روسیه پیر شدن شدید جمعیت خود را تجربه می کند. سن متوسط ​​از 38 در سال 2010 به 38.8 در سال 2018 افزایش یافته در حالی که 26.6٪ از جمعیت زیر 24 سال و 29٪ بالای 55 سال دارند. جمعیت رو به کاهش است (نرخ رشد جمعیت در سال 2018 -0.11 درصد). متوسط ​​خانوارها به طور متوسط ​​2.5 نفر ، 27٪ خانوارها را افرادی تشکیل می دهند که به تنهایی زندگی می کنند و 49٪ آنها زوج هایی هستند که دارای فرزند یا بدون فرزند هستند. از نظر نسبت مردان به زنان ، از هر 100 زن 86 مرد وجود دارد در حالی که 74.4٪ از جمعیت در مناطق شهری زندگی می کنند. این جمعیت در 1/5 غربی کشور متمرکز است که از دریای بالتیک ، جنوب دریای خزر و همچنین در شرق مرز با قزاقستان گسترش می یابد. در جاهای دیگر سرزمینهای منزوی و کم جمعیت به ویژه در جنوب وجود دارد. OECD تخمین می زند که 54٪ از بزرگسالان در سنین 25 تا 64 سال تحصیلات دانشگاهی دارند ، دومین بهترین نرخ در بین 35 کشور عضو OECD. از جمعیت فعال ، 23.8 درصد افراد متخصص ماهر ، 15.3 درصد در فروش و خدمات مشغول به فعالیت هستند ، 13 درصد کارگران ماهر ، 13 درصد صنعتگران و سازندگان ، 12.6 درصد اپراتورها و مونتاژ دستگاه ها ، 8/7 درصد شغل واسطه ای ، 7 درصد مدیران هستند. 4/3٪ كشاورزان و 3.1٪ کارمند هستند.

قدرت خرید

تولید ناخالص داخلی PPP در روسیه 721.936 روبل (10،743 دلار) است. متوسط ​​حقوق سالانه 440 952 روبل تخمین زده می شود. افزایش مالیات بر ارزش افزوده قدرت خرید روس ها را کاهش داده است. متوسط درآمد خالص 1،090،215 روبل تخمین زده می شود که پایین تر از میانگین OECD است، و میانگین آن تا حد زیادی ناشی از درآمد ثروتمندان است، روسیه در ژانویه کاهش خالص مصرف را تجربه کرده است که دوباره در 3 ماهه بعدی افزایش می یابد. این اتفاقی است که در سال 2018 افتاد (کاهش 9.22٪ در سه ماهه اول ، 3.98٪ و 7.27٪ افزایش در سه ماهه دوم و سوم و این افزایش در Q4 ادامه داشت). نابرابری درآمد زیاد است ، شاخص جینی 37.7 اما رو به کاهش است. در پایان سال 2015 ، یک مرد به طور متوسط ​​38.600 روبل در ماه درآمد داشت در حالی که یک زن 28000 روبل کسب می کرد. جمهوری های داغستان ، کاباردینو-بلغارستان ، چچن ، کلمبیا و کراچایو-چرکزیا مناطقی هستند که کمترین دستمزد را دارند ، در حالی که مناطقی که بیشترین دستمزد آنها را شامل می شود یامالو-ننتس ، چوکوکا ، مسکو ، ننت و مگادان است.

