în anul 2012 aceasta s-a ridicat la suma de 102954 mil.lei, realizându-se un spor de circa 17% față de PIB (figura nr.1). În situația creată cerințele de consum intern au fost acoperite din import și, drept urmare, a apărut dependența de mărfurile străine.

Figura nr.1

Evoluția Produsului Intern Brut și a consumului final în perioada 2006-2012

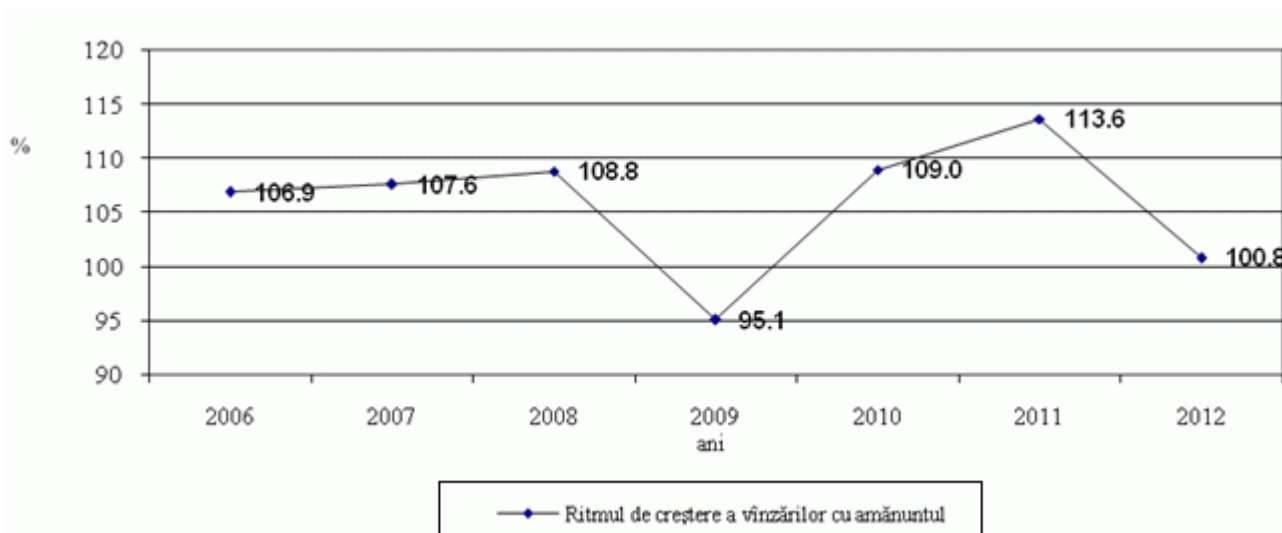


Sursa: Biroul Național de Statistică

Urmare a creșterii consumului populației, volumul vânzărilor în comerțul cu amănuntul a sporit în continuu, realizând, în termeni reali, un spor anual de circa 6-7% (figura nr.2). Însă anul 2012 a fost marcat printr-un ritm mai scăzut al vânzărilor cu circa 12,8% comparativ cu anul 2011.

Figura nr.2

Ritmul de creștere a vânzărilor în comerțul cu amănuntul în anii 2006-2012



Sursa: Biroul Național de Statistică

1	2	3	4	5	6	7	
Valoarea vânzărilor de mărfuri cu amănuntul prin unități comerciale – total	13620,7	16866,6	21387,2	19960,6	25096,5	32132,7	33707,1
În procente față de anul precedent (anul precedent=100%)	110,1	110,3	112,2	95,7	109,0	113,6	100,8
Structura, %							
Valoarea vânzărilor de mărfuri cu amănuntul prin unități comerciale – total, din care	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0	100,0
Vânzări de produse alimentare	31,5	32,5	33,2	35,4	32,1	28,9	32,5
Vânzări de produse nealimentare	68,5	67,5	66,8	64,6	67,9	71,1	67,5

Sursa: Biroul Național de Statistică

* Începînd din anul 2011 este utilizată o nouă metodă de calcul al volumului vânzărilor (datele se prezintă pe întreprinderile cu un număr de salariați de 10 și mai multe persoane).

** În studiul pentru anul 2012 sînt cuprinse exhaustiv întreprinderile cu un număr de salariați de 3 și mai multe persoane, care desfășoară activitate de comerț cu amănuntul prin rețeaua proprie de magazine.

Conform datelor statistice, în anul 2006 în rețeaua de comerț au funcționat 9014 unități comerciale, dintre care 7159 magazine și 1855 gherete și chioșcuri. Pe parcursul perioadei ce a urmat numărul unităților de comerț a crescut, atingînd în anul 2010 un număr de 12215 unități (sau cu 35,5% mai mult comparativ cu anul 2006). Astfel, numărul magazinelor s-a majorat pînă la 9556 unități (sau cu 33,5% mai mult față de anul 2006), iar al gheretelor și chioșcurilor – pînă la 2659 (cu 43,3% mai mult), înregistrînd un ritm de creștere mai accelerat comparativ cu magazinele (tabelul nr.4).

Tabelul nr.4.

**Evoluția rețelei de comerț cu amănuntul pe țară și în profil teritorial,
în anii 2006-2012**

	2006	2007	2008	2009	2010	2011*	2012*
1	2	3	4	5	6	7	8
Unități comerciale – total	9014	9980	11066	11082	12215	7385	9594,0
<i>din care:</i>							
Magazine	7159,0	7833,0	8527,0	8889,0	9556,0	5340,0	7012,0
Gherete, chioșcuri	1855,0	2147,0	2539,0	2193,0	2659,0	2045,0	2582,0
<i>din total:</i>							
mun.Chişinău	2597	2788	3266	2874	3800	3704	4840
NORD,	2648	2998	3215	3460	3553	1476	1878
<i>din care:</i>							

<i>mun.Bălți</i>	576	681	715	733	777	405	491
CENTRU	2136	2419	2696	2735	2865	1433	1733
SUD	1073	1166	1256	1337	1342	532	827
UTA Găgăuzia	560	609	633	676	655	240	316

Sursa: Biroul Național de Statistică

* Pentru anii 2011 și 2012 a fost utilizată o nouă metodă de calcul al numărului de unități comerciale (datele se prezintă pe întreprinderile cu un număr de salariați de 10 și mai multe persoane) după locul de înregistrare a întreprinderilor.

Analiza unităților comerciale pe anul 2012 denotă că au funcționat un număr mai mic de unități – 9495, înregistrându-se o descreștere de circa 21,5% față de anul 2010 (aceasta se datorează modificării metodelor de întocmire a rapoartelor statistice).

După mun.Chișinău, care deține o pondere de circa 50,2% din totalul de unități pe republică, urmează regiunea de nord cu o pondere de 20,0% (inclusiv mun.Bălți), regiunea centru cu 19,4%, regiunea de sud cu 7,2% și UTA Găgăuzia cu 3,2%. Prin urmare, mun.Chișinău este cea mai atractivă zonă din punctul de vedere al amplasării unităților comerciale, iar celelalte regiuni, în special cele rurale, se dezvoltă mai lent, astfel creîndu-se un dezechilibru între rețeaua comercială din municipii și cea din restul localităților.

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

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

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

Sporirea volumului investițiilor în sectorul comerțului reprezintă un criteriu semnificativ, în funcție de care se preconizează a se realiza modernizarea bazei tehnico-materiale a comerțului, consolidarea potențialului existent, perfecționarea tehnologiilor, îmbunătățirea calității serviciilor comerciale, etc. Investițiile în capitalul fix în comerț au sporit de la 1231,6 mil. lei în anul 2006 la 2047,9 mil. lei în anul 2012, ceea ce constituie o creștere cu 66,3% a investițiilor. Structura investițiilor pe tipuri de activități scoate în evidență gradul de atractivitate a comerțului pentru antreprenorii autohtoni și străini. Aceasta o demonstrează datele statistice, care arată că ponderea investițiilor în capitalul fix în ramura comerțului sporește cu unele oscilații: de la 11,2% în anul 2006 la 14,9% în anul 2008, apoi o scădere de pînă la 12,3% în anul 2012 (tabelul nr.5).

În anii 2009-2010 nivelul investițiilor a scăzut din cauza crizei economice care a afectat nu numai sectorul investițiilor, ci și întreaga economie.

**Poziționarea comerțului interior în sistemul social-economic
al Republicii Moldova în anii 2006-2012**

Ani	Populația ocupată, mii de persoane		Investiții, mil. lei		În %, față de total în economie	
	total în economie	în comerțul cu ridicata și cu amănuntul, hoteluri și restaurante	total în economie	în comerț	Populația ocupată în comerțul cu ridicata și cu amănuntul, hoteluri și restaurante	Investiții în comerț
2006	1257	196	11012,3	1231,6	15,6	11,2
2007	1247	198	15335,8	2150,3	15,9	14,0
2008	1251	209	18224,8	2717,9	16,7	14,9
2009	1184	217	11123,6	1223,3	18,35	11,0
2010	1143	213	13804,8	1522,4	18,7	11,0
2011	1173	223	16337,9	1988,4	19,0	12,2
2012	1146,8	209	16601,4	2047,9	18,2	12,3
2012/2006, %	91,2	106,6	150,8	166,3	-	-

Sursa: Biroul Național de Statistică

Analiza datelor privind investițiile în economie în anul 2012 denotă că sfera comerțului se situează pe locul patru după sectorul industriei prelucrătoare cu o pondere de circa 12,3% din volumul total al investițiilor. Pe primele locuri se situează sectorul transporturilor și comunicațiilor cu circa 22,0% și sectorul tranzacțiilor imobiliare cu circa 16%.

Caracteristica de atractivitate a sectorului comerțului sub toate aspectele de dezvoltare a acestuia determină și creșterea numărului de persoane antrenate în comerț (tabelul nr.5). În perioada 2006-2012 pe fundalul scăderii numărului total de angajați în economie cu 110,2 mii persoane, numărul mediu al angajaților în comerț a crescut cu 13 mii persoane. Drept urmare, scăderea numărului total al populației ocupate în economie cu 8,8% a determinat creșterea progresivă în timp a angajaților în comerț cu 6,6%. În acest context, se înțelege că un număr mare de persoane din domeniile conexe comerțului migrează în sfera comercială, schimbându-se astfel structura și caracteristicile resurselor umane. Această situație se datorează și modificărilor structurale intervenite în economie: de la o economie preponderent agrar-industrială, la o economie de servicii.

Concomitent, datele analizate indică faptul că aproximativ a șasea parte din totalul angajaților în economie activează în sfera comerțului și că în anii de referință ponderea celor ocupați în comerț din totalul populației angajate în economie a fost în ascensiune continuă – de la 15,6% la 18,2%. În concluzie, cota populației angajate în comerț reprezintă o cotă substanțială a potențialului uman al țării, care necesită o evaluare nu numai cantitativă, dar și calitativă (sub aspectul instruirii).

Personalul angajat în comerț de cele mai dese ori nu are o pregătire specială. De aceea este absolut necesară implicarea instituțiilor de învățământ superior și mediu de specialitate cu profil economico-comercial în organizarea studiilor comerciale și de perfecționare continuă a cadrelor din comerț, în instruirea și atestarea lucrătorilor fără studii comerciale, care deja activează în comerț.

Actualmente pregătirea cadrelor în domeniul merceologiei și comerțului se realizează în două instituții de învățământ superior și în 25 unități de învățământ secundar profesional și mediu de specialitate (colegii).

În anii 2010-2012, **vânzările serviciilor aferente comerțului** au înregistrat o descreștere modestă, evidențiindu-se nesemnificativ doar serviciile de alimentație publică și cele turistice. Datele prezentate (tabelul nr.6) redau situația vânzărilor pe unele categorii de servicii, care cad sub incidența [Legii nr.231 din 23 septembrie 2010](#) cu privire la comerțul interior.

