

ВИКТОРИЯ КАБАНЕЦ  
ПРАКТИЧЕСКИЕ ЗНАНИЯ ДЛЯ РЕАЛЬНЫХ РЕЗУЛЬТАТОВ

Твои идеи  
могут стать  
реальными  
товарами  
♥

# КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА PRINT-ON-DEMAND С НУЛЯ

КАК ПРОДАВАТЬ ФУТБОЛКИ, КРУЖКИ, ПОСТЕРЫ  
И ДРУГИЕ ТОВАРЫ СО СВОИМ ДИЗАЙНОМ  
БЕЗ СКЛАДА И ЗАКУПКИ ТОВАРА

СОЗДАВАЙ  
ПРОДАВАЙ  
ЗАРАБАТЫВАЙ  
♥



ВЫБОР  
НИШИ



СОЗДАНИЕ  
ДИЗАЙНОВ



ПЛАТФОРМЫ  
И ПОСТАВЩИКИ



МАРКЕТИНГ  
И ПРОДВИЖЕНИЕ



РЕАЛЬНЫЕ  
ПРИМЕРЫ



ПЛАН  
ДЕЙСТВИЙ



Мой план:

- ☒ Выбрать нишу
- ☒ Создать дизайны
- ☒ Открыть магазин
- ☒ Добавить товары
- ☒ Получить первые продажи

50

ИДЕЙ ДЛЯ  
ТОВАРОВ  
С ДИЗАЙНОМ  
ВНУТРИ  
♥



ПОШАГОВЫЕ  
ИНСТРУКЦИИ



ГОТОВЫЕ  
ИДЕИ



ЧЕК-ЛИСТЫ  
И ШАБЛОНЫ



СОВЕТЫ  
И ОШИБКИ



30-ДНЕВНЫЙ  
ПЛАН



РЕАЛЬНЫЕ  
ПРИМЕРЫ

КАК ЗАРАБАТЫВАТЬ НА PRINT-ON-DEMAND С НУЛЯ

ВИКТОРИЯ  
КАБАНЕЦ



Виктория Кабанец

**Как зарабатывать на  
print-on-demand с нуля**

«Автор»

2026

**Кабанец В. В.**

Как зарабатывать на print-on-demand с нуля / В. В. Кабанец —  
«Автор», 2026

Print-on-demand позволяет создавать футболки, кружки, постеры, сумки и другие товары, которые производятся только после оформления заказа покупателем. Эта книга — практическое руководство для тех, кто хочет разобраться в модели print-on-demand с нуля и превратить свои идеи в реальные товары. Вы узнаете, как выбрать нишу, найти идеи для дизайнов, подобрать товары и POD-поставщика, создавать привлекательные mockups, оформлять карточки товаров, рассчитывать цену и реальную прибыль, привлекать покупателей и анализировать результаты. Внутри — 50 идей для POD-коллекций, формулы расчёта маржи, чек-листы, рекомендации по авторскому праву и товарным знакам, работа с персонализацией, возвратами и рекламой, а также пошаговый 30-дневный план запуска первой коллекции. Книга подойдёт начинающим предпринимателям, дизайнерам, создателям цифрового контента и всем, кто хочет освоить ещё одну модель онлайн-бизнеса без необходимости заранее закупать товар.

© Кабанец В. В., 2026

© Автор, 2026

## Содержание

|                                                |    |
|------------------------------------------------|----|
| Введение. Товар существует после заказа        | 6  |
| Часть I. Как устроен print-on-demand           | 7  |
| 1. Кто за что отвечает                         | 7  |
| 2. Как движутся деньги                         | 8  |
| 3. Три модели запуска                          | 9  |
| Часть II. Выбор ниши                           | 10 |
| 4. Не начинайте с «для всех»                   | 10 |
| 5. Формула ниши                                | 11 |
| 6. Как проверить идею до создания 100 дизайнов | 12 |
| Часть III. Какие товары продавать              | 13 |
| 7. Не ограничивайтесь футболками               | 13 |
| 8. Выбирайте продукт по контексту              | 14 |
| Часть IV. 50 идей для POD-коллекций            | 15 |
| Конец ознакомительного фрагмента.              | 16 |

# **Виктория Кабанец**

## **Как зарабатывать на print-on-demand с нуля**

**Как зарабатывать на print-on-demand с нуля**

**Как продавать футболки, кружки, постеры и другие товары со своим дизайном  
без склада и закупки товара**

**Виктория Кабанец**

*Практическое руководство*

© Виктория Кабанец, 2026

## **Введение. Товар существует после заказа**

Print-on-demand (POD) — модель, при которой товар печатается после того, как покупатель оформил заказ. Продавцу не обязательно заранее закупать сотни футболок, кружек или постеров и хранить их дома. Обычно POD-партнёр печатает дизайн на выбранном товаре и отправляет заказ покупателю, а продавец отвечает за идею, ассортимент, карточку товара, маркетинг и экономику проекта.