رفتار مشتری

روسیه به طور فزاینده ای در حال تبدیل شدن به یک جامعه مصرف کننده است. عوامل اصلی خرید عبارتند از برند ، کیفیت و طول عمر محصول. قیمت اغلب تعیین کننده ثانویه است اگرچه مورد توجه قرار می گیرد. حدود سه چهارم از روسها علاقه مند هستند محصولات جدیدی را با 25٪ خریدهای انجام شده برای نیاز فوری امتحان كنند. تبلیغات معمولاً مصرف کنندگان 57 درصد از جمعیت را به بازدید از تبلیغات دعوت می کنند تا بهترین معاملات را انجام دهند. فروشگاه های سنتی (فروشگاه های مارک ، سوپر مارکت ها ، توزیع کنندگان ، فروشندگان مستقیم و غیره) جایی هستند که بیشترین خریدها با 68 درصد انجام می شود. حدود 55٪ از روسها نسبت به آینده خود ، زیر سطح سال 2013 (70٪) خوشبین هستند. تجارت الکترونیکی هنوز در روسیه خیلی توسعه نیافته است و سهم بازار 3٪ است. در حال حاضر بازار سایت فروش غالب ندارد. با این حال ، انتظار می رود این بازار طی سالهای آینده به لطف رشد فزاینده نفوذ اینترنت رشد کند. حدود 49٪ از مصرف کنندگان محصولات خارجی را نسبت به محصولات محلی ترجیح می دهند ، با این حال کالاهایی که در روسیه تولید می شود بیشتر و بیشتر را جذب می کند.

مصرف کنندگان روسی عموماً به برندها وفادار هستند و غالباً کالاهایی را که خریداری می کنند قبل از مراجعه به فروشگاه می دانند. تنها 17٪ از مصرف کنندگان مایل به تغییر مارک ها با قیمت پایین تر هستند. اعتماد به شرکت ها عامل اصلی وفاداری است. میزان نفوذ شبکه های اجتماعی 47٪ است که شبکه های اصلی آن یوتیوب ، Vkontakte و Odnoklassniki هستند. جوانان برای تبلیغات شبکه ای بازتر از بزرگان خود هستند. تلویزیون همچنین وسیله مؤثر ارتباطی است.

روند اصلی در حال ظهور مصرف محصولات سالم تر است. نیمی از جمعیت حاضر به پرداخت هزینه بیشتری برای محصولاتی هستند که سلامتی و کیفیت زندگی آنها را بهبود می بخشد ، مانند محصولات تازه ، میوه و سبزیجات ، آموزش ، دارو یا مسافرت. بازار ارگانیک نیز در حال رشد است ، اما تنها با 3٪ از مردم به طور مرتب محصولات ارگانیک خریداری می کنند. بازار دست دوم به اندازه اروپا توسعه نیافته است و فقط توسط اقشار خاص جمعیت استفاده می شود. اقتصاد مشارکتی در سال 2018 به 511 میلیارد روبل رسید که 30٪ بیشتر از سال گذشته است. بیشتر مبادلات موجود در پلتفرم های مشارکتی مربوط به کالاهایی است که بین افراد و اشتراک خودرو (معاملاتی) معامله می شود.

اینترنت

میزان نفوذ اینترنت در سال 2017 به 76.4٪ (آمار جهانی اینترنت) رسید که فاصله ای با میانگین اروپا (80.2٪) ندارد. روسیه با داشتن 109.5 میلیون کاربر اینترنتی ، نیز بزرگترین بازار اینترنت در اروپا است (16.6٪ از کل کاربران در اروپا). میزان نفوذ تلفن های هوشمند در سال 2017 54.7 درصد گزارش شده است، که کمی عقب تر از میانگین جهانی است (63 درصد - تخمین های زنیت رسانه). روسیه یکی از معدود کشورهایی در جهان است که گوگل محبوب ترین موتور جستجو نیست ، زیرا Yandex.ru که به صورت محلی ساخته می شود همچنان از محبوبیت بسیار زیادی برخوردار است. سهم Yandex.ru 54.01٪ پیش بینی شده بود در حالی که Google و Mail.ru به ترتیب 42.72٪ و 2.17٪ (Statcounter) داشتند.