Tabelul nr.6

Servicii de piață prestate populației în perioada 2010-2012

Denumirea serviciilor	2010	2011	2012
Valoarea serviciilor – total, mil.lei	14285,6	12351,0	12221,6
În procente față de anul precedent (anul precedent = 100%)	105,4	104,6	101,8
Structura, %			
Valoarea serviciilor – total, <i>din care:</i>	100,0	100,0	100,0
Servicii ale agențiilor de voiaj și de turism	1,7	3,2	4,2
Servicii de tranzacții imobiliare	2,4	2,4	2,1
Servicii hoteliere	0,8	1,3	1,0
Servicii sportive	0,3	0,6	0,6
Servicii de întreținere și reparare a mașinilor de birou, de contabilitate și a calculatoarelor	0,0	0,0	0,0
Servicii de spălare, curățătorie chimică și vopsire	0,2	0,2	0,2
Servicii fotografice	0,0	0,0	0,0
Servicii de întreținere corporală	0,0	0,0	0,1
Servicii ale frizeriilor și alte servicii ale cabinetelor de cosmetică	0,2	0,2	0,3
Servicii de închiriere a mașinilor și echipamentelor fără operator, a bunurilor personale și gospodărești	0,0	0,1	0,1
Servicii de pompe funebre și servicii similare	0,1	0,1	0,1
Servicii de alimentație publică	8,6	11,8	12,6
din volumul total, %			
în localități urbane	87,2	98,2	X
în localități rurale	12,8	1,8	X

Sursa: Biroul Național de Statistică

Sub aspect teritorial, aceste servicii de asemenea reprezintă un decalaj între localitățile urbane și cele rurale.

Concluzie:

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

Sub aspect calitativ, au fost înregistrate evoluții atât pozitive, cât și negative. Schimbările pozitive constau în modernizarea actelor de schimb (formele de distribuție și comercializare) și a mijloacelor de comerț (tehnici comerciale), vechile forme tradiționale de schimb fiind substituite treptat prin forme

moderne, potrivit conceptului de dezvoltare durabilă și globalizare. Iau amploare comerțul la distanță, în special comerțul electronic, vânzările directe și cele bazate pe acordurile de franciză, dispar micile magazine și se extind magazinele lanț, inclusiv de tipul “cash and carry” – este vorba de comerțul integrat, realizat de întreprinderile ce dispun de mari suprafețe comerciale.

În paralel cu magazinele mari se dezvoltă rapid magazinele de firmă ale producătorilor din țară, care constituie o parte integrantă a distribuției comerciale. Spre exemplu, în mun. Chișinău funcționează peste 40 magazine ale SA “JLC”, 13 magazine ale SA “Franzeluța”, 9 magazine ale SA “Carmez”, 7 magazine ale SA “Zorile”, 4 magazine ale SA “lonel” etc.

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

II. DEFINIREA PROBLEMELOR

Constrîngerile și problemele, care creează impedimente în dezvoltarea comerțului interior, sînt sintetizate în cîteva secțiuni.

Secțiunea 1

Imperfecțiunea cadrului normativ și instituțional

Cadrul normativ conține unele interpretări duble și discrepante în domeniul comercializării produselor și serviciilor (comercializarea băuturilor alcoolice și a articolelor din tutun), suprapuneri de proceduri privind obținerea actelor permissive (autorizații/licențe/certificate de funcționare a unităților de cazare, farmaciilor, stațiilor PECO), precum și unele lacune (vacuum) în reglementarea comercializării anumitor produse (mobilă, materiale de construcție, jucării, articole de parfumerie, mărfuri second-hand). Nu toate reglementările comunitare sînt transpuse în legislația națională, spre exemplu normele privind vânzările la distanță și vânzările cu preț redus.

Cît privește evaluarea conformității produselor, cadrul legal este fragmentat. În legislație persistă cazurile cînd același produs îi sînt aplicabile diferite definiții, în timp ce alte noțiuni fundamentale nu sînt definite. Nu există reglementări tehnice pentru unele produse, precum și măsuri de protecție a pieței interne de produsele necalitative și contrafăcute. Toate acestea generează iregularități în aplicarea în practică a politicilor vizînd comerțul și, în final, încălcarea drepturilor consumatorilor.

Este imperfect și cadrul normativ ce ține de politica vamală și fiscală, situație care creează bariere în dezvoltarea mediului de afaceri din comerț.

Referitor la cadrul instituțional, se încalcă prevederile legislației în vigoare privind desfășurarea controalelor prin abuzul de competențe din partea organelor de stat abilitate cu drept de control, în special din partea inspectorilor fiscali și colaboratorilor organelor de poliție. Pe de altă parte, sînt reduse capacitățile instituțiilor de supraveghe a pieței privind retragerea din circulație a produselor nesigure pentru sănătatea consumatorilor. De asemenea, se suprapun atribuțiile și responsabilitățile acestor instituții.

Secțiunea 2

Comerțul ilicit

Urmare a efectuării diagnosticului comerțului interior și estimării resurselor de mărfuri prezente pe piața internă de consum, s-a depistat o situație paradoxală: producem tot mai puțin, dar consumăm tot mai mult. Piața internă de consum este alimentată preponderent din importuri, care constituie aproximativ 2/3 din potențialul de marfă existent pe piață. O bună parte din produse se comercializează ilegal. Comerțul ilicit reprezintă un fenomen negativ în dezvoltarea pieței interne de consum și presupune practicarea activității în comerț (import, distribuire, vânzare, cumpărare de bunuri) în afara legii. În această secțiune sînt reproduse două componente ale comerțului ilicit: contrabanda, adică importul ilegal peste frontieră, și punerea în circulație a produselor contrafăcute, constînd în afișarea unei mărci comerciale fără acceptul proprietarului mărcii respective.

Principalele stimulente ale contrabandei sînt diferențele de prețuri și ale sistemelor de impozitare din diferite țări. Astfel, o bună parte din mărfuri sînt introduse în țară prin contrabandă cu eschivarea de la controlul vamal – ascunderea produselor în locuri special pregătite sau adaptate în acest scop, folosirea frauduloasă a documentelor de însoțire a produselor, nedeclararea sau declararea neautentică a încărcăturilor în documentele vamale etc. Informații exacte despre aceste acțiuni nu pot fi găsite și nici careva indicații concrete despre modul cum ar putea fi evaluată exact dimensiunea contrabandei dintr-un domeniu oarecare. Pentru a evalua dimensiunile contrabandei se contrapun statisticile țărilor între care se realizează tranzacțiile de export-import de produse, se compară vânzările înregistrate și consumul estimat prin calcule, se analizează tranzacțiile “off shore”. Într-un studiu efectuat la comanda Transparency International Moldova în scopul evaluării dimensiunii contrabandei cu petrol în Republica Moldova și a impactului economic al acestui fenomen s-a constatat că ponderea produselor petroliere introduse în țară prin contrabandă din totalul vânzărilor acestor produse pe piața internă de consum variază între 30-50%. Datele Uniunii Producătorilor de Zahăr demonstrează că în anul 2012 contrabanda cu zahăr a lăsat o gaură de 200 milioane de lei în bugetul statului. Estimările arată că de la începutul anului 2013 aproape jumătate din zahărul intrat pe piața internă este adus prin contrabandă din Ucraina. Printre mărfurile incluse în lista neagră a contrabandei se mai numără tehnica de calcul, încălțăminte și confecțiile de diverse branduri internaționale, carnea și produsele din carne, peștele, țigările, etc.

Conform prevederilor legislației în vigoare, diferența între calificarea infracțiunilor penale și contravențiilor administrative constă în mărimea și valoarea obiectului încălcării: în prezent răspunderea penală survine în cazul în care valoarea mărfurilor depășește 50 mii lei. Pe parcursul anilor 2009-2011 în instanțele de judecată din țară au fost examinate 92 cauze penale de contrabandă a mărfurilor. Soluțiile pronunțate de judecată au fost următoarele: în circa 70% din cazuri persoanele învinuite au fost sancționate administrativ, amenda maximală fiind de 12 mii lei, la 20% li s-a aplicat pedeapsa cu închisoarea (cu posibilitatea neexecutării pedepsei dacă în termenul stabilit persoana condamnată nu va comite o nouă infracțiune), iar restul – persoane juridice (fantome) au fost lichidate. Ținînd cont de faptul că legea penală are drept scop prevenirea săvîrșirii de noi infracțiuni, în situațiile specificate în acest alineat scopul nu a fost atins, deoarece amenda simbolică aplicată nu este efectivă și nu stimulează populația să respecte legea. La acest subiect trebuie menționat că un proiect de lege privind amendarea [Codului vamal](#), [Codului penal](#) și Codului de procedură penală în vederea aplicării sancțiunilor materiale a fost depus spre examinare în Parlament.

Un alt aspect al comerțului ilicit este plasarea pe piață a produselor contrafăcute.

Contrafacerea reprezintă o activitate ilegală de producere și desfacere a unor mărfuri, care imită un produs original, protejat prin marcă, design (aspectul exterior) sau brevet de invenție, cu intenția de a înșela cumpărătorul prin acceptarea acestui produs drept original. Acesta este un furt intelectual, care cauzează pierderi de sute de mii de locuri de muncă, evaziuni fiscale etc. Totodată, produsele fabricate într-un mediu nereglementat pot afecta grav sănătatea consumatorilor.

Un raport al Comisiei Europene privind intervențiile vamale plasează Republica Moldova pe locul patru printre țările de proveniență a mărfurilor contrafăcute ce sosesc în Europa, cu o pondere de circa 2% din volumul total al mărfurilor sechestrate la frontieră. Pe piața internă de consum se depistează mărfuri contrafăcute atît din import, cît și de origine locală. Dintre categoriile de produse cel mai frecvent oprite în vamă fac parte țigările (19%), alte produse din tutun (16%), etichetele (13%), băuturile alcoolice și medicamentele (10%). China continuă să constituie principala sursă de produse contrafăcute, însumînd 64% din totalul de articole care încalcă drepturile de proprietate intelectuală (DPI). De asemenea, în lista respectivă se înscriu și confecțiile și încălțăminte, în special cele pentru sport, gențile, ceasurile, electrocasnicele, parfumurile, detergenții, jucăriile, produsele alimentare, în special cele scumpe, piesele auto (plăcuțele de frînă), mobila și obiectele de decor etc.

Printre produsele contrafăcute se numără și produsele autohtone. Conform unei investigații efectuate de către Agenția Protecția Consumatorilor privind calitatea produselor lactate, fabricate de către 10 producători locali, patru dintre aceștia comercializau alimente cu o compoziție denaturată și neconformă standardelor, la fabricarea lor fiind folosite materii prime interzise de lege.

Pentru identificarea produselor contrafăcute se recomandă consultarea compartimentului “Sfaturi

utile pentru consumatori”, care poate fi accesat pe prima pagină a site-ului Agenției pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței (<http://www.ssm.gov.md/>).

Autoritățile naționale nu dispun de mijloacele necesare pentru a efectua supravegherea pieței în mod eficient și unitar, în special din cauza importului excesiv și a sortimentului vast de produse prezente pe piață. Situația se complică și mai mult din motivul că în țară nu există un mecanism și posibilități de distrugere a mărfurilor contrafăcute.

Legislația națională prevede sancțiuni pentru persoanele și agenții economici care încalcă drepturile titularilor asupra obiectelor de proprietate intelectuală – marcă, design sau invenție (art.185² din [Codul penal](#)).

Trebuie menționat însă că protecția eficientă a DPI este în mare măsură condiționată de inițiativa și interesul manifestat de titularii de drepturi. Cu toate acestea, se constată o pasivitate relativă a titularilor de drepturi, unul dintre motive fiind piața mică a Republicii Moldova în comparație cu cea a țărilor limitrofe. Pe parcursul anului 2012 au fost depuse 275 cereri de intervenție, în special din partea companiilor străine, 99% din acestea vizând protejarea mărcilor la frontieră.

Secțiunea 3

Noncompetitivitatea produselor plasate pe piața internă de consum

Conform informațiilor parvenite de la instituțiile abilitate cu drept de supraveghere a pieței interne de consum, tot mai multe produse plasate pe piață sînt nesigure și contravin normelor prevăzute de reglementările tehnice în vigoare. În plus, calitatea și valoarea reală a acestora nu corespunde prețului solicitat de vânzători. Complexitatea tranzacțiilor comerciale face din ce în ce mai dificilă identificarea actorilor din lanțul de distribuție. În consecință, apar firme intermediare care, în funcție de cererea și oferta pe piață, majorează artificial prețurile pentru unele produse, iar pentru altele oferă prețuri mai mici decît cele de pe piață (urmare a economiilor obținute la introducerea ilegală a produselor pe teritoriul țării). Această situație generează denaturarea mediului concurențial și presiuni asupra producătorilor locali, care înregistrează costuri înalte de producere.

