

УЧЁТ БЕЗ БУХГАЛТЕРА

ГАЙД

Первый месяц на Wildberries и Ozon

От выбора товара до первых продаж:
пошаговый план для старта с бюджетом
50–300 тыс. ₽

Издание 2026 года

Пошагово · с примерами расчётов · чек-листы

Анастасия Королёва

Первый месяц на Wildberries и Ozon

<https://litres.ru/74611417>

SelfPub; 2026

Аннотация

Честное пошаговое руководство для тех, кто хочет начать продавать на Wildberries и Ozon с бюджетом 50–300 тысяч рублей. Как выбрать товар и проверить спрос бесплатными способами, где искать поставщиков и как не нарваться, нужна ли маркировка «Честный знак», как посчитать юнит-экономику и цену без убытка — с полным примером расчёта. FBO и FBS простыми словами, карточка товара и SEO, первая поставка, реклама внутри маркетплейса, отзывы без нарушений правил. В конце — план на 30 дней по дням и список частых ошибок новичков.

Содержание

Как пользоваться этим гайдом	6
Глава 1. Реалистичные ожидания и риски	8
Что такое маркетплейс для продавца	8
Сколько денег нужно на старт	9
Сколько времени это занимает	12
Когда ждать первых денег	13
Основные риски	14
Честный ответ: стоит ли начинать	16
Глава 2. Юридическая форма: самозанятый или ИП	17
Самозанятость (налог на профессиональный доход, НПД)	18
ИП	19
Какой налоговый режим выбрать ИП	20
Что считать доходом при продаже через маркетплейс	22
Пошагово: регистрация	23
Глава 3. Выбор ниши и товара	24
Какой товар подходит новичку	25
Шаг 1. Составьте длинный список идей	27
Шаг 2. Проверьте спрос бесплатными инструментами	28
Шаг 3. Проанализируйте конкурентов по	30

ОТЗЫВАМ	
Шаг 4. Читайте плохие отзывы	32
Шаг 5. Отберите 3–5 кандидатов и оцените по таблице	33
Конец ознакомительного фрагмента.	35

Анастасия Королёва

Первый месяц на Wildberries и Ozon

Первый месяц на Wildberries и Ozon

**От выбора товара до первых продаж: пошаговый
план для старта с бюджетом 50–300 тыс. #**

Учёт без бухгалтера

Table of Contents

Как пользоваться этим гайдом

Этот гайд для тех, кто хочет начать продавать на Wildberries или Ozon и пока не сделал ни одной продажи. У вас есть 50–300 тысяч рублей, немного свободного времени и желание разобраться. Опыта торговли нет или почти нет.

Мы не обещаем лёгких денег. Маркетплейсы — это обычная торговля. Здесь есть закупка, склад, налоги, возвраты и конкуренты. Кто-то выходит в плюс за два-три месяца. Кто-то теряет часть вложений и делает выводы. Задача гайда — чтобы вы вошли с открытыми глазами, посчитали всё до закупки и не наделали дорогих ошибок новичка.

Как устроен текст:

Сначала — реалистичные ожидания и риски.

Потом — юридическая форма и налоги.

Дальше — выбор товара, поставщики, документы и маркировка.

Центральная глава — юнит-экономика. Это расчёт, сколько вы зарабатываете на одной проданной штуке. Не пропускайте её.

Затем — схемы работы, карточка товара, первая поставка, запуск.

В конце — распорядок первого месяца, отчёты, налог, план на 30 дней и чек-лист ошибок.

Про цифры. Комиссии, тарифы на логистику и хранение

на маркетплейсах меняются часто — иногда несколько раз в год. Все такие цифры в гайде даны как примеры, чтобы показать логику расчёта. Перед любым решением открывайте личный кабинет продавца и смотрите актуальные тарифы для своей категории. Логика расчёта при этом не меняется.

Читать лучше с карандашом или открытой таблицей. Каждую главу заканчивайте конкретным действием.

Глава 1. Реалистичные ожидания и риски

Что такое маркетплейс для продавца

Маркетплейс — это площадка, которая даёт вам покупателей, склад, доставку и приём оплаты. За это она берёт деньги: комиссию с каждой продажи, плату за логистику, за хранение, за рекламу. Вы при этом остаётесь продавцом. Вы отвечаете за качество товара, за документы, за налоги.

Важно понимать: маркетплейс не ваш партнёр, который заинтересован в вашей прибыли. Он заинтересован в обороте и довольных покупателях. Правила площадки могут поменяться в любой момент, и вы будете обязаны им следовать.