تجارت الکترونیک

تجارت الکترونیکی در روسیه در سالهای اخیر به طور مداوم در حال رشد بوده است و در سال 2017 رشد 17 درصدی را ثبت کرده است. 67.9 میلیارد دلار در آلمان و 93 میلیارد دلار آمریکا در فرانسه (ویکی تجارت الکترونیکی). از نظر تولید ناخالص داخلی ، تجارت الکترونیکی پیش بینی شده است که در سال 2017 به 1.39٪ از کل فعالیت های اقتصادی و 2.8٪ از خرده فروشی ها برسد. تجارت الکترونیکی روسیه پیش بینی می شود در سال های آینده با سرعت آهسته تر و در حدود 10٪ رشد کند. به طور متوسط ​​، به عنوان اقتصاد فقط با اندکی از رکود بهبود یافته است. رشد تجارت از طریق تجارت مرزی که تقریباً یک سوم کل بازار تجارت الکترونیک را تشکیل می دهد و در سال 2017 37 درصد رشد داشته است ، تا حد زیادی رشد می کند ، در حالی که بازار تجارت الکترونیکی داخلی تنها 6 درصد رشد داشته است. بیش از 80 میلیون روس در سال 2017 از تلفن های هوشمند استفاده کردند و پیش بینی می شود این رقم تا سال 2021 به بیش از 93 میلیون نفر برسد که این امر می تواند تجارت الکترونیکی روسی را رونق دهد. براساس آخرین داده های موجود (Criteo) ، سهم موبایل در تجارت الکترونیکی خرده فروشی 22٪ بود ، رقمی که قابل مقایسه با ایالات متحده (25٪). Aliexpress متعلق به چینی تقریباً پربازدیدترین سایت تجارت الکترونیکی در روسیه است - با بیش از 22 میلیون دسترسی در سال 2017 - در حالی که Wildberry محلی بیشترین تعداد سفارش در داخل کشور را دارد و تقریباً در سال 7 میلیون بار دسترسی داشت.

براساس گزارش یوروستات ، در سال 2017 ، حدود 62.5 میلیون نفر (حدود 50٪ از کاربران اینترنت روسیه) به صورت آنلاین کاهش یافتند. متوسط ​​هزینه برای هر نفر همچنان در کشور رو به افزایش است و پیش بینی می شد در سال 2017 به 724 دلار برسد ، که از 676 دلار در سال 2016 (بنیاد تجارت الکترونیکی) افزایش یافته است. طبق نظرسنجی مركز لوادا ، روسها معمولاً خریداران آنلاین هستند ، زیرا تنها 15٪ از كل کاربران اینترنت و 11٪ از جمعیت 18 سال و بالاتر خود را خریداران مكرر آنلاین می دانند. از نظر ترجیحات خرید ، پوشاک و کفش محبوب ترین دسته (نمایندگی 37٪ از کل فروش تجارت الکترونیکی) است ، پس از آن لوازم آرایشی و عطر (33٪) ، کالاهای بهداشتی (27٪) و کالاهای کودک (26٪) ( Gfk روسیه و Yandex 2017). تجارت الکترونیکی روسی با بسیاری از همتایان اروپایی خود متفاوت است زیرا پول نقد محبوب ترین روش پرداخت است ، 69٪ از خریداران در مقابل 10٪ انتخاب کارت های اعتباری (نقد Payvision) با پول نقد خود را تحویل می دهند. یکی دیگر از ویژگی هایی که خریداران روسی را متمایز می کند این است که آنها ترجیح می دهند کالاهای خریداری شده آنلاین را از فروشگاه خریداری کنند. در حقیقت ، 72٪ موارد خریداری شده بصورت آنلاین ، درون فروشگاهی جمع آوری می شوند ، در حالی که تنها 16٪ از آنها تحویل می شوند. تعداد فزاینده ای از خریداران روس نیز در وب سایت های تجارت الکترونیکی بین المللی تصمیم گرفته اند ، و تجارت مرزی شامل یک سوم از کل فروش های آنلاین است. وب سایت های چینی محبوب ترین آنها هستند که 90٪ از کل فروش های مرزی و 52٪ از هزینه های صرف شده در سیستم عامل های خارجی (AITC ، Gfk) را به خود اختصاص می دهند. این روند ممکن است در طول سال 2018 تغییر کند ، زیرا روسیه قرار است قانونی را اعمال کند که تا ماه مه وظایف مالیات بر ارزش افزوده را در دریافت کالاهایی به ارزش بیش از 1157 دلار آمریکا تحمیل کند. پیش بینی می شود این رقم از اول ژانویه سال 2019 به 578 دلار آمریکا و از 1 ژانویه 2020 به 231 دلار برسد.