Întru redresarea situației create a fost instituită Comisia pentru monitorizarea tranzacțiilor comerciale din import și a lanțului valoric de distribuție a produselor, însă, cu regret, aceasta nu și-a atins scopul.

La majorarea neargumentată a prețurilor de comercializare a produselor contribuie și faptul că în lanțul de distribuție a produselor există practici comerciale neloiale, care se abat în mod vădit de la buna conduită comercială și sînt contrare bunei-credințe și corectitudinii necesare desfășurării unui act comercial (definite astfel conform Rezoluției Parlamentului European din 5 iulie 2011 referitoare la o piață a comerțului cu amănuntul mai eficientă și mai corectă (2010/2109 INI). Lanțul de aprovizionare între întreprinderi este alcătuit dintr-o serie de actori (producători/procesatori/distribuitori), fiecare avînd un impact asupra prețului final plătit de consumator.

Existența practicilor comerciale neloiale este o problemă foarte serioasă în sectorul alimentar al țării, lucru confirmat și de abordările acestui fenomen în cadrul ședințelor consiliilor pe filiera produsului, care activează pe lîngă Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare. Astfel, urmare a analizei lanțului de distribuție cu produse alimentare (produse din carne și lapte), s-a constatat că industria de procesare/intermediarii, inclusiv comercianții, comprimă marjele producătorilor agricoli. S-au depistat, de asemenea, imputarea automată a costurilor de promovare suportate de comercianții cu amănuntul, penalizări nejustificate, plăți cu întîrziere, returnarea bunurilor nevîndute etc. Aceste practici afectează grav capacitatea întreprinderilor, inclusiv a întreprinderilor mici și mijlocii, de a investi și de a inova.

În această ordine de idei, se impune evaluarea lanțului de aprovizionare cu produse agroalimentare, inclusiv a valorii adăugate, obținute pe fiecare segment al acestui lanț, în vederea identificării posibilelor probleme și riscuri generate de practicile comerciale neloiale, asigurării aplicării eficiente a normelor prevăzute de cadrul juridic național care vizează combaterea acestor practici și introducerea unor canale moderne de distribuție a produselor și serviciilor.

Referitor la codul de bune practici între furnizorii și comercianții de produse, trebuie notat că normele acestui cod au fost introduse în legislația națională și au intrat în vigoare începînd cu anul 2013,

însă, spre regret, ele nu se implementează. Totodată, aceste norme sînt aplicabile doar produselor perisabile.

Secțiunea 4

Dezechilibrul în amplasarea infrastructurii comerciale

Una din problemele stringente cu care se confruntă sectorul comerțului interior este dezechilibrul existent în amplasarea și dezvoltarea infrastructurii comerciale în municipii și în restul localităților, precum și ritmul scăzut de extindere a acestora în localitățile rurale. Această situație este provocată de decalajul dintre numărul consumatorilor (diminuarea populației rurale) și puterea de cumpărare a acestora, fiind confirmată și de Indicele de Deprivare a Ariilor Mici (IDAM), care a fost monitorizat pînă în anul 2009. Astfel, există sate în care funcționează cîte un magazin și sate în care nu există nici unul. Situația este și mai dramatică în cazul unităților de prestări servicii. În localitățile rurale nu sînt unități de colectare a produselor agricole, ateliere de confecționare/reparații, farmacii, frizerii, cantine etc. Populația rurală procură produse de primă necesitate de pe piețe, organizate în sate în zilele de odihnă de către comercianți individuali, în special deținători de patentă. Aceștia vînd produse nesigure, nu dețin acte de proveniență și de calitate a produselor, ceea ce are ca efect crearea denaturării mediului concurențial între operatorii pieței, inclusiv pentru întreprinderile cooperăției de consum.

Constituie o problemă și lipsa planurilor urbanistice de dezvoltare a teritoriului, care trebuie să includă amplasarea unităților comerciale/de prestări servicii. Atenționăm, de asemenea, asupra conlucrării insuficiente a autorităților administrației publice locale (primarii localităților) cu mediul de afaceri în vederea acordării facilităților și înlesnirilor fiscale (spre exemplu, plata taxelor locale) persoanelor care intenționează să investească în infrastructura de prestări servicii la sate.

Secțiunea 5

Deficitul de cadre calificate antrenate în activitățile din comerț

Deși este o ramură atractivă, în care este antrenat un număr considerabil din populația activă, comerțul se confruntă cu un deficit de cadre calificate și bine instruite. Deficitul de cadre se înregistrează mai cu seamă în rîndurile celor cu studii medii profesionale: casieri, vînzători, specialiști pentru prestări servicii, operatori, bucătari, croitori etc.

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

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

III. ANALIZA SWOT

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

Puncte forte:	Puncte slabe:
a. Existența bazei legislative care stabilește principiile generale de desfășurare a activităților din comerț;	a. Volumul insuficient de mărfuri autohtone pentru piața internă de consum;
b. Menținerea tendinței de majorare a ponderii comerțului în Produsul Intern Brut;	b. Dezechilibrul vînzărilor de mărfuri și rețelei comerciale în profil teritorial;
c. Sporirea continuă a vînzărilor de mărfuri;	c. Desfășurarea activităților în comerț în baza patentei de întreprinzător;
d. Majorarea ponderii comerțului organizat prin	

modernizarea rețelei comerciale.	<p>d. Lipsa reglementărilor specifice privind unele practici comerciale;</p> <p>e. Nivelul scăzut de conlucrare între organele centrale de specialitate, autoritățile administrației publice locale și sectorul privat;</p> <p>f. Lipsa sistemului informațional în comerț, care ar permite monitorizarea activităților în domeniu;</p> <p>Nivelul insuficient de pregătire profesională a personalului încadrat în unitățile de comerț.</p>
Oportunități:	Riscuri
<p>a. Intensificarea relațiilor cu UE în scopul preluării celor mai bune practici în domeniul comerțului;</p> <p>b. Crearea premizelor de instituire a “ghișeelelor unice” în cadrul instituțiilor publice, care vor permite simplificarea procedurii de legalizare a activităților în comerț;</p> <p>c. Aplicarea tehnologiilor moderne în comerț prin sporirea investițiilor.</p>	<p>a. Economia tenebră și traficul ilicit de mărfuri;</p> <p>b. Voința politică;</p> <p>c. Existența concurenței nelocale pe unele segmente de piață;</p> <p>d. Dependența pieței interne de importuri;</p> <p>e. Lipsa culturii business-ului;</p> <p>f. Persistența factorului subiectiv în aplicarea normelor juridice;</p> <p>g. Infrastructura calității subdezvoltată comparativ cu economiile occidentale;</p> <p>h. Capacitățile reduse ale agenților economici de a implementa sisteme de gestiune a calității.</p>

IV. OBIECTIVELE STRATEGIEI DE DEZVOLTARE

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

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

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

V. DIRECȚIILE PRIORITARE DE DEZVOLTARE

Se preconizează:

- 1) perfecționarea cadrului normativ și instituțional de reglementare a activităților din comerț prin prisma exigențelor europene;
- 2) consolidarea resurselor de marfă calitativă și la un preț accesibil, preponderent din produse autohtone;
- 3) stimularea dezvoltării infrastructurii comerciale și extinderea acesteia în localitățile rurale;
- 4) diversificarea canalelor de distribuție și comercializare a produselor/serviciilor;
- 5) perfecționarea potențialului uman antrenat în activitățile din comerț.

1. Perfecționarea cadrului normativ și instituțional de reglementare a activităților din comerț prin prisma exigențelor europene

Direcția respectivă urmărește completarea și chiar formarea cadrului normativ național, care să

constituie un suport relevant pentru comercianți și să corespundă celor mai bune cerințe internaționale.

Foia de parcurs pentru atingerea acestui obiectiv constă în:

revizuirea cadrului legislativ și normativ aferent comercializării produselor/serviciilor;

eliminarea lacunelor (divergențelor) și a interpretărilor duble în legislație;

amendarea (actualizarea) normelor de reglementare în vigoare;

elaborarea unor norme noi de reglementare a comerțului interior.

Astfel, revizuirea cadrului juridic național în domeniul comerțului va face posibilă înaintarea propunerilor de perfecționare a acestuia, cu transpunerea parțială a legislației comunitare și ajustarea ulterioară a actelor normative la prevederile normelor primare.

Referitor la cadrul legislativ, în anul 2014 se preconizează stabilirea normelor de reglementare a vânzării la preț redus (vânzări de lichidare și soldare, promoționale, de tip outlet). Întru eliminarea constrângerilor la obținerea de către comercianți a actelor permissive se impune operarea de modificări în [Legea nr.231 din 23 septembrie 2010](#) cu privire la comerțul interior în vederea simplificării procedurii de lansare a afacerii comerciale, și anume substituirea autorizației de funcționare cu înregistrarea la primărie, în special în cazul în care comerciantul dispune de autorizație de construcție și de licență de activitate, după caz. De asemenea, va fi completat cadrul legislativ (transpunerea directivelor europene) cu privire la contractele la distanță și în afara spațiilor comerciale.

În paralel, [Codul contravențional](#) va fi revizuit și completat cu sancțiuni administrative pentru încălcarea normelor de comercializare a produselor/serviciilor (introducerea amenzilor pentru segmentele de piață unde acestea nu sînt prevăzute). Se propune înăsprirea amenzilor pentru operatorii care plasează pe piață produse nesigure. Se impune, de asemenea, revizuirea mărimilor sancțiunilor administrative în raport cu cifra de afaceri a operatorilor pieței și cu prejudiciul cauzat consumatorilor.

În partea ce ține de actele normative ale Guvernului în domeniul comerțului interior, întru punerea în aplicare a [Legii nr.231 din 23 septembrie 2010](#) cu privire la comerțul interior vor fi elaborate proiecte de hotărîri de Guvern cu referire la: desfășurarea comerțului în zonele publice, inclusiv în piețe, și reglementarea comerțului cu produse agricole; prestarea serviciilor comerciale; autorizarea activităților din comerț prin instituirea ghișeului unic; pregătirea profesională a angajaților din comerț etc. Totodată, cadrul normativ va fi completat cu norme privind comercializarea unor produse (materiale de construcție, jucării, articole cosmetice, mărfuri second hand etc.).

Referitor la prestarea serviciilor comerciale, se impune revizuirea normelor privind prestarea serviciilor de alimentație publică în vederea optimizării reglementării prețurilor la produsele culinare și excluderii categoriilor de deservire pentru unitățile de alimentație publică. Cît privește alimentația publică, este necesară elaborarea unui act guvernamental, cu implicarea instituțiilor interesate, privind promovarea alimentației sănătoase în rîndurile populației, în special în rîndurile copiilor.

Un capitol aparte îi revine **perfecționării cadrului juridic al politicii de stat în domeniul prețurilor/tarifelor**. Urmare a efectuării unui studiu în acest domeniu, a fost stabilit un concept unic de abordare a politicii prețurilor/tarifelor reglementate cu perfectarea sectorială a normelor juridice. S-a convenit că legislația de ramură trebuie să conțină expres instrumentele de reglementare și prevederi privind competențele instituțiilor – ale Guvernului (aprobarea metodologiilor, iar în caz de monopol – aprobarea propriu-zisă a tarifelor) și ale ministerelor/agențiilor. Ulterior furnizorii de servicii vor stabili tarifele conform metodologiilor aprobate de Guvern. Trebuie menționat că este necesară revizuirea metodologiilor existente, deoarece sînt depășite și nu prevăd corect baza de calcul (în momentul de față – cheltuielile efectiv suportate pentru anii precedenți). Metodologiile respective trebuie să se bazeze pe normative tehnice de profil, iar în calcul să fie luate doar cheltuielile și consumurile directe suportate pentru prestarea serviciului/fabricarea produsului/comercializarea mărfii. De asemenea, ar fi oportun să se stabilească plafonul ponderii cheltuielilor administrative în totalul cheltuielilor indirecte, în special în cazul calculării normativului de rentabilitate/adaos comercial.

Luînd în considerare aspectele ce țin de protecția socială a unor pături dezavantajate ale populației, este absolut evidentă necesitatea intervenției statului cel puțin pentru limitarea adaosului comercial la vânzarea produselor social importante. În acest caz se impune implicarea tuturor factorilor de decizie în vederea definitivării listei produselor de uz curent prin prisma identificării coșului minim de

consum și comportamentului social al consumatorilor.