Сколько денег нужно на старт

Минимальный бюджет зависит от товара. Для недорогого товара (себестоимость 100–300 #) реально стартовать с 50–100 тысяч рублей. Для одежды, где нужны размерные ряды, или для товаров дороже 1 000 # за штуку бюджет быстро растёт до 200–300 тысяч.

Деньги уходят не только на товар. Вот пример распределения бюджета 100 000 # для недорогого товара. Этот же пример мы будем использовать в главе про юнит-экономику.

Статья расходов

Сумма, #

Комментарий

Образцы от 2–3 поставщиков

3 000

Обязательно до закупки партии

Товар: 200 шт. × 180 #

36 000

Закупочная цена

Доставка от поставщика: 200 × 15 #

3 000

До вас или до фулфилмента

Упаковка и этикетки: 200 × 15 #

3 000

Пакет, штрихкод, стикер

Доставка на склад маркетплейса: 200 × 10 #

2 000

Может уйти в две поставки

Фото и инфографика

6 000

Можно дешевле, если делать самим

Документы (декларация, если нужна)

8 000

Резерв, может не понадобится

Реклама в первый месяц

15 000

Внутренняя реклама площадки

Расчётный счёт, мелкие расходы

2 000

Обслуживание, канцелярия

Резерв

22 000

На непредвиденное и вторую закупку

Итого

100 000

Обратите внимание: на сам товар уходит меньше половины бюджета. Новички часто тратят всё на товар, а потом им не на что запускать рекламу и делать фото. Товар лежит на складе, за хранение капают деньги.

Сколько времени это занимает

В первый месяц рассчитывайте на 2–4 часа в день. Больше всего времени уходит на:

- поиск и проверку товара и поставщика;
- создание карточки;
- подготовку и отгрузку поставки;
- ежедневный контроль заказов, отзывов и рекламы.

После запуска рутина сокращается до 1–2 часов в день на один-три товара. Если вы работаете по найму, это реально совмещать. Но не в неделю отгрузки — возьмите пару выходных дней.

Когда ждать первых денег

Цепочка такая: закупка → доставка к вам → подготовка → отгрузка на склад → приёмка складом → появление товара в продаже → первые заказы → выкуп → отчёт → выплата.

На практике от оплаты поставщику до первых денег на счёте проходит от 3 до 8 недель. Окупить первую партию полностью получается обычно за 2–4 месяца, если товар выбран правильно. Если неправильно — товар придётся распродавать в ноль или в минус.

Основные риски

Риск

Что происходит

Как снизить

Нет спроса

Товар никто не ищет, продаж нет

Проверка спроса до закупки (глава 3)

Высокая конкуренция

Вас не видно среди сотен похожих карточек

Анализ конкурентов, отстройка, ниша поуже

Ошибка в расчётах

Продажи есть, а денег нет

Юнит-экономика до закупки (глава 6)

Брак у поставщика

Возвраты, плохие отзывы, рейтинг падает

Образцы, проверка партии

Нет документов

Карточку блокируют, товар нельзя продавать

Проверка требований до закупки (глава 5)

Изменение тарифов

Растёт комиссия или логистика, маржа падает

Запас по марже, регулярный пересчёт

Штрафы площадки

Неверные габариты, нарушения правил

Внимательно читать оферту и правила

Кассовый разрыв

Деньги заморожены в товаре и в пути

Резерв 15–25% бюджета

Частые ошибки. Начинать с «хочу продавать то, что нравится мне». Брать товар, потому что «у знакомого хорошо продаётся». Вкладывать все деньги в одну большую партию без пробы. Не закладывать в расчёт невыкупы и рекламу. Начинать сразу на двух площадках с пятью товарами.

Честный ответ: стоит ли начинать

Стоит, если:

- вы готовы считать и вести учёт;
- у вас есть деньги, потерю части которых вы переживёте;
- вы готовы потратить месяц-два на обучение на собственных

ошибках;

- вы начинаете с одного-двух товаров и маленькой партии.

Не стоит, если:

- вы берёте кредит или занимаете деньги на старт;
- вам нужен гарантированный доход через месяц;
- вы не готовы разбираться в отчётах и налогах.

Чек-лист готовности:

☐ У меня есть бюджет, который я готов(а) рискнуть потерять частично.

- ☐ Я выделил(а) 2–4 часа в день на ближайший месяц.