رسانه های اجتماعی

برخلاف اکثر کشورهای اروپایی ، شبکه های رسانه های اجتماعی محلی از محبوبیت عظیمی در روسیه برخوردار هستند. در حالی که YouTube در میان محبوب ترین شبکه های رسانه های اجتماعی (با بیش از 39 میلیون کاربر) ، VKontakte ، Moi Mir (تهیه شده توسط Mail.ru) و Odnoklassiki همچنان بر بازار حاکم هستند. Vkontakte بزرگترین شبکه اجتماعی روسیه است که 41.1 میلیون روسی در سال 2017 دارد و به ویژه در بین افراد زیر 34 سال محبوب است ، زیرا 80٪ از کلیه کاربران متعلق به آن گروه سنی هستند. Moi Mir ، یک سایت شبکه های اجتماعی که افزونه ارائه دهنده ایمیل Mail.ru است ، به سرعت محبوبیت پیدا می کند و به طور متوسط ​​25 میلیون کاربر ماهانه در سال 2017 داشت. Odnoklassiki سومین شبکه محبوب روسیه است و حدود 27 میلیون نفر دارد کاربران ، با بخش بزرگی از آنها بین 25 تا 34 سال سن دارند. توییتر نسبتاً محبوب است و ماهانه حدود 7.7 میلیون بازدیدکننده دارد. فیس بوک و اینستاگرام به همان اندازه در اکثر کشورهای غربی محبوب نیستند. فیس بوک در سال 2017 21.7 میلیون کاربر داشت و اینستاگرام 16 میلیون کاربر را به خود اختصاص داد. علاوه بر این ، وبلاگ نویسی در روسیه بسیار محبوب است که میزبان LiveJournal جمعیت زیادی از کاربران اینترنت را در روسیه تجربه می کند. با این حال ، این شبکه مجبور بود شرایط استفاده خود را در آوریل 2017 اصلاح کند و این وب سایت را تحت قانون روسیه قرار دهد ، این امر باعث می شود که وبلاگ ها برای انتشار "مطالب افراطی" جذب بیش از 3000 بازدید کننده را منع کنند. این تصمیم باعث شد تا واکنش عجیبی در میان کاربران خود به وجود آید زیرا این اقدام تلاشی برای سانسور کردن آزادی بیان بود. LiveJ ژورنال در واکنش به سانسور چندین کاربر را از دست داده است ، اما این پلتفرم هنوز حدود 15.2 میلیون کاربر ماهانه را جذب می کند. LinkedIn همچنین از نوامبر سال 2016 در این کشور ممنوع شده است ، زیرا این قانون به دلیل نقض قانون جدید نگهداری داده ها که به آن نیاز است تا داده های کاربر شهروندان روسی در سرورهای مستقر در روسیه ذخیره شود (تعهدی که با آن لینکدین از رعایت آن امتناع کرده است) پیدا شد. . علاوه بر این ، تقریبا 70 درصد از کل بازدیدهای رسانه های اجتماعی از طریق دستگاه های تلفن همراه و فعال ترین کاربران رسانه های اجتماعی در شهرهای بزرگ زندگی می کنند. از آگوست سال 2018 ، محبوب ترین سیستم عامل های رسانه های اجتماعی با سهم بازار در روسیه عبارتند از YouTube (22.87٪) ، Facebook (20.99٪) ، VKontakte (19.41٪) ، توییتر (13.04٪) ، Instagram (11.4٪) و Pinterest (6.39) ٪)

کانال توزیع کالا

بخش خرده فروشی روسیه در سالهای اخیر به سرعت در حال پیشرفت است. فروشگاه های تخفیف ، هایپرمارکت ها ، سوپر مارکت ها و فروشگاه های تخصصی بین سال های 2012 تا 2016 20٪ افزایش یافته اند. در سال 2016 ، این بخش با وجود یک کاهش سرعت و سپس افت 13٪ به ثبت رسیده است. در سال 2016 کمترین میزان فروش در خرده فروشی های غیر غذایی به ویژه در لوازم الکترونیکی مصرفی ، پوشاک و لوازم خانگی بود.