Referitor la serviciile de importanță socială, care cad sub incidența [Legii nr.231 din 23 septembrie 2010](#) cu privire la comerțul interior și care necesită intervenția statului în reglementarea tarifelor, acestea sînt serviciile de alimentație publică prestate de unități de tip închis, care deservește consumatorii la locul de muncă, de studii, în instituțiile medicale, penitenciare etc., precum și cantinele sociale. Reglementarea tarifelor pentru serviciile menționate ține de competența autorităților administrației publice locale. Concomitent, se recomandă acestor autorități, în limitele competențelor stabilite prin lege, să reglementeze tarifele pentru serviciile prestate de piețe (ca zone de interes public), serviciile de pompe funebre etc.

Totodată, ca urmare a perfecționării cadrului normativ în domeniul comerțului interior (anii 2013-2014), se consideră oportună comasarea tuturor actelor juridice într-un manual – **“Ghidul comerciantului”**, care va fi editat cu suportul asistenței externe și va servi drept călăuză pentru operatorii pieței.

În partea ce ține de **perfecționarea cadrului instituțional** în politica de stat a prețurilor/tarifelor este necesară eficientizarea activității Comisiei de monitorizare a tranzacțiilor din import (lanțul valoric de distribuție a acestora), întărirea capacităților instituționale ale Consiliului Concurenței în consolidarea mediului concurențial pe piață.

De asemenea, se impune examinarea oportunității desemnării unei structuri cu competențe în elaborarea politicilor prețurilor/tarifelor reglementate, care ar revizui și ar asigura suportul adecvat la perfecționarea metodologiilor existente de formare a prețurilor și tarifelor, ar aviza majorările de prețuri/tarife în cazurile cînd acestea sînt justificate economic.

Pentru supravegherea pieței interne de consum este nevoie de fortificarea instituțională a Agenției Naționale pentru Siguranța Alimentelor, Agenției Protecția Consumatorilor și a Centrului Național pentru Supravegherea de Stat a Sănătății Publice.

Rezultatul scontat

Realizarea unui cadru de reglementare în domeniul comerțului interior, perfecționat și ajustat la cerințele și rigorile impuse atît de piața internă, cît și de cea externă, astfel încît să asigure condiții de bună funcționare a întregii economii a țării.

2. Consolidarea resurselor de marfă calitativă și la un preț accesibil, preponderent din produse autohtone

În Republica Moldova potențialul de valorificare a mărfurilor există. Prin urmare, oferta de mărfuri trebuie sprijinită în mod deosebit și abordată după principiul: producerea de mărfuri competitive în corespundere cu cerințele pieței.

Multitudinea problemelor cu care se confruntă sectorul agroalimentar și cel industrial impune soluționarea lor urgentă. **Pentru stimularea ofertei interne de mărfuri** se preconizează următoarelor acțiuni:

- estimarea resurselor minerale ale țării, a celor forestiere și agricole în calitate de materii prime pentru fabricarea bunurilor de consum;

- evaluarea tradițiilor istorice și regionale privind specializarea teritoriului în fabricarea produselor, precum și a potențialului de producere;

- elaborarea politicii de securitate alimentară a țării sub aspect național și regional, consolidarea în acest context a capacităților instituționale ale consiliilor pe filiera produsului;

- susținerea renovării cooperăției de consum, ameliorarea activității ei de producere și achiziționare a surplusurilor de produse agricole;

- promovarea produselor autohtone prin intermediul diferitelor activități. De exemplu: organizarea iarmaroacelor și târgurilor de achiziție/vînzare a produselor, expoziția națională “Fabricat în Moldova” sub egida Ministerului Economiei și Infrastructurii, extinderea rețelei “Din inimă branduri din Moldova” etc.;

- stimularea desfășurării activităților nonagricole în localitățile rurale, dezvoltarea micii industrii după modelul cooperatist/asocierea în vederea fabricării produselor (procesarea produselor agricole, meșteșugurile, articolele de artizanat) și oferirii de servicii comerciale (confecționări, reparații, spălătorii, frizerii etc.).

Pentru satisfacerea cerințelor sociale ale populației din localitățile rurale este necesară promovarea **diverselor cooperative și asociații**, cum ar fi cooperativa de consum (pentru comerț, turism, alimentație publică), cooperativa de credit (pentru utilizarea economiilor bănești ale membrilor cooperatori), cooperativa meșteșugărească (asocierea pentru prestări de servicii și producere). În paralel cu modelul cooperatist, un rol esențial în consolidarea resurselor de produse/servicii îi poate reveni **activității economice independente**. În acest context, politica fiscală trebuie să-și schimbe imaginea. Ea nu trebuie să fie asociată cu noțiunile de obligație, control, sancțiuni, ci să fie văzută ca un sistem stimulatoriu pentru desfășurarea activității economice. Așadar, se impune completarea cadrului legislativ cu norme de reglementare a activității întreprinderilor familiale și/sau a persoanelor fizice autorizate, **avînd la bază impozitul unic pe venitul estimativ anual obținut din desfășurarea activității**. Această formă de activitate este oportună pentru populația de la sate. În acest context, se cere susținerea financiară a persoanelor care produc marfă de primă necesitate, utilizează resurse locale și surse energetice netradiționale, materie primă secundară și deșeuri de producție, precum și sprijinirea inițiativelor de afaceri în rîndurile grupurilor sociale defavorizate.

În consolidarea resurselor de marfă la nivel regional, în special a celor destinate asigurării securității alimentare, un rol important îl are **Bursa de Mărfuri**. Mecanismele de bursă oferă mai multă transparență, limitează factorul subiectiv și contribuie la diminuarea prețurilor la contractarea produselor. Aceste mecanisme se recomandă să fie utilizate și pe plan național la efectuarea achizițiilor de mărfuri pentru necesitățile statului, la vînzarea de către fermieri a produselor agricole etc.

Privitor la **calitatea produselor plasate pe piață**, se impun următoarele măsuri:

încurajarea producătorilor locali în creșterea performanțelor produselor prin aplicarea tehnologiilor moderne și crearea produselor noi, în special a produselor ecologice (întreprinderile trebuie să se adapteze rapid la noile provocări);

îmbunătățirea calității produselor autohtone concomitent cu reducerea costurilor de producție pentru a spori competitivitatea produselor fabricate;

susținerea dezvoltării competențelor producătorilor locali în domeniul planificării și promovării vînzărilor;

stimularea implementării pe larg în producție a Sistemelor de Management al Siguranței Alimentelor și Calității cu suportul Camerei de Comerț și Industrie a Moldovei;

promovarea extinsă a alimentației sănătoase în rîndurile populației conform principiului: de la produse alimentare sigure la un regim alimentar sănătos;

continuarea elaborării reglementărilor tehnice naționale prin prisma directivelor europene;

finalizarea procesului de recunoaștere a certificatelor de conformitate a calității produselor, prevăzute de acordurile bilaterale și eliberate de către organismele internaționale acreditate;

instituirea unui sistem informațional unic privind plasarea produselor pe piață și supravegherea lor, cu conexiunea la acest sistem a instituțiilor cu competențe de supraveghere și control (Serviciul Vamal, Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor, Agenția Protecția Consumatorilor, Serviciul de Sănătate Publică, instituțiile de evaluare a conformității produselor etc.). Acest sistem va servi și ca suport pentru depistarea produselor contrafăcute.

Rezultatul scontat

Majoritatea sectoarelor economiei țării vor oferi mărfuri/servicii competitive pentru plasarea pe piață. Instituțiile abilitate cu drept de supraveghere și control vor fi responsabile de prevenirea și eliminarea cazurilor de plasare pe piață a produselor neconforme.

3. Stimularea dezvoltării infrastructurii comerciale și extinderea acesteia în localitățile rurale

Luînd în considerare specificul zonelor rurale și particularitățile de dezvoltare a pieței de consum în aceste zone, ar fi oportună o regîndire a infrastructurii comerciale, punîndu-se accentul pe unitățile comerciale care să comercializeze preponderent produse de primă necesitate, precum și pe unitățile de prestări servicii.

Foia de parcurs pentru atingerea acestui obiectiv constă în:

evaluarea infrastructurii comerciale existente în profil teritorial;

întocmirea planurilor urbanistice de dezvoltare a teritoriului;

amplasarea unităților comerciale/de prestări servicii în conformitate cu planurile elaborate;
acordarea facilităților fiscale pentru extinderea infrastructurii comerciale la sate pentru obiectele de importanță socială.

În acest scop se impune stimularea dezvoltării parteneriatului public-privat în domeniul comercializării produselor și a serviciilor în zonele rurale. Spre exemplu, statul acordă terenul necesar, asigură conectarea la toate comunicațiile, iar partenerul privat asigură construcția propriu-zisă, cu toate construcțiile adiționale de logistică. Toate aceste acțiuni implică acordarea creditelor preferențiale pentru agenții economici care intenționează să investească în infrastructura comercială (unități comerciale/de prestări servicii) din sectorul rural sau acordarea de facilități la procurarea terenului, achitarea impozitului pe unitatea comercială, investiții în utilaj etc.

Astfel va crește rolul social al cooperății de consum. De aceea statul trebuie să sprijine sistemul cooperatist în renovarea centrelor de achiziție a surplusurilor de produse agricole, funcționarea unităților cooperatiste în localitățile în care nu există magazine etc.

Totodată, orice măsură de intervenție a statului în vederea susținerii activităților economice, atunci când întrunește criteriile ajutorului de stat, trebuie evaluată prin prisma legislației în domeniul ajutorului de stat.

O deosebită importanță se va acorda creării în localitățile rurale a centrelor de interes multifuncțional pentru satisfacerea cerințelor populației în produse și servicii (atelieri de reparații și confecționări, spălătorii, servicii Internet etc.). Este oportună preluarea practicii din anii precedenți în vederea deschiderii magazinelor și cantinelor sociale la sate cu suportul autorităților administrației publice locale.

Este necesară modernizarea piețelor agricole din localitățile rurale, care trebuie să fie destinate vânzării doar a produselor agricole și a unor produse aferente acestora (semințe, îngrășăminte minerale, inventar de grădină etc.), iar piețele agroalimentare actuale urmează să fie transformate în centre comerciale.

Întru asigurarea unui mediu economic stabil pentru comercianți se impun acțiuni ce țin de mediul fiscal și administrativ. La elaborarea politicii fiscale este utilă implicarea întreprinderilor din comerț/de prestări servicii, acordarea înlesnirilor fiscale celor care contribuie la crearea locurilor de muncă prin extinderea infrastructurii comerciale. De asemenea, este absolut necesară aplicarea mașinilor de casă și control cu memorie fiscală la toate tipurile de comerț, inclusiv în activitatea deținătorilor de patentă (măsură prevăzută și în Strategia precedentă, dar nerealizată).

La compartimentul administrativ este necesară antrenarea întreprinderilor din comerț în dialogul social la toate nivelurile, facilitarea accesului acestora la noile tehnologii (inovări). În vederea eliminării constrângerilor în lansarea activităților din comerț se va institui ghișeul unic pentru eliberarea autorizațiilor de funcționare comercianților, care va constitui platforma de creare a sistemului informațional în comerț. Astfel va fi posibilă monitorizarea dezvoltării infrastructurii comerciale la nivel național, precum și în structura raioanelor țării. Acest sistem va servi, de asemenea, drept bază analitică pentru elaborarea documentelor de politici în domeniul comerțului interior.

Rezultatul scontat

Accesul populației atât din mediul rural, cât și din mediul urban la o infrastructură comercială modernă, care să satisfacă cerințele consumatorilor. Dar cel mai important este crearea locurilor de muncă pentru populația de la sate prin extinderea rețelei comerciale – puncte de colectare a produselor agricole, de procesare a acestora (mica industrie), unități (atelieri) de prestare a serviciilor aferente comerțului.