☐ Я понимаю, что первые деньги придут не раньше чем через 3–8 недель.

- ☐ Я готов(а) начать с одного товара.

- ☐ Я буду считать юнит-экономику до закупки.

Глава 2. Юридическая форма: самозанятый или ИП

Продавать на Wildberries и Ozon могут самозанятые, индивидуальные предприниматели и компании (ООО). Для новичка выбор обычно между самозанятостью и ИП. Здесь коротко и только самое важное. Налоговые правила меняются, поэтому перед регистрацией сверьтесь с сайтом ФНС (nalog.gov.ru).

Самозанятость (налог на профессиональный доход, НПД)

Плюсы:

- регистрация за 10 минут в приложении «Мой налог»;
- нет обязательных страховых взносов;
- нет отчётности и деклараций;
- низкий налог: 4% с доходов от физических лиц, 6% —

от компаний и ИП.

Ограничения, которые критичны для маркетплейса:

Нельзя перепродавать купленные товары. Самозанятый может продавать только то, что сделал сам: сшил, связал, собрал, слепил, напечатал. Купить органайзеры на оптовом рынке и перепродать их как самозанятый нельзя.

Нельзя продавать товары, подлежащие обязательной маркировке («Честный знак»), — как правило, для работы с маркировкой нужен статус ИП или компании.

Лимит дохода — 2,4 млн # в год. Учитывается вся сумма поступлений, а не прибыль.

Нельзя нанимать сотрудников по трудовому договору.

Вывод: самозанятость подходит мастерам, которые продают собственные изделия. Например, вязанные игрушки, свечи ручной работы, украшения собственного изготовления. Для перепродажи готового товара нужен ИП.

ИП

Регистрация бесплатна при подаче документов электронно — через сайт ФНС, Госуслуги или банк. Занимает несколько рабочих дней.

При регистрации вы указываете коды деятельности (ОКВЭД). Основной для маркетплейсов — **47.91 «Торговля розничная по почте или по информационно-коммуникационной сети Интернет»**. Можно добавить дополнительные коды, если планируете производство.

Расходы ИП, о которых нужно знать заранее:

-

Фиксированные страховые взносы «за себя».

Платятся независимо от того, есть ли доход. Сумма устанавливается на каждый год (в 2026 году — около 57 тыс. #; точную сумму проверьте на сайте ФНС). Плюс 1% с дохода свыше 300 тыс. # в год.

-

Расчётный счёт.

Маркетплейсы перечисляют деньги ИП на расчётный счёт. Многие банки дают бесплатное обслуживание на старте.

-

Налог

по выбранному режиму.

Какой налоговый режим выбрать ИП

Для торговли через маркетплейсы обычно выбирают упрощённую систему (УСН). Патент для продаж через маркетплейсы не подходит: розничная торговля через интернет под патент не попадает.

На УСН два варианта:

Режим

Ставка (базовая)

С чего считается

Кому подходит

УСН «Доходы»

6%

Со всех поступлений

Высокая наценка, простой учёт

УСН «Доходы минус расходы»

15%

С разницы доходов и подтверждённых расходов

Низкая наценка, большая доля расходов

Регионы могут устанавливать пониженные ставки — проверьте закон своего региона.

Простое правило выбора. Налоги равны, когда расходы составляют 60% доходов: $6\% \times \text{Доход} = 15\% \times (\text{Доход} - 0,6 \times \text{Доход})$. Если ваши подтверждённые расходы больше 60% выручки, обычно выгоднее «Доходы минус расходы». Если меньше — «Доходы».

Пример. Выручка за год — 1 000 000 #. Расходы (товар, комиссия, логистика, реклама) — 700 000 #.

- УСН «Доходы»: $1\,000\,000 \times 6\% = 60\,000 \#$.
- УСН «Доходы минус расходы»: $(1\,000\,000 - 700\,000) \times 15\% = 45\,000 \#$.

Здесь второй вариант выгоднее. Но для него нужны документы на каждый расход: накладные от поставщика, отчёты маркетплейса, акты. Если вы покупаете товар на рынке за наличные без документов, эти расходы учесть нельзя.

На УСН «Доходы» налог можно уменьшить на уплаченные страховые взносы «за себя» (ИП без работников — до 100% налога).