Но отсутствие склада не означает отсутствие работы. У POD есть себестоимость, комиссии, доставка, возвраты, требования площадок, конкуренция и риски нарушения авторских прав. Поэтому эта книга не обещает «лёгкий пассивный доход». Её задача — помочь вам построить понятную систему: от ниши и дизайна до первых продаж и анализа маржи.

## **Часть I. Как устроен print-on-demand**

### **1. Кто за что отвечает**

#### **Участник**

#### **Задача**

##### **Вы**

ниша, дизайн, ассортимент, цена, карточки товаров, продвижение, поддержка клиента

##### **POD-поставщик**

печать, упаковка и обычно отправка

##### **Маркетплейс / магазин**

витрина, оплата, правила площадки, иногда трафик

##### **Покупатель**

выбирает товар, размер/вариант и оформляет заказ

## **2. Как движутся деньги**

Покупатель платит розничную цену. Из неё вычитаются себестоимость товара и печати, комиссии площадки, возможные платежные комиссии, налоги, расходы на рекламу, скидки и иногда доставка. То, что остаётся, — не всегда чистая прибыль: нужно учитывать возвраты и другие операционные расходы.

### 3. Три модели запуска

#### **Модель**

#### **Плюс**

#### **Минус**

#### **Маркетплейс + POD**

быстрее стартовать, есть готовая инфраструктура  
комиссии и правила площадки

#### **Собственный магазин + POD**

больше контроля над брендом  
трафик нужно привлекать самостоятельно

#### **Гибрид**

можно тестировать разные каналы  
больше процессов для контроля

## **Часть II. Выбор ниши**

### **4. Не начинайте с «для всех»**

Дизайн «для всех, кто любит кофе» конкурирует с огромным количеством товаров. Гораздо полезнее искать сочетание аудитории, ситуации покупки и эмоционального повода: профессия + юмор, хобби + подарок, семейная роль + событие, локальная тема + стиль.

## 5. Формула ниши

Аудитория + повод + стиль + продукт. Например: владельцы определённого хобби + подарок + минимализм + кружка. Чем яснее покупатель понимает «это про меня» или «это идеальный подарок для него», тем легче объяснить ценность.

## **6. Как проверить идею до создания 100 дизайнов**

Посмотрите, какие формулировки и продукты уже покупают в выбранной категории.

Отделяйте реальный спрос от количества конкурентов: много предложений не гарантирует продажи.

Изучайте отзывы покупателей: что им нравится и что раздражает.

Проверьте сезонность и подарочные поводы.

Не копируйте чужие дизайны, тексты и брендинг.

Начните с небольшой коллекции и расширяйте её по данным.

## **Часть III. Какие товары продавать**

### **7. Не ограничивайтесь футболками**

#### **Категория**

#### **Что можно тестировать**

##### **Одежда**

футболки, свитшоты, худи, детская одежда

##### **Дом**

кружки, подушки, пледы, полотенца

##### **Стены**

постеры, принты, холсты

##### **Аксессуары**

сумки, чехлы, кепки, носки

##### **Канцелярия**

блокноты, стикеры, календари

##### **Подарки**

персонализированные товары и тематические наборы

## **8. Выбирайте продукт по контексту**

Один и тот же дизайн не обязательно одинаково хорошо работает на футболке и постере. Товар должен соответствовать ситуации использования. Минималистичная цитата может выглядеть естественно на постере, но слишком пусто на большой одежде; маленькая персонализация может быть сильнее на кружке или подарочном аксессуаре.

## **Часть IV. 50 идей для POD-коллекций**

1. Профессии с добрым профессиональным юмором
2. Подарки учителям
3. Подарки медработникам
4. Владельцы определённых пород собак
5. Любители кошек
6. Садоводы
7. Любители книг
8. Домашняя выпечка

## **Конец ознакомительного фрагмента.**

Текст предоставлен ООО «Литрес».

Прочитайте эту книгу целиком, [купив полную легальную версию](#) на Литрес.

Безопасно оплатить книгу можно банковской картой Visa, MasterCard, Maestro, со счета мобильного телефона, с платежного терминала, в салоне МТС или Связной, через PayPal, WebMoney, Яндекс.Деньги, QIWI Кошелек, бонусными картами или другим удобным Вам способом.