4. Diversificarea canalelor de distribuție și comercializare a produselor/serviciilor comerciale

Pornind de la faptul că Republica Moldova este considerată o țară agricolă, se impun acțiuni în vederea diversificării căilor de desfacere a produselor agricole și selectării canalelor eficiente de distribuție intensivă a produselor alimentare. Astfel, în paralel cu livrarea directă a produselor respective de către producătorii agricoli către piețele agricole, iarmaroace, supermarket-uri, gherete, este absolut necesară înființarea de asociații ale micilor producători agricoli în scopul vânzării în comun a produselor

prin crearea unor centre regionale de logistică și distribuție angro a acestor produse (piețe de gros la nivel regional) și deschiderea punctelor de colectare a surplusurilor de produse agricole de la populație prin renovarea întreprinderilor cooperatiste. Se recomandă producătorilor agricoli potențiali să-și comercializeze produsele preponderent prin intermediul rețelei comerciale staționare (în special, supermarket-uri), iar producătorilor agricoli mici – să utilizeze diversele forme ale comerțului în afara magazinelor. În paralel, producătorii agricoli locali trebuie susținuți în vederea comercializării produselor agricole direct “de pe roți”. Astfel, distribuția directă a produselor agroalimentare, în special a celor perisabile, contribuie la eliminarea intermediarilor și la micșorarea prețurilor de vânzare a produselor. Pe de altă parte, pentru a se menține pe piață, angrosiștii practică tot mai des livrarea la domiciliu a produselor, inclusiv a celor agricole (la comanda prin telefon).

Suplimentar, se impune evaluarea lanțului de aprovizionare cu alimente: numărul operatorilor în lanț, cheltuielile suportate, veniturile obținute, inclusiv profitul pe fiecare segment al lanțului alimentar, în vederea depistării practicilor comerciale neloiale și contracarării lor. De asemenea, se cere mai multă voință în ceea ce privește implementarea codului de bune practici în relațiile dintre producătorii/furnizorii de produse și comercianții acestora (excluderea taxelor de intrare în magazin, a taxelor de raft, de promovare etc.).

Un rol important în distribuția produselor îi revine comerțului de firmă (magazinele de brand) – magazinele producătorilor atât autohtoni, cât și străini. Promovarea tipurilor respective de magazine va avea ca efect creșterea siguranței consumatorilor în mărfurile procurate, îngustarea lanțului valoric de distribuție a produselor, iar astfel și prețul de cumpărare va deveni mai accesibil.

Perfecționarea tehnologiilor comerciale și introducerea unor forme moderne de vânzare, cum ar fi vânzarea pe bază de catalog, vânzarea prin corespondență, extinderea și modernizarea comerțului mobil, televânzarea, vânzarea prin Internet, fac ca unele întreprinderi comerciale să asigure o bună servire fără prezența nemijlocită a consumatorilor în magazine. Întreprinderile respective localizează stocurile de mărfuri, instalațiile și mijloacele de legătură cu consumatorii într-un sediu central, de unde își distribuie produsele către orice tip de cumpărător, făcând inutilă existența anumitor tipuri de magazine, cum ar fi cele ce comercializează bunuri de folosință îndelungată, echipament menajer etc. Vor rămâne în continuare numeroase, ținând seama de natura produselor comercializate, magazinele alimentare, unitățile de textile-încălțăminte, cofetăriile, cafenelele, hotelurile și restaurantele.

În ceea ce privește mărirea unităților ce vor intra în alcătuirea circuitelor comerciale, se prevede o creștere puternică a marilor unități comerciale, care vor avea o capacitate ridicată de acoperire a unor întinse zone de atracție comercială – comerțul de format modern. Aceste unități, prin natura lor, vor îndepărta rețeaua comercială de consumator, reducând astfel gradul de adâncime a circuitelor de distribuție. Prin intermediul metodelor de vânzare pe care asemenea unități le pot folosi, ele vor suplini absența micilor magazine din apropierea consumatorilor, ducând produsul în imediata apropiere a locului de consum (vânzarea la domiciliu, vânzarea pe bază de comandă, televânzarea, vânzarea prin Internet etc.).

Cu pași rapizi se dezvoltă fenomenul de franchising, realizat în baza unei licențe de ordin comercial, acordate de către o întreprindere altei întreprinderi pentru a exploata o marcă originală, a aplica metode sau tehnici comerciale deosebite, oferind concomitent asistența tehnică și de gestiune necesară. Franciza se aplică în diverse domenii: la distribuția automobilelor, în unitățile de vânzare a pieselor de schimb și unitățile specializate de servicii, la distribuția produselor de alimentație publică etc.

La etapa actuală se pune accentul pe extinderea sistemelor de distribuție integrate: crearea unor magazine moderne cu mari suprafețe și bine utilate din punct de vedere tehnologic, capabile să desfășoare activități specifice tuturor stadiilor de circulație a mărfurilor (comerțul cu ridicata, mic-gros și comerț cu amănuntul).

Important este de menționat faptul că, pentru asigurarea mediului concurențial pe piață, cadrul legal trebuie să favorizeze toate canalele de distribuție și comercializare a produselor/serviciilor. Aceasta va contribui la îmbunătățirea calității produselor/serviciilor, la menținerea unor prețuri echitabile și la crearea unor facilități de cumpărare a produselor.

Foia de parcurs pentru atingerea obiectivului vizat este:

modernizarea formelor de distribuție a produselor agroalimentare prin conlucrarea dintre marile firme și întreprinderile mici și mijlocii;

implementarea celor mai eficiente forme de distribuție a produselor;

cooperarea între producători – angroșiști-detailiști, în special în logistică;

extinderea serviciilor postvânzare, acordate consumatorilor.

Acțiunile concrete care se impun la acest capitol sînt:

1) susținerea creării unui centru agroalimentar la nivel național (mun.Chișinău), precum și a unor centre regionale cu baza tehnico-materială și logistica corespunzătoare (depozite, camere frigorifice, mijloace de transport, marketing etc.).

2) introducerea codului de bune practici în relațiile “producător – comerciant” pentru produsele alimentare;

3) încurajarea extinderii magazinelor de firmă (de brand), în special ale producătorilor locali, cu marca “Fabricat în Moldova”.

4) implementarea practicilor și cerințelor internaționale privind comerțul electronic prin:

identificarea oportunităților oferite de piețele virtuale;

educația populației pentru utilizarea plăților electronice;

inițierea de măsuri de tipul “sistem de mărci de încredere” pentru site-urile de comerț electronic;

5) promovarea culturii concurențiale pentru asigurarea unui mediu concurențial adecvat.

Rezultatul scontat

Modernizarea și diversificarea formelor de comercializare a produselor/serviciilor prin crearea unui mediu concurențial sănătos va contribui în mod direct la consolidarea pieței interne de consum și la încadrarea acesteia în piața unică europeană.

5. Perfecționarea potențialului uman antrenat în activitățile din comerț

Potrivit prevederilor [Legii nr.231 din 23 septembrie 2010](#) cu privire la comerțul interior, orice persoană care intenționează să desfășoare o activitate de comerț trebuie să dispună de cunoștințe speciale comerciale sau să-și certifice competențele dobândite ca urmare a experienței de muncă în cadrul aceluiași instituții cu profil economico-comercial.

În acest scop organelor centrale de specialitate ale administrației publice și autorităților administrației publice locale, precum și asociațiilor profesionale și persoanelor juridice interesate li s-a acordat dreptul de a organiza cursuri de pregătire și perfecționare a angajaților din comerț.

Actualmente tendința firmelor din comerț este axată nu doar pe vânzări și profit ca elemente ale succesului în afaceri. Personalul calificat este acela care creează plusvaloarea, devenind o resursă strategică ce asigură succesul de durată. De aceea sînt imperios necesare schimbări importante privitor la valorificarea resurselor umane antrenate în comerț, capabile să asigure o deservire adecvată a consumatorilor.

Foia de parcurs pentru atingerea obiectivului vizat constă în:

evaluarea competențelor calitative ale lucrătorilor din comerț;

certificarea competențelor profesionale ale personalului încadrat în comerț în lipsa actelor de studii;

crearea parteneriatului public-privat, pe de o parte, și a parteneriatului mediul academic-mediul privat, pe de altă parte, în vederea pregătirii specialiștilor pentru domeniul comerțului;

reciclarea și instruirea continuă a lucrătorilor din comerț.

Realizarea acestor acțiuni se va obține prin:

sporirea eficienței activității Comisiei de ramură pentru consultări și negocieri colective în domeniul comerțului interior;

crearea unui comitet sectorial pentru formarea profesională a lucrătorilor din comerț;

elaborarea și validarea standardelor ocupaționale pentru lucrătorii din comerț;

încurajarea înființării asociației patronale a comercianților;

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

practicarea treningurilor pentru perfecționarea continuă a personalului din comerț, cu invitarea periodică a specialiștilor de peste hotarele țării în scopul implementării inovațiilor în activitățile comerciale;

încurajarea schimburilor de experiență privind promovarea celor mai bune practici comerciale; desfășurarea periodică a concursurilor și campionatelor gastronomice în scopul sporirii performanțelor profesionale și promovării alimentației sănătoase în rândurile cetățenilor.

Rezultatul scontat

Perfecționarea continuă a personalului va spori esențial calitatea serviciilor comerciale, asigurând în mai mare măsură protecția drepturilor și intereselor consumatorilor.

Concluzie

Deși comerțul interior se confruntă cu multe probleme, este de așteptat ca pînă în anul 2020 acest domeniu să cunoască mutații pozitive apreciabile din punct de vedere atât cantitativ, cît și calitativ/inovativ, circumscriindu-se în opțiunea politică fundamentală a integrării Republicii Moldova în circuitul economic european și mondial. O asemenea mutație presupune, înainte de toate, **orientarea prin strategii și politici adecvate a activităților din comerț spre integrarea pieței Republicii Moldova în piața unică europeană.** În acest context se impun o serie de acțiuni ale politicii comerciale ce vor viza, în principal, consolidarea resurselor de marfă calitativă întru siguranța consumatorilor, protecția climatului concurențial, respectarea practicilor comerciale și promovarea celor mai eficiente forme de distribuție a produselor/serviciilor. Comercianții trebuie să manifeste o mai mare receptivitate pentru atragerea partenerilor din UE prin dezvoltarea în Republica Moldova a unui mediu comercial cît mai atractiv, specific unei economii de piață funcționale, care să se poată adapta rapid la mutațiile ce se produc în economia globală.

VI. ESTIMAREA IMPACTULUI ȘI A COSTURILOR IMPLEMENTĂRII STRATEGIEI

Impactul economic

Impactul economic al Strategiei va fi resimțit cu precădere de către mediul de afaceri, al cărui domeniu de activitate este comerțul. Realizarea intențiilor exprimate în acest document întru reformarea și ajustarea cadrului legal în domeniu va contribui la crearea condițiilor favorabile de activitate pentru agenții economici, la sporirea investițiilor și, în consecință, el va constitui o platformă de activitate care să corespundă principiilor de transparență, concurență loială și de protecție a consumatorilor.

Mai mult ca atît, datele privind contribuția comerțului în Produsul Intern Brut al țării demonstrează că plusvaloarea în economie o aduce comerțul. De aceea oportunitatea susținerii acestui sector este indiscutabilă.

Urmare a realizării sarcinilor stabilite, vor fi obținute următoarele beneficii directe și indirecte:

perfecționarea instrumentelor juridice de reglementare a comerțului interior și alinierea acestuia la principiile practicate în Uniunea Europeană;

diversificarea și eficientizarea canalelor de distribuție a produselor agroalimentare, care vor spori veniturile și bunăstarea populației rurale;

consolidarea concurenței loiale și, ca urmare, reducerea prețurilor la produse și servicii și îmbunătățirea calității acestora;

ocuparea forței de muncă, în special în localitățile rurale, prin extinderea rețelei comerciale.

Impactul social

Impactul social de pe urma implementării Strategiei va fi considerabil. Pornind de la obiectivele trasate, accentul se va pune în primul rînd pe sporirea competitivității și calității produselor, precum și pe accesibilitatea lor, în scopul îmbunătățirii nivelului de deservire socială a populației din localitățile rurale.

Pe de altă parte, măsurile care vor fi întreprinse privind pregătirea și perfecționarea cadrelor antrenate în comerț vor contribui la ridicarea calificării personalului și, ca efect, la creșterea nivelului prestațiilor comerciale. În acest context beneficiile scontate vor fi:

creșterea nivelului prestațiilor comerciale la vînzarea produselor și serviciilor;

facilitarea accesului populației, în special din zonele rurale la produse și servicii;

sporirea performanțelor calificative ale lucrătorilor din comerț.