Про НДС. С 2025 года ИП на УСН при доходе выше установленного порога становятся плательщиками НДС. С 2026 года порог снижен (в 2026 году — 20 млн # дохода за год, дальше планируется поэтапное снижение). На старте с бюджетом до 300 тыс. # вы вряд ли до него дойдёте в первый год, но следите за этим, когда начнёте расти.

Что считать доходом при продаже через маркетплейс

Это частая ошибка. Доход для налога — это не сумма, которую маркетплейс перевёл вам на счёт. Доход — это цена, по которой товар продан покупателю, из отчёта о реализации. Комиссия, логистика и хранение — это ваши расходы. На УСН «Доходы» они налог не уменьшают.

Пример: покупатель заплатил 890 #, маркетплейс удержал 178 # комиссии и 70 # логистики и перевёл вам 642 #. Налог на УСН «Доходы» считается с 890 #, а не с 642 #.

Частые ошибки. Регистрироваться самозанятым для перепродажи китайского товара. Платить налог с суммы выплаты, а не с суммы реализации. Забыть про фиксированные взносы ИП и не отложить на них деньги. Выбрать УСН «Доходы минус расходы» и закупаться без документов.

Пошагово: регистрация

Определите, будете ли вы продавать своё изделие или перепродавать товар.

Если своё изделие и доход до 2,4 млн # в год — оформите самозанятость в «Моём налоге».

Если перепродажа — зарегистрируйте ИП (ОКВЭД 47.91), сразу подайте уведомление о переходе на УСН (можно вместе с регистрацией или в течение 30 дней после).

Откройте расчётный счёт.

Получите электронную подпись, если планируете работать с маркировкой или ЭДО (для ИП её бесплатно выдаёт ФНС).

Зарегистрируйтесь в кабинете продавца на выбранной площадке и пройдите проверку.

Чек-лист:

- ☐ Я понимаю, могу ли я быть самозанятым с моим товаром.
- ☐ Выбран режим налогообложения и подано уведомление об УСН.
- ☐ Открыт расчётный счёт.
- ☐ Я знаю сумму фиксированных взносов на этот год и сроки их уплаты.
- ☐ Я понимаю, что налог считается с цены реализации, а не с выплаты.

Глава 3. Выбор ниши и товара

Выбор товара определяет 70% успеха. Хорошую карточку и рекламу можно доделать потом. Плохой товар не спасёт ничто.

Какой товар подходит новичку

Хороший первый товар:

-

Недорогой в закупке

— 100–500 # за штуку. Ошибка обойдётся дёшево.

-

Небольшой и лёгкий.

Логистика и хранение на маркетплейсе зависят от объёма.

Маленький товар дешевле возить и хранить.

-

Не хрупкий.

Меньше брака при доставке.

-

Без размеров и цветов

или с минимумом вариантов. Одежда с размерной сеткой

— сложный старт.

-

Без обязательной маркировки и сложной сертификации

на старте. Проще войти.

-

С понятным постоянным спросом

, а не сезонным пиком на две недели.

-

С ценой продажи, которая позволяет заработать
— обычно в 3–5 раз выше закупки для недорогих товаров.

Почему так много, вы увидите в главе 6.

Чего избегать новичку:

- электроника (сложная сертификация, высокий процент брака и возвратов);
- косметика, БАДы, детское питание (строгие документы, ответственность за здоровье);
- товары для детей до 3 лет (строгие требования безопасности);
- крупногабаритные товары (дорогая логистика);
- брендовые вещи и копии брендов (нарушение прав на товарный знак, блокировка);
- товары, где на первой странице поиска стоят карточки с десятками тысяч отзывов.

Шаг 1. Составьте длинный список идей

Выпишите 20–30 идей товаров. Откуда брать:

- Свой опыт и хобби. Что вы покупаете сами и чего вам не хватало?
 - Категории маркетплейса. Пройдитесь по разделам «Дом», «Хобби», «Спорт», «Сад», «Автотовары», «Зоотовары». Смотрите на подкатегории третьего-четвёртого уровня — там конкуренция обычно ниже.
 - Отзывы в чужих карточках. Покупатели пишут, чего им не хватает: «хотелось бы покрупнее», «жаль, нет крышки».
 - Оптовые сайты и рынки — что там в ассортименте.
- На этом этапе не оценивайте. Просто пишите список.

Шаг 2. Проверьте спрос бесплатными инструментами

Для каждой идеи сделайте быструю проверку. Нужен ответ на вопрос: ищут ли люди этот товар и сколько?