کانال های توزیع خوب سازمان یافته طی چند سال اخیر بویژه در مراکز عمده جمعیت مسکو و سن پترزبورگ بطور قابل توجهی توسعه یافته اند و شروع به گسترش به مناطق می کنند. در بخش مصرف کننده ، فروشگاه های خرده فروشی در مقیاس بزرگ در مسکو وجود دارند که قادر به خرید عمده آن هستند. مراکز خرید و فروشگاه های بزرگ فروشگاه های دیدنی مشترک در سن پترزبورگ ، مسکو و بسیاری از شهرهای دیگر روسیه هستند. با به کارگیری سازمانهای توزیع داخلی ، کار فروش کالاها به بازار روسیه بسیار آسان شده است.

بازار روسیه را می توان به شرح زیر تقسیم بندی کرد:

- کانال تخفیف در حال حاضر سریعترین کانال در حال رشد خرده فروشی مدرن در روسیه است. بازار روسیه فاقد تخفیف های خالص مانند آلمانی Lidl یا Aldi است و از همه زنجیره های موجود در بازار موجود می توان به عنوان تخفیف های نرم یاد کرد. عمده ترین بازیکنان بخش Disc Disc شامل اپراتورهای محلی به عنوان مثال گروه خرده فروشی X5 (Pyaterochka) ، گروه Magnit و Dixy (زنجیره خرده فروشی دیکسی).

- هایپرمارکت ها دومین کانال پر فروش مواد غذایی مدرن هستند. در بین 10 بازیکن برتر ، سه زنجیره خارجی وجود دارد. صدرنشین این بخش Auchan مستقر در فرانسه است ، که در سال 2015 بیش از 30٪ این بخش را در اختیار داشت. 3 بازیکن برتر حدود 59٪ این بخش را در سال 2015 به خود اختصاص داده اند. هایپر مارکت ها در حومه شهرهای بزرگ واقع شده اند ، یا به عنوان فروشگاه لنگرگاه یک مرکز خرید بزرگ شهری.

- بخش سوپر مارکت ها کمترین سهم را در بین سه کانال بزرگ قالب بزرگ دارند و چشم انداز رشد این بخش در حال حاضر نیز بدترین در میان سه قالب بزرگ منطقه بزرگ است. این بخش با بیشترین تعداد زنجیره های محلی و منطقه ای است. بخش سوپر مارکت ها تحت کنترل اپراتورهای داخلی هستند اما چندین شرکت خارجی موفق نیز در این بازار حضور دارند. آنها شامل Spar (هلند) ، زنجیره دوم در این بخش (از طریق فروش) ، همچنین Auchan Atak (فرانسه) و Billa (آلمان) هستند. رهبر این بخش زنجیره ای Perekrestok محلی X5 Group است.

- فروشگاه های نقدی و حمل چهارمین بزرگترین قالب خرده فروشی سازمان یافته در روسیه است که بیش از تنها بخش فروشگاه های راحتی است. با وجود این واقعیت که بخش نقدی و حمل با سطح بالای ادغام مشخص شده است (دو شرکت برتر بیش از 70 درصد بخش در سال 2014 را به خود اختصاص داده اند) ، این شرکت توسط همه بازیکنان ، از جمله زنجیره های بزرگ خارجی نشان داده می شود (آلمان- مترو و سلگروس مستقر) و زنجیره های ملی (لنتا مستقر در سن پترزبورگ) و نیز اپراتورهای منطقه ای (لینیا در منطقه فدرال مرکزی ؛ لاکمین در مسکو و استان های تولا) و اپراتورهای محلی (نقدی).