Instrumente financiare

Majoritatea măsurilor prevăzute în prezenta Strategie nu necesită alocarea unor surse financiare suplimentare, altele decât sursele bugetare distribuite fiecărei instituții implicate în realizarea documentului în cauză. În procesul de implementare a Strategiei vor fi identificate și atrase surse suplimentare de finanțare prin intermediul proiectelor de asistență tehnică în vederea creării ghișeelor unice teritoriale, instituirii unui sistem informațional în comerț și a sistemului informațional privind plasarea produselor pe piață.

VII. REZULTATELE SCONTATE ȘI INDICATORII DE PROGRES

Implementarea prezentei Strategii va fi monitorizată prin intermediul rezultatelor obținute și al indicatorilor de progres. Rezultatele scontate sînt prezentate la finalul descrierii fiecărui obiectiv strategic.

Concomitent, au fost stabiliți următorii indicatori de progres și performanță:

sporirea vânzărilor cu amănuntul cu circa 3-4% anual;

diminuarea dezechilibrului infrastructurii comerciale între localitățile municipale (urbane) și cele rurale cu circa 10-15% pînă în anul 2020;

extinderea rețelei comerciale cu circa 50 unități anual;

creșterea ponderii comerțului de format modern la vânzările cu amănuntul în total pe țară pînă la 45% pînă în anul 2020;

creșterea ponderii comerțului la distanță în totalul vânzărilor cu amănuntul cu circa 2-3% anual.

VIII. ETAPELE DE IMPLEMENTARE A STRATEGIEI

Implementarea Strategiei se va efectua în două etape.

Etapa I de implementare cuprinde perioada 2014-2016 și prevede acțiuni de perfecționare a cadrului normativ și instituțional, estimare a resurselor de marfă și a rețelei comerciale, de creare a ghișeelor unice teritoriale pentru înregistrarea/autorizarea activităților din comerț.

Pentru etapa a II-a de implementare, ce include perioada 2017-2020, se preconizează evaluarea competențelor lucrătorilor din comerț conform standardelor ocupaționale, îmbunătățirea infrastructurii comerciale și modernizarea formelor de distribuție a produselor/serviciilor.

În plus, Planul de acțiuni pentru anii 2014-2016 privind implementarea Strategiei servește drept mecanism de bază pentru realizarea acesteia, identifică obiectivele specifice și acțiunile necesare pentru atingerea lor, rezultatele scontate, termenele de realizare, precum și instituțiile responsabile de executare.

IX. PROCEDURILE DE RAPORTARE, MONITORIZARE ȘI EVALUARE

Evaluarea eficienței implementării obiectivelor stabilite în cadrul Strategiei se va realiza în baza rezultatelor scontate obținute pentru fiecare obiectiv, prevăzut în Planul de acțiuni pentru implementarea documentului în cauză, și actualizate în funcție de necesități.

Activitatea desfășurată pentru atingerea obiectivelor trasate va fi monitorizată de către următoarele autorități:

autoritățile administrației publice centrale și locale sînt responsabile de implementarea Strategiei și vor raporta periodic Ministerului Economiei și Infrastructurii rezultatele obținute;

Ministerul Economiei și Infrastructurii este responsabil de monitorizare și va prezenta Guvernului raportul anual de sinteză privind implementarea acțiunilor Strategiei.

După caz, în conformitate cu rapoartele prezentate și în concordanță cu obiectivele stabilite, va fi revizuit Planul de acțiuni privind implementarea Strategiei.

PLANUL DE ACȚIUNI
pentru anii 2014-2016 privind implementarea Strategiei de dezvoltare
a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020

Nr. d/o	Direcții prioritare/acțiuni	Autoritatea responsabilă de executare	Termenul de realizare	Surse/costuri de finanțare	Indicatori de performanță/ rezultatul scontat
1. Perfecționarea cadrului normativ și instituțional aferent comerțului interior					
Acte legislative					
1.1.	Elaborarea amendamentelor la Legea nr.231 din 23 septembrie 2010 cu privire la comerțul interior referitor la: vânzările cu preț redus (lichidare, soldare, promoționale, tip "outlet" etc.); înregistrarea/autorizarea activităților din comerț	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu Ministerul Finanțelor Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu autoritățile administrației publice locale	2014	În limitele bugetului aprobat	Proiect aprobat
1.2.	Elaborarea proiectului de lege privind contractele (vânzările) la distanță (inclusiv comerțul electronic)	Ministerul Economiei și Infrastructurii	2014	În limitele bugetului aprobat	Proiect aprobat
1.3.	Elaborarea proiectului de lege privind contractele în afara spațiilor comerciale	Ministerul Economiei și Infrastructurii	2014	În limitele bugetului aprobat	Proiect aprobat
Acte normative					
1.4.	Elaborarea proiectului de hotărâre a Guvernului cu privire la activitatea piețelor angro de produse agricole	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare și Ministerul Dezvoltării Regionale și Construcțiilor	2014	În limitele bugetului aprobat	Proiect aprobat
1.5.	Elaborarea proiectului de hotărâre a Guvernului cu privire la organizarea comerțului în zonele publice, inclusiv în piețe	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu autoritățile administrației publice locale	2014	În limitele bugetului aprobat	Proiect aprobat
1.6.	Elaborarea proiectului de hotărâre a Guvernului cu privire la aprobarea mecanismului de formare a prețurilor la produsele social importante	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu Ministerul Finanțelor	2014	În limitele bugetului aprobat	Proiect aprobat
1.7.	Elaborarea amendamentelor la Hotărârea Guvernului nr.1209 din 8 noiembrie 2007 "Cu privire la prestarea serviciilor de	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu Ministerul Finanțelor	2014	În limitele bugetului aprobat	Proiect aprobat

	alimentație publică” (excluderea categoriilor de deservire pentru unitățile de alimentație publică)				
1.8.	Elaborarea proiectului de hotărâre a Guvernului cu privire la pregătirea profesională a angajaților din comerț (standardele ocupaționale)	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu Ministerul Educației, Ministerul Muncii, Protecției Sociale și Familiei	2016	În limitele bugetului aprobat și cu asistența proiectului de suport bugetar al UE pentru învățământul vocațional tehnic (vezi Strategia de dezvoltare a învățământului vocațional tehnic)	Proiect aprobat
1.9.	Elaborarea proiectului de hotărâre a Guvernului cu privire la instituirea ghișeului unic pentru înregistrarea/autorizarea activităților din comerț	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun Centrul de Guvernare Electronică și cu autoritățile administrației publice locale	2014	În limitele bugetului aprobat și cu asistența proiectului “e-Transformare a Guvernării” (circa 200 mii lei)	Proiect aprobat
1.10.	Elaborarea proiectului de hotărâre a Guvernului cu privire la prestarea serviciilor comerciale	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu autoritățile locale	2014	În limitele bugetului aprobat	Proiect aprobat
1.11.	Completarea Hotărârii Guvernului nr.65 din 26 ianuarie 2001 “Cu privire la aprobarea Regulilor de comercializare cu amănuntul a unor tipuri de mărfuri alimentare și nealimentare” (stabilirea normelor de comercializare a materialelor de construcție, mobilei, articolelor cosmetice, jucăriilor, mărfurilor “second-hand”)	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu Ministerul Sănătății, Ministerul Dezvoltării Regionale și Construcțiilor	2014	În limitele bugetului aprobat	Proiect aprobat
1.12.	Continuarea elaborării reglementărilor tehnice naționale prin prisma directivelor europene	Fiecare instituție în domeniul său de competență	2014-2016	În limitele bugetelor aprobate	Proiecte aprobate
1.13	Elaborarea ghidului comerciantului	Ministerul Economiei și Infrastructurii	2016	Surse extrabugetare (asistență tehnică externă – circa 100 mii lei)	Ghid elaborat și publicat
2. Perfecționarea cadrului instituțional (capacitatea administrativă)					
2.1.	Consolidarea Comisiei pentru consultări colective și negocieri în domeniul comerțului	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu Confederația Națională a Sindicatelor din Moldova, mediul de afaceri și mediul academic	2014	În limitele bugetului aprobat	Comisie funcțională – platformă sectorială de discuții și consultări

2.2.	Susținerea mediului de afaceri (comercianții) în instituirea patronatului în comerț/alimentația publică	Ministerul Economiei și Infrastructurii, Confederația Națională a Patronatului din Republica Moldova	2015	În limitele bugetului aprobat	Asociație profesională funcțională
2.3.	Crearea comitetului sectorial pentru formarea profesională a lucrătorilor din comerț	Ministerul Economiei și Infrastructurii, Ministerul Muncii, Protecției Sociale și Familiei, Ministerul Educației	2014	În limitele bugetului aprobat	Comitet sectorial funcțional
2.4.	Susținerea creării centrului de formare continuă în comerț în cadrul parteneriatului public-privat	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu mediul academic, asociațiile profesionale	2016	Surse extrabugetare (cu suportul financiar al mediului de afaceri și asistenței tehnice externe – circa 500 mii lei)	Centru creat
2.5.	Fortificarea capacităților instituționale ale Consiliului Concurenței, Agenției pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței, Agenției Naționale pentru Siguranța Alimentelor, consiliilor pe filiera produsului	Instituțiile respective	Permanent	În limitele bugetelor aprobate	Capacități instituționale consolidate
2.6.	Intensificarea conlucrării între Ministerul Economiei și Infrastructurii și autoritățile administrației publice locale pe diverse subiecte ce țin de activitățile din comerț	Ministerul Economiei și Infrastructurii, Congresul autorităților locale din Moldova, structurile cu profil comercial ale mun.Chîșinău, Bălți, UTA Găgăuzia, secțiunile economice din cadrul consiliilor raionale	Permanent	În limitele bugetelor aprobate	Platformă de conlucrare și consultări

3. Consolidarea resurselor de marfă și competitivității acestora pe piața internă de consum

3.1.	Monitorizarea nivelului de asigurare cu alimente a țării (aprobarea metodologiei de calculare a balanței alimentare, elaborată de Organizația pentru Alimentație și Agricultură FAO, și lărgirea nivelului de acoperire pentru 30 grupe/produse alimentare)	Biroul Național de Statistică, Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare, Ministerul Economiei și Infrastructurii, consiliile pe filiera produsului	anual	În limitele bugetelor aprobate	Bilanțuri întocmite
3.2.	Instituirea sistemului informațional privind plasarea produselor pe piață	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu Ministerul Tehnologiilor Informației și Comunicațiilor, Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare, Ministerul Sănătății, Ministerul Finanțelor, Biroul Național de	2016	Surse extrabugetare (este necesară implicarea tuturor instituțiilor interesate în negocierea asistenței externe pentru crearea sistemului vizat)	Sistem informațional creat

		Statistică			
3.3.	Elaborarea unui plan național privind lupta împotriva introducerii ilegale a produselor pe teritoriul țării (prin contrabandă)	Serviciul Vamal, Ministerul Afacerilor Interne, Centrul Național Anticorupție	2016	În limitele bugetelor aprobate, cu consultarea instituțiilor internaționale	Plan elaborat
3.4.	Utilizarea mijloacelor informatice și de comunicare pentru prevenirea și combaterea fabricării și comercializării de produse contrafăcute	Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală, instituțiile statului abilitate cu drept de supraveghere a pieței	Permanent	În limitele bugetelor aprobate	Mijloace informatice și de comunicare utilizate
3.5	Stimularea dezvoltării meșteșugurilor și a micii industrii în localitățile rurale, relansarea meseriilor cu specific tradițional	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare, Ministerul Finanțelor, autoritățile administrației publice locale, Uniunea Centrală "MOLDCOOP"	Permanent	Surse extrabugetare (cu suportul proiectelor "PARE 1+1", "Antreprenoriat inovativ pentru ocuparea durabilă" – vezi Strategia de dezvoltare a întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2012-2020)	Meserii nou-create
3.6.	Susținerea creării și extinderii unităților de prestări servicii în teritoriu	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu Ministerul Dezvoltării Regionale și Construcțiilor, Ministerul Finanțelor, autoritățile administrației publice locale, Uniunea Centrală "MOLDCOOP"	Permanent	Surse extrabugetare (cu suportul proiectelor "PARE 1+1", "Antreprenoriat inovativ pentru ocuparea durabilă" – vezi Strategia de dezvoltare a întreprinderilor mici și mijlocii pentru anii 2012-2020)	Unități de prestări servicii create
3.7.	Efectuarea unui studiu privind practicile comerciale neloiale și contracararea lor	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare, Institutul Național de Cercetări Economice	2015-2016	Surse extrabugetare (cu suportul asistenței tehnice externe – circa 200 mii lei)	Studiu efectuat