Поисковые подсказки маркетплейса. Начните вводить название товара в строку поиска на Wildberries и Ozon. Подсказки показывают реальные частые запросы. Если по вашему товару подсказок много и они разные («органайзер для ящика стола», «органайзер для ящика кухонный», «органайзер для ящика с крышкой») — спрос есть. Если подсказок нет — либо товар не ищут, либо его называют по-другому.

Аналитика в кабинете продавца. У обеих площадок в кабинете продавца есть разделы с популярными поисковыми запросами и их частотой. Часть данных может быть доступна только в платной подписке — для первой проверки хватает бесплатной части. Названия разделов меняются, ищите в меню «Аналитика».

Яндекс Вордстат (wordstat.yandex.ru). Бесплатно показывает, сколько раз в месяц запрос вводили в Яндексе. Это не маркетплейс, но порядок цифр и сезонность видно хорошо. Смотрите вкладку с динамикой по месяцам: есть ли резкие пики (сезонность) или спрос ровный.

Количество карточек в выдаче. Введите основной за-

прос и посмотрите, сколько товаров найдено. Само по себе число мало что говорит. Важнее, кто стоит на первых местах (см. шаг 3).

Есть платные сервисы аналитики маркетплейсов. Они дают оценку продаж конкурентов. На старте можно обойтись без них или взять пробный период. Помните: их цифры — это оценки, а не точные данные.

Шаг 3. Проанализируйте конкурентов по отзывам

Отзывы — бесплатный способ примерно оценить продажи конкурентов. Логика простая: отзыв оставляет только небольшая часть покупателей. Доля зависит от категории, обычно это единицы процентов. Значит, по числу отзывов можно грубо оценить порядок продаж.

Что делать:

Откройте первые 20–30 карточек по главному запросу.

Выпишите в таблицу: цену, рейтинг, число отзывов, дату первого отзыва (примерный возраст карточки), количество фото, есть ли видео.

Посчитайте, сколько отзывов карточка набирает в месяц. Для этого отсортируйте отзывы по дате и посмотрите, сколько их появилось за последние 30 дней.

Пример расчёта. У конкурента за последние 30 дней появилось 60 отзывов. Допустим, отзыв оставляет примерно 5% покупателей. Тогда продаж за месяц около $60 \div 0,05 = 1\,200$ штук, то есть примерно 40 в день. Это грубая оценка, точность — «в разы», но для сравнения ниш хватает.

Что считать хорошим сигналом:

- В топ-30 есть несколько карточек с небольшим числом отзывов (до 200–500), которые при этом регулярно получают новые. Значит, новичок может пробиться.

- Карточки в топе выглядят средне: мало фото, нет инфографики, слабые описания. Вы можете сделать лучше.
 - Цены у конкурентов дают запас для вашей наценки.
- Плохие сигналы:
- Весь топ занят карточками с десятками тысяч отзывов и рейтингом 4,8+.
 - Идёт ценовая война: цены почти равны закупочной.
 - Рейтинг почти у всех низкий (4,0 и ниже) — возможно, товар сам по себе вызывает недовольство.

Шаг 4. Читайте плохие отзывы

Откройте 3–5 самых продаваемых карточек и прочитайте отзывы с оценкой 1–3 звезды. Выпишите повторяющиеся жалобы. Например:

- «пришёл с трещиной» — нужна более плотная упаковка;
- «размер меньше, чем на фото» — нужно чётко указать размеры на инфографике;
- «запах пластика» — нужен поставщик с другим материалом;
- «нет инструкции» — положите простую инструкцию.

Каждая такая жалоба — ваше конкурентное преимущество, если вы её решите. И это ещё и готовые тезисы для инфографики.

Шаг 5. Отберите 3–5 кандидатов и оцените по таблице

Поставьте каждому кандидату баллы от 1 до 5:

Критерий

Органайзер для ящика

Подставка для телефона

Чехол для ключей

Спрос (подсказки, частота)

4

5

3

Конкуренция (можно пробиться)

4

2

4

Габариты и вес

4

5

5

Простота документов

5

4

5

Запас по цене (закупка × 3–5)

4

3

3

Стабильность спроса (не сезон)

5

5

4

Итого

26

24

24

Цифры в таблице — пример заполнения. Ваши оценки будут другими. Таблица помогает не влюбиться в одну идею и сравнить варианты честно.

Далее по каждому из 2–3 лидеров сделайте предварительный расчёт юнит-экономики (глава 6). Только после этого ищите поставщика и заказывайте образцы.

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.