- کانال راحت برای خریداران کوچکترین کانال خرده فروشی مدرن در روسیه است. همه بازیکنان اصلی این بخش مستقر در روسیه هستند. در طولانی مدت ، این بخش به دلیل سطح پایین توسعه ، بالاترین پتانسیل رشد را دارد. با این حال ، خرید راحت هنوز در بین مصرف کنندگان روسی محبوبیت خاصی کسب نکرده است. از طرف دیگر ، پیش بینی می شود بحران فعلی محبوبیت فروشگاه های راحتی را افزایش دهد.

سهم بازار کانال های توزیع

بخش اساسی توزیع هنوز به وسیله کانال های غیررسمی مانند غرفه ها و بازارها انجام می شود. 20٪ فروش توسط بازارهای روباز و بیش از نیمی از غرفه های غیر رسمی نشان داده شده است. امکان استفاده از این کانال ها اغلب کلید موفقیت در روسیه است. با توجه به ارقام برآورد شده توسط Euromonitor در رابطه با فروشگاه های زنجیره ای:

- فروشگاه های ارائه دهنده تخفیف فروش 1.6 میلیون دلاری در سال 2016 را نشان دادند. مسکو و سن پترزبورگ دو قطب عمده توزیع هستند که طی چند سال گذشته به طور قابل توجهی توسعه یافته و خرید عمده را امکان پذیر می کنند. بازیگران اصلی Pyaterochka گروه خرده فروشی Magnit و X5 Retail Group هستند که تقریبا 70 درصد بازار را در اختیار دارند

- هایپرمارکت ها در اوایل دهه 2000 ظاهر شده اند و در حال حاضر به 25.5 میلیون دلار فروش رسیده اند. آنها مشتری های نسبتاً خوبی را که قادر به واردات بین المللی هستند ، هدف قرار می دهند. از جمله بازیکنان اصلی می توانیم Auchan ، O'Key ، Karusel را نقل کنیم. آنها نماینده بزرگترین فروش سال 2016 بودند.

- سوپر مارکت ها در سال 2016 4.8 میلیون دلار فروش کردند. مارک های اصلی Perekriostok ، Sedmoy Kontinent ، Spar هستند.

- فروش Cash & Carry در سال 2016 به 22.0 میلیون دلار رسید.

- فروش مغازه ها به 3.2 میلیون دلار رسیده است.

گمرک

روسیه عضو اتحادیه اقتصادی اوراسیا ، عضو جامعه اقتصادی Eurasion و CIS است که یک منطقه تجارت آزاد و منطقه مشترک اقتصادی است.

این اتحادیه با اتحادیه اروپا توافق نامه همکاری امضا کرده است که هدف از آن ایجاد یک منطقه مشترک اقتصادی است. به طور کلی از جایگاه (MFN) برخوردار است و با استفاده از سیستم (GSP) در روابط خود با ایالات متحده سود می برد.

گواهینامه های واردات

صدور گواهینامه محصولات ، روشی پیچیده و مانعی برای تجارت در روسیه است، اما این بازار به قدری جذاب است که صادر کنندگان آن فرآیند پیچیده را طی می کنند.

بخش کشاورزی و مواد غذایی بخصوص با سیاست سهمیه و محصولات خاص و شاخص های قرنطینه محافظت می شود.

صادرکنندگان اغلب می گویند رویه های سنگین و غیرقابل پیش بینی گمرک روسیه یک مانع بزرگ است.

با این حال ، از سال 2014 ، روسیه با پیاده سازی یک سیستم الکترونیکی برای ارائه اسناد صادراتی و وارداتی و با کاهش تعداد بازرسی های بدنی واردات ، تلاش کرده است سهولت تجارت بین المللی را افزایش دهد.

روسیه از زمان ورود رسمی خود به WTO در 22 آگوست 2012 ، متعهد شده است کلیه مقررات WTO را ، از جمله تعرفه متوسط ​​8/7٪ برای کالاها ، عملی کند.

روسیه سیستم گمرک هماهنگ شده را پیاده سازی می کند. تعرفه گمرک شامل 11،032 خط تعرفه است.