4. Lichidarea dezechilibrului în infrastructura comercială între orașe și sate

4.1.	Întocmirea planurilor de dezvoltare a teritoriului cu evaluarea unităților comerciale /de prestări servicii	Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului în comun cu autoritățile administrației publice locale	2016	În limitele bugetelor aprobate, cu suportul asistenței tehnice (vezi Programul de elaborare a planurilor urbanistice la nivel de localități pe anii 2013-2016)	Planuri întocmite și aprobate prin deciziile consiliilor locale
4.2.	Susținerea și promovarea	Ministerul Dezvoltării	2016	În limitele bugetelor	Parteneriate

	proiectelor de parteneriat public-privat privind crearea/reconstrucția spațiilor comerciale	Regionale și Construcțiilor în comun cu Agenția Proprietății Publice, autoritățile administrației publice locale, Uniunea Centrală "MOLDCOOP"		aprobate	create
4.3.	Renovarea serviciilor prestate de cooperativele de consum (producere, achiziții și colectări etc.)	Uniunea Centrală "MOLDCOOP", cooperativele locale de consum	2015-2016	Conform Programului național de dezvoltare a cooperăției de consum pentru anii 2013-2015	Spații renovate
4.4.	Acordarea de ajutor pentru înființarea unui centru agroalimentar la nivel național (mun. Chișinău), precum și a unor centre regionale. Crearea centrelor regionale Nord, Sud, Centru de distribuție a produselor/serviciilor (piețe agricole angro – aprovizionare, transport, păstrare, logistică)	Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare, Ministerul Economiei și Infrastructurii, autoritățile administrației publice locale	2016	Surse de finanțare mixte (din partea statului – terenul, contribuția agenților economici și asistența financiară a partenerilor de dezvoltare)	Centre create
4.5.	Organizarea târgurilor agricole transfrontaliere	Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare, Ministerul Economiei și Infrastructurii, autoritățile administrației publice locale	2016	În limitele bugetelor aprobate	Târguri desfășurate

5. Eliminarea constrângerilor în activitatea comercianților

5.1.	Efectuarea unui studiu în vederea substituirii activității în baza patentei de întreprinzător printr-un concept nou de activitate economică independentă, întemeiat pe introducerea impozitului unic pe volumul anual estimativ al operațiilor comerciale	Ministerul Finanțelor în comun cu Ministerul Economiei și Infrastructurii	2016	În limitele bugetelor aprobate	Concept nou de activitate economică independentă
5.2	Crearea ghișeelor unice teritoriale pentru înregistrarea/autorizarea activităților din comerț	Ministerul Economiei și Infrastructurii, structurile teritoriale ale administrației publice centrale, autoritățile administrației publice locale	2015	Surse extrabugetare (cu suportul proiectului "e-Transformare a Guvernării" și altor parteneri de dezvoltare)	Ghișee unice create
5.3.	Instituirea sistemului informațional în comerț	Ministerul Economiei și Infrastructurii în comun cu autoritățile administrației publice locale	2016	Surse extrabugetare (cu suportul proiectului "e-Transformare a Guvernării" și altor parteneri de	Sistem funcțional

				dezvoltare)	
6. Asigurarea comerțului cu forță de muncă calificată și în permanentă perfecționare					
6.1.	Evaluarea competențelor profesionale dobândite prin experiența de muncă	Comitetul sectorial de formare profesională în comerț (Ministerul Economiei și Infrastructurii, Ministerul Educației, asociațiile de profil, mediul academic)	2016	Cu suportul proiectului de buget al UE în domeniul învățământului vocațional tehnic (vezi Strategia de dezvoltare a învățământului vocațional tehnic pentru anii 2013-2020)	Certificate de competență
6.2.	Organizarea cursurilor de instruire pentru implementarea sistemului e-business (softuri de performanță, management eficient, gestiune adecvată, sisteme de plăți electronice)	Ministerul Economiei și Infrastructurii (ODIM)	2015-2016	Programului național de instruire continuă a antreprenorilor – “Gestiunea Eficientă a Afacerii” (ODIM)	Cursuri organizate

Anexa nr.3
la Hotărârea Guvernului
nr.948 din 25 noiembrie 2013

Notă: La anexa nr.3:

- sintagma „Ministerul Sănătății” se substituie cu sintagma „Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale”;
- sintagmele „Ministerul Agriculturii și Industriei Alimentare”, „Ministerul Mediului”, „Ministerul Construcțiilor și Dezvoltării Regionale”, la orice caza gramatica, se substituie cu sintagmele „Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului”, la cazul gramatical corespunzător;
- sintagma „Agenția pentru Protecția Consumatorilor”, la orice caz gramatical, se substituie cu sintagma „Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței”, la cazul gramatical corespunzător;
- sintagma „Serviciul de Supraveghere de Stat a Sănătății Publice” se substituie cu sintagma „organul de stat de supraveghere a sănătății publice”, conform [Hot.Guv. nr.738 din 20.07.2018](#), în vigoare 17.08.2018

PLANUL DE ACȚIUNI
pentru anii 2017-2018 privind implementarea Strategiei de dezvoltare
a comerțului interior în Republica Moldova pentru anii 2014-2020

Nr. crt.	Acțiuni	Instituții responsabile	Instituții partener	Termene de realizare	Surse de finanțare		Indicatori de performanță/ rezultatul scontat
					Bugetul de stat	Surse externe	
1	2	3	4	5	6	7	8
OBIECTIVUL 1. Perfecționarea cadrului normativ și instituțional de reglementare a activităților din comerț prin prisma exigențelor europene							
1.1.	Revizuirea și perfecționarea cadrului juridic aferent activității de comerț						
1.1.1.	Elaborarea	Ministerul		Trimestrul I,	În		Proiect

	<p>proiectului de lege pentru modificarea și completarea Legii nr.231 din 23 septembrie 2010 cu privire la comerțul interior în vederea actualizării anumitor prevederi ce țin de genurile de activitate reglementate de aceasta</p>	Economiei și Infrastructurii		2018	limitele bugetului aprobat		elaborat și aprobat
1.1.2.	<p>Revizuirea și actualizarea legislației cu impact asupra activității de comerț din domeniile:</p> <p>1) Cerințe privind protecția drepturilor consumatorilor</p>	Ministerul Economiei și Infrastructurii		Trimestrul I, 2018	În limitele bugetului aprobat		Număr de acte normative aprobate
	<p>2) Cerințe sanitare, inclusiv:</p> <p>a) Elaborarea Regulamentului sanitar privind cerințele sanitare în desfășurarea activităților de comerț cu impact asupra sănătății lucrătorilor</p>	Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale		Trimestrul IV, 2018	În limitele bugetului aprobat		Regulament aprobat
	<p>b) Elaborarea Regulamentului sanitar privind efectuarea activităților de coafură, întreținere și înfrumusețare corporală</p>	Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale		Trimestrul I, 2018	În limitele bugetului aprobat		Regulament aprobat
	<p>c) Elaborarea Regulamentului sanitar privind</p>	Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției		Trimestrul I, 2018	În limitele bugetului		Regulament aprobat

	protecția sănătății la prestarea serviciilor de tatuaj și piercing	Sociale			aprobat		
	d) Elaborarea Regulamentului sanitar privind comerțul cu produse chimice	Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale		Trimestrul I, 2018	În limitele bugetului aprobat		Regulament aprobat
	3) Cerințe privind normativele de emiterie a zgomotului și vibrației	Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale		Trimestrul I, 2018	În limitele bugetului aprobat		Regulament aprobat
	4) Cerințe sanitare-veterinare și privind siguranța alimentelor	Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului		Trimestrul I, 2018	În limitele bugetului aprobat		Număr de acte normative aprobate
	5) Cerințe privind prevenirea și stingerea incendiilor	Ministerul Afacerilor Interne (Serviciul Protecției Civile și Situațiilor Excepționale)		Trimestrul I, 2018	În limitele bugetului aprobat		Număr de acte normative aprobate
	6) Cerințe privind protecția mediului	Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului		Trimestrul I, 2018	În limitele bugetului aprobat		Număr de acte normative aprobate
	7) Cerințe privind protecția muncii	Ministerul Muncii, Protecției Sociale și Familiei		Trimestrul I, 2018	În limitele bugetului aprobat		Număr de acte normative aprobate
1.1.3.	Publicarea pe paginile web și/sau panourile informative ale autorităților implicate în procesul de notificare (a activității de comerț) a legislației cu impact asupra activității de comerț din domeniile: - cerințe privind	Ministerul Economiei și Infrastructurii (Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței); Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale (Centrul Național de Sănătate Publică); Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor;	Autoritățile administrației publice locale	Permanent	În limitele bugetului aprobat		Informație publicată pe paginile web și/sau plasată pe panourile informative ale autorităților responsabile, sursa de referință: adresa, linkul

	<p>protecția drepturilor consumatorilor;</p> <ul style="list-style-type: none"> - cerințe sanitare; - cerințe privind normativele de emiteră a zgomotului și vibrației; - cerințe sanitar-veterinare și privind siguranța alimentelor; - cerințe privind prevenirea și stingerea incendiilor; - cerințe privind protecția mediului; - cerințe privind protecția muncii 	<p>Ministerul Afacerilor Interne (Serviciul Protecției Civile și Situațiilor Excepționale);</p> <p>Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului (Inspectoratul Ecologic de Stat);</p> <p>Ministerul Muncii Protecției Sociale și Familiei (Inspectoratul de Stat al Muncii)</p>					
1.1.4.	Elaborarea regulamentelor privind desfășurarea activității de comerț în teritoriu	Autoritățile administrației publice locale		2017-2018	În limitele bugetului aprobat		Număr de regulamente aprobate în raport cu numărul total de localități de nivelul întâi din țară
1.1.5.	Elaborarea proiectului hotărârii de Guvern pentru modificarea și completarea Hotărârii Guvernului nr.931 din 8 decembrie 2011 „Cu privire la desfășurarea comerțului cu amănuntul”	Ministerul Economiei și Infrastructurii		Trimestrul IV, 2017	În limitele bugetului aprobat		Proiect elaborat și aprobat
1.1.6.	Elaborarea proiectului hotărârii de Guvern pentru modificarea și completarea Hotărârii Guvernului nr.517 din 18 septembrie	Ministerul Economiei și Infrastructurii		Trimestrul IV, 2017	În limitele bugetului aprobat		Proiect elaborat și aprobat

	1996 „Cu privire la aprobarea Regulilor de funcționare a rețelei de comerț ambulant și a Regulilor de comerț în piețele din Republica Moldova”						
1.1.7.	Elaborarea proiectului hotărârii de Guvern pentru modificarea și completarea Hotărârii Guvernului nr.1209 din 8 noiembrie 2007 „Cu privire la prestarea serviciilor de alimentație publică”	Ministerul Economiei și Infrastructurii; Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale		Trimestrul IV, 2017	În limitele bugetului aprobat		Proiect elaborat și aprobat
1.1.8.	Elaborarea amendamentelor la Legea nr.231 din 23 septembrie 2010 cu privire la comerțul interior referitor la vânzările cu preț redus (lichidare, soldare, promoționale, tip <i>outlet</i> etc.)	Ministerul Economiei și Infrastructurii		Trimestrul IV, 2018	În limitele bugetului aprobat		Proiect elaborat și aprobat
1.1.9.	Elaborarea amendamentelor la Legea nr.93-XIV din 15 iulie 1998 cu privire la patenta de întreprinzător	Ministerul Economiei și Infrastructurii		Trimestrul IV, 2017	În limitele bugetului aprobat		Proiect elaborat și aprobat
1.1.10.	Implementarea resursei informaționale în domeniul comerțului, în conformitate cu prevederile Legii	Ministerul Economiei și Infrastructurii		Trimestrul IV, 2017	În limitele bugetului aprobat	Proiectul „Ameliorarea Competitivității” (PAC II)	Resursă informațională implementată și funcțională

	nr.231 din 23 septembrie 2010 cu privire la comerțul interior						
1.1.11.	Elaborarea ghidului privind implementarea resursei informaționale în comerț, destinat autorităților administrației publice locale și comercianților	Ministerul Economiei și Infrastructurii		Trimestrul IV, 2017	În limitele bugetului aprobat	Asistență externă	Ghid elaborat și distribuit
1.1.12.	Elaborarea proiectului de lege privind diminuarea risipei alimentare	Ministerul Economiei și Infrastructurii; Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului; Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor		Trimestrul IV, 2018	În limitele bugetului aprobat	Asistență externă	Proiect elaborat și aprobat
1.2.	Perfecționarea cadrului instituțional (capacitate administrativă)						
1.2.1.	Consolidarea Comisiei de ramură pentru consultări colective și negocieri în domeniul comerțului interior	Ministerul Economiei și Infrastructurii	Confederația Națională a Sindicatelor din Moldova; mediul de afaceri și mediul academic	Permanent	În limitele bugetului aprobat		Comisie funcțională – platformă sectorială de discuții și consultări
1.2.2.	Fortificarea capacităților instituționale ale Agenției pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței, Agenției Naționale pentru Siguranța Alimentelor, Ministerului Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului în	Ministerul Economiei și Infrastructurii (Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței); Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor; Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului		Permanent	În limitele bugetului aprobat	Surse externe	Instituții fortificate; număr de persoane instruite raportat la numărul necesar de persoane instruite

	contextul consiliilor pe filiera produsului						
1.2.3.	Intensificarea conlucrării dintre Ministerul Economiei și Infrastructurii și autoritățile administrației publice locale pe subiecte ce țin de activitățile din comerț	Ministerul Economiei și Infrastructurii	Congresul Autorităților Locale din Moldova; structurile cu profil comercial din municipiile Chișinău, Bălți și Unitatea teritorială autonomă Găgăuzia; secțiile de economie din cadrul consiliilor raionale	Permanent	În limitele bugetului aprobat		Număr de scrisori întocmite, număr de mese rotunde și alte evenimente la care s-a participat
1.2.4.	Menținerea unui dialog activ cu mediul de afaceri (comercianți) și promovarea instituirii patronatului în comerț /alimentația publică	Ministerul Economiei și Infrastructurii	Confederația Națională a Patronatului din Republica Moldova	Permanent	În limitele bugetului aprobat		Număr de ședințe organizate; consultații oferite; asociație profesională funcțională

OBIECTIVUL 2. Consolidarea resurselor de marfă și a competitivității acestora pe piața internă de consum

2.1.	Monitorizarea nivelului de asigurare cu alimente a țării	Biroul Național de Statistică; Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului; Ministerul Economiei și Infrastructurii	Consiliile pe filiera produsului de pe lângă Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului	Anual	În limitele bugetului aprobat		Bilanțuri anuale întocmite
2.2.	Gestionarea și monitorizarea Sistemului rapid de alertă pentru alimente și furaje (RASFF) și a Sistemului comunitar de	Ministerul Economiei și Infrastructurii; Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului;		Permanent	În limitele bugetului aprobat	Surse externe	Sistem informațional funcțional

	informare rapidă (RAPEX) privind plasarea produselor pe piață	Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale; Ministerul Finanțelor; Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor; Biroul Național de Statistică					
2.3.	Realizarea măsurilor de contracarare a introducerii ilegale pe teritoriul țării a produselor (prin contrabandă), precum și a comerțului ilicit	Ministerul Finanțelor (Serviciul Vamal); Ministerul Afacerilor Interne		Permanent	În limitele bugetului aprobat		Număr de acțiuni întreprinse, dovezi de impact
2.4.	Dezvoltarea /utilizarea mijloacelor informatice și de comunicare pentru prevenirea și combaterea fabricării și comercializării produselor contrafăcute	Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală; instituțiile statului abilitate cu drept de supraveghere a pieței; Ministerul Economiei și Infrastructurii (Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței)		Permanent	În limitele bugetului aprobat		Număr de mijloace informatice și de comunicare utilizate
2.5.	Elaborarea reglementărilor /cerințelor tehnice naționale prin prisma armonizării cu directivele europene, în conformitate cu prevederile Acordului de Asociere între Republica Moldova și Uniunea Europeană	Ministerul Economiei și Infrastructurii; Ministerul Dezvoltării Regionale și Construcțiilor; Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului; Ministerul Transporturilor și Infrastructurii Drumurilor;		Conform termenelor stabilite în Acordul de Asociere Republica Moldova și Uniunea Europeană, precum și în Planul de acțiuni pentru implementarea acestuia	În limitele bugetului aprobat		Număr de reglementări /cerințe armonizate la legislația comunitară

		Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale					
2.6.	Adoptarea standardelor europene ca standarde naționale	Ministerul Economiei și Infrastructurii (Institutul de Standardizare din Moldova)		2017-2018	În limitele bugetului aprobat		Număr de standarde naționale adoptate în raport cu numărul total al standardelor europene: 2017 – 70%; 2018 – 80%
2.7.	Anularea standardelor naționale conflictuale cu standardele europene adoptate de Republica Moldova	Ministerul Economiei și Infrastructurii (Institutul de Standardizare din Moldova)		2017-2018	În limitele bugetului aprobat		Număr de standarde conflictuale anulate: 2017 – 1500; 2018 – 1500
2.8.	Anularea standardelor naționale care contravin legislației, armonizate cu prevederile legislației comunitare	Ministerul Economiei și Infrastructurii (Institutul de Standardizare din Moldova)		2017-2018	În limitele bugetului aprobat		Număr de standarde depășite și care contravin legislației, anulate: 2017 – 1000; 2018 – 500
2.9.	Crearea premiselor pentru funcționarea Sistemului de schimb rapid de informații cu privire la produsele nealimentare periculoase între autoritățile de supraveghere a pieței la nivel național	Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței; Ministerul Economiei și Infrastructurii; instituțiile statului abilitate cu drept de supraveghere a pieței		2017-2018	În limitele bugetului aprobat 150 mil. lei		Sistem funcțional; număr de notificări plasate în sistem; număr de loturi de produse periculoase /cu risc grav constatate; număr de comunicate pentru informarea consumatorilor
2.10.	Aprobarea hotărârii	Ministerul Agriculturii,		Trimestrul II, 2017	În limitele		Hotărâre aprobată

	Guvernului cu privire la instituirea sistemului rapid de alertă pentru alimente și furaje	Dezvoltării Regionale și Mediului			bugetului aprobat		
2.11.	Organizarea seminarelor pentru operatorii din domeniul comerțului privind cerințele aplicabile produselor, serviciilor, producerii și transportării acestora, precum și regulile de comerț și de plasarea pe piață a produselor	Ministerul Economiei și Infrastructurii (Agenția pentru Protecția Consumatorilor și Supravegherea Pieței); Agenția Națională pentru Siguranța Alimentelor; Ministerul Sănătății, Muncii și Protecției Sociale (organul de stat de supraveghere a sănătății publice)		Permanent	În limitele bugetului aprobat	Surse externe	Număr de seminare și instruiți organizate; consultanțe și asistențe acordate
2.12.	Acordarea asistenței producătorilor în vederea protecției indicațiilor geografice și denumirilor de origine și promovarea pe piață a produselor autohtone cu indicații geografice și denumiri de origine	Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală; autoritățile competente abilitate cu responsabilități referitoare la produsele cu indicații geografice și denumiri de origine		Permanent	În limitele bugetului aprobat	Surse externe	Număr de consultații acordate; evenimente de promovare organizate (expoziții, seminare, conferințe etc.)

OBIECTIVUL 3. Promovarea dezvoltării infrastructurii comerciale și extinderea acesteia în localitățile rurale

3.1.	Elaborarea planurilor urbanistice generale de dezvoltare a teritoriului (cu planificarea amplasării unităților	Autoritățile administrației publice locale	Ministerul Dezvoltării Regionale și Construcțiilor	2017	În limitele bugetului aprobat	Surse externe	Număr de planuri elaborate și aprobate prin deciziile consiliilor locale în raport cu numărul total de
------	--	--	--	------	-------------------------------	---------------	--

	comerciale /de prestări servicii)						localități de nivelul întâi din țară
3.2.	Promovarea dezvoltării meșteșugurilor și a micii industrii în localitățile rurale, relansarea meseriilor cu specific tradițional	Ministerul Economiei și Infrastructurii; Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului; Ministerul Finanțelor	Autoritățile administrației publice locale; Uniunea centrală a cooperativelor de consum din Republica Moldova	Permanent	În limitele bugetului aprobat	Surse externe	Număr de locuri de muncă create
3.3.	Susținerea creării și extinderii unităților de prestări servicii în localitățile rurale	Ministerul Economiei și Infrastructurii; Ministerul Dezvoltării Regionale și Construcțiilor; Ministerul Finanțelor	Autoritățile administrației publice locale; Uniunea centrală a cooperativelor de consum din Republica Moldova	Permanent	În limitele bugetului aprobat	Surse externe	Număr de unități de prestări servicii create

OBIECTIVUL 4. Diversificarea formelor de distribuție și comercializare a produselor /serviciilor comerciale

4.1.	Elaborarea și aprobarea proiectului de lege pentru modificarea și completarea Legii nr.284-XV din 22 iulie 2004 privind comerțul electronic	Ministerul Economiei și Infrastructurii		Trimestrul II, 2017	În limitele bugetului aprobat		Proiect elaborat și aprobat
4.2.	Realizarea unei analize ex-ante privind oportunitatea creării pe teritoriul Republicii Moldova a piețelor angro pentru produsele agricole; elaborarea proiectului hotărârii de Guvern cu privire la activitatea piețelor angro de produse	Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului; Ministerul Economiei și Infrastructurii		Trimestrul IV, 2018	În limitele bugetului aprobat	Asistență externă	Studiu elaborat

	agricole, după caz						
4.3.	Organizarea expoziției naționale „Fabricat în Moldova”	Camera de Comerț și Industrie; Ministerul Economiei și Infrastructurii		Anual	În limitele bugetului aprobat		Număr de expoziții organizate; număr de participanți (reprezentanți ai mediului de afaceri); număr de raioane reprezentate
4.4.	Organizarea târgurilor agricole transfrontaliere	Ministerul Agriculturii, Dezvoltării Regionale și Mediului; Ministerul Economiei și Infrastructurii	Autoritățile administrației publice locale	Permanent	În limitele bugetului aprobat	Asistență externă, după caz	Număr de târguri desfășurate

OBIECTIVUL 5. Perfecționarea continuă a personalului antrenat în activitățile de comerț

5.1.	Efectuarea unei analize privind oportunitatea creării Centrului de management în comerț și servicii, cu suportul Comitetului sectorial pentru formarea profesională în domeniul comerțului interior	Ministerul Economiei și Infrastructurii; Ministerul Educației; Ministerul Muncii, Protecției Sociale și Familiei		Trimestrul IV, 2017	În limitele bugetului aprobat	Asistență externă	Studiu elaborat
5.2.	Continuarea procesului de elaborare și aprobare a standardelor ocupaționale pentru angajații din sectorul comerțului de bunuri și servicii	Ministerul Economiei și Infrastructurii	Comitetul sectorial pentru formarea profesională în domeniul comerțului interior	2017-2018	În limitele bugetului aprobat	Asistență externă	Două standarde aprobate
5.3.	Promovarea creșterii calificării angajaților agenților	Ministerul Economiei și Infrastructurii (Organizația		2017-2018	În limitele bugetului aprobat	Asistență externă	Număr de cursuri organizate; număr de

	economici prin intermediul Programului național de instruire continuă a antreprenorilor – „Gestiunea Eficientă a Afacerii”	pentru dezvoltarea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii)					persoane instruite
5.4.	Promovarea creșterii calificării tinerilor antreprenori prin intermediul Programului național de abilitare economică a tinerilor (PNAET)	Ministerul Economiei și Infrastructurii (Organizația pentru dezvoltarea sectorului întreprinderilor mici și mijlocii)		2017	În limitele bugetului aprobat	Asistență externă	Număr de cursuri organizate; număr de persoane instruite
5.5.	Desfășurarea periodică a concursurilor și campionatelor naționale și regionale în domenii ce vizează activitatea comercială sau de prestări servicii comerciale	Ministerul Economiei și Infrastructurii	Comitetul sectorial pentru formarea profesională în domeniul comerțului interior; asociațiile patronale din domeniu	Anual	În limitele bugetului aprobat	Asistență externă	Număr de concursuri și campionate organizate

[Anexa nr.3 introdusă prin [Hot.Guv. nr.445 din 16.06.2017](#), în vigoare 23.06.2017]