واردکنندگان موظفند برای هر کالای وارداتی اظهارنامه حمل و نقل گمرک روسیه را تکمیل کنند. یک اظهارنامه باید توسط اسناد زیر پشتیبانی شود:

قراردادها ، اسناد تجاری مانند فاکتورهای تجاری و لیستهای بسته بندی ، اسناد حمل و نقل ، مجوزهای واردات ، تنظیم فنی گواهینامههای ایمنی فنی ، گواهی های مبدا ، گواهینامه های بهداشتی ، مجوز واردات و مجوزها (به عنوان مثال برای محصولاتی که دارای فناوری رمزگذاری هستند) و اسنادی که اثبات مالکیت اظهار کنندگان / دلالان / واردکنندگان را تأیید می کند. کلیه اظهارات واردات گمرک بصورت الکترونیکی ارسال می شود. وب سایت سرویس گمرکی فدرال روسیه حاوی لینک به درگاه اظهارنامه های الکترونیکی است.

از سال 2014 ، مقامات گمرکی روسیه دیگر نیازی به ارائه جداگانه گواهینامه ها یا اظهارنامه های مربوط به فنی به عنوان بخشی از روند ترخیص کالا از گمرک ندارند ، زیرا این اطلاعات صرفاً باید در قسمت 31 اظهارنامه گمرک الکترونیکی واردات بیان شود. با این حال ، گزارش شده است که در عمل مأمورین گمرک در واقع ممکن است نیاز به ارسال جداگانه این اسناد ، به ویژه برای موارد کنترل شده داشته باشند.

اتحادیه اقتصادی اوراسیا (EAEU) برای نظارت و کنترل حرکت کالاهای طبقه بندی شده حساس توسط کشورهای عضو یا جامعه بین المللی ، لیست واحدی از کالاهایی را که محدودیت ها و ممنوعیت های واردات و صادرات در آن اعمال می شود ، در اختیار دارد. در روسیه ، مجوزهای واردات مطابق با قوانین مجاز صدور مجوز از EAEU توسط وزارت صنعت و تجارت صادر می شود.

پرداخت های گمرکی به طور کلی شامل موارد زیر است: واردات / صادرات عوارض گمرکی ، مالیات و هزینه های پردازش گمرک. برخی از کالاها همچنین ممکن است نیاز به پرداخت هزینه استفاده (مثلاً وسایل نقلیه چرخدار) یا هزینه زیست محیطی جدید داشته باشند که در تاریخ 1 ژانویه 2015 معرفی شده است.

علاوه بر این ، مقررات کنترل ارز نیاز به صدور گذرنامه معامله برای صادرات و واردات را برای اطمینان از بازگشت ارز به روسیه دارد. این آیین نامه همچنین اطمینان می دهد که نقل و انتقالات پرداخت ارز برای واردات برای کالاهایی است که در واقع دریافت شده و به درستی ارزش گذاری شده است.

نمونه های تجاری معاف از عوارض گمرکی هستند و اگر فقط برای پیشنهادهای تبلیغاتی مورد استفاده قرار گیرند ، TVA را برای مدت زمان تا دو سال وارد می کنند. نمونه های بیولوژیکی و نمونه های دارویی باید همراه با گواهی های خاص باشند.

اگرچه سیستم حمل و نقل ریلی نیاز به مدرن سازی داشته باشند ، شبکه ریلی پرکاربردترین وسیله حمل و نقل کالا است واین 7٪ از ترافیک حمل و نقل کل روسیه را نشان می دهد.

زیرساخت های جاده ای برای حمل و نقل کالا ناکافی هستند (19٪ از کل ترافیک کالا). با این وجود پروژه هایی برای باز کردن کشور به سمت غرب در دست اقدام است.

روسیه 41 بندر بزرگ دارد که از این تعداد فقط 11 بندر مجهز به زیرساخت برای واردات و صادرات هستند. بزرگترین مورد در سن پترزبورگ (42 میلیون تن) است. این کشور از سه طرف برای دریا باز است: دریای بالتیک ، دریای سیاه و اقیانوس آرام. دولت یک پروژه نوسازی بلندپروازانه دارد و می خواهد ظرفیت ترمینال های بندری را افزایش دهد.حمل و نقل هوایی داخلی گسترده نیست.