

# : Analiza dropshipping poslovnog modela

---

**Basara, Marko**

**Undergraduate thesis / Završni rad**

**2023**

*Degree Grantor / Ustanova koja je dodijelila akademski / stručni stupanj:* **The University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić / Veleučilište s pravom javnosti Baltazar Zaprešić**

*Permanent link / Trajna poveznica:* <https://um.nsk.hr/um:nbn:hr:129:901932>

*Rights / Prava:* [In copyright](#)/[Zaštićeno autorskim pravom.](#)

*Download date / Datum preuzimanja:* **2025-02-07**

*Repository / Repozitorij:*

[Digital Repository of the University of Applied Sciences Baltazar Zaprešić - The aim of Digital Repository is to collect and publish diploma works, dissertations, scientific and professional publications](#)



**VELEUČILIŠTE**  
**s pravom javnosti**  
**BALTAZAR ZAPREŠIĆ**  
**Zaprešić**

**Preddiplomski stručni studij**  
**Poslovna ekonomija i financije**

**MARKO BASARA**

**ANALIZA DROPSHIPPING POSLOVNOG MODELA**

**PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD**

**Zaprešić, 2022. godine**

**VELEUČILIŠTE  
s pravom javnosti  
BALTAZAR ZAPREŠIĆ  
Zaprešić**

**Preddiplomski stručni studij  
Poslovanje i upravljanje**

**Usmjerenje: Poslovna ekonomija i financije**

**PREDDIPLOMSKI ZAVRŠNI RAD**

**ANALIZA DROPSHIPPING POSLOVNOG MODELA**

**Mentor:**

**Krešimir Jurina, struc. spec. ing. techn. inf. i stru. spec. oec.**

**Student:**

**Marko Basara**

**Naziv kolegija:**

**Informacijski sustavi**

**JMBAG studenta:**

**0234050119**

## **TABLICA SADRŽAJA:**

|                                                                               |    |
|-------------------------------------------------------------------------------|----|
| 1. SAŽETAK .....                                                              | 1  |
| ABSTRACT .....                                                                | 2  |
| 2. UVOD.....                                                                  | 3  |
| 3. POJMOVI U DROPSHIPPING POSLOVNOM MODELU.....                               | 5  |
| 3.1. Sudionici potrebni za uspostavo dropshipping poslovnog modela .....      | 6  |
| 3.2. Proizvođač proizvoda .....                                               | 6  |
| 3.3. Prodavač na veliko (dobavljač).....                                      | 6  |
| 3.4. Krajnji kupci .....                                                      | 6  |
| 4. POVIJEST DROPSHIPPING POSLOVNOG MODELA .....                               | 8  |
| 4.1. Elektronička razmjena podataka (EDI) .....                               | 8  |
| 4.1.2. Prekretnice u internetskoj trgovini.....                               | 8  |
| 4.2. Eksplozija internet trgovine .....                                       | 9  |
| 4.3. Povijest internetske trgovine nakon 2010. godine .....                   | 10 |
| 5. POKRETANJE, PREDNOSTI I MANE DROPSHIPPING POSLOVNOG MODELA. 11             |    |
| 5.1. Odabir niše .....                                                        | 11 |
| 5.2. Odabir i izrada marke .....                                              | 12 |
| 5.3. Odabir proizvoda za dropshipping poslovanje.....                         | 13 |
| 5.4. Postavljanje proizvoda na tržište.....                                   | 13 |
| 5.4.1. Analiza dobavljača.....                                                | 13 |
| 5.5. Prednosti i nedostaci u dropshipping poslovnom modelu .....              | 14 |
| 5.5.1. Troškovi dropshipping poslovnog modela.....                            | 14 |
| 5.5.2. Izbor proizvoda za dropshipping poslovni model .....                   | 15 |
| 5.5.3. Lokacija u postavljanju dropshipping poslovnog modela.....             | 15 |
| 5.5.4. Nedostaci u dropshipping poslovnom modelu .....                        | 15 |
| 6. PLATFORME ZA POSTAVLJANJE I OGLAŠAVANJE DROPSHIPPING POSLOVNOG MODELA..... | 17 |
| 6.1. Platforma Shopify.....                                                   | 18 |
| 6.1.1. Izrada internetske trgovine na platformi Shopify .....                 | 19 |
| 6.1.2. Postavljanje internetske trgovine na Shopify platformi.....            | 19 |
| 6.2. Platforma BigCommerce .....                                              | 20 |
| 6.3. Platforma WooCommerce .....                                              | 20 |
| 6.4. Platforma Magento .....                                                  | 21 |

|                                                                          |    |
|--------------------------------------------------------------------------|----|
| 6.5. Društvene mreže u dropshipping poslovnom modelu .....               | 21 |
| 6.5.1. Korištenje društvene mreže Facebook u svrhu oglašavanja .....     | 22 |
| 6.5.2. Vrste facebook droshipping-a .....                                | 23 |
| 6.5.3. Korištenje društvene mreže Instagram u svrhu oglašavanja .....    | 23 |
| 7. NAJUSPJEŠNI DROPSHIPPING POSLOVNI MODELI.....                         | 25 |
| 7.1. Najbogatiji dropshipperi svih vremena i njihov poslovni model ..... | 25 |
| 7.2. Najuspješnije niše u dropshipping poslovnom modelu .....            | 26 |
| 8. ZAKLJUČAK .....                                                       | 29 |
| 9. IZJAVA .....                                                          | 30 |
| 10. LITERATURA.....                                                      | 31 |

## 1. SAŽETAK

Internet trgovina u modernom dobu susreće se s svakodnevnim velikim rastom svake godine. Kupovina korištenjem interneta je jedan od najbržih, najjednostavnijih i najjeftinijih oblika obavljanja kupovine u moderno doba. Uz pomoć moderne tehnologije svaka osoba može voditi internetsku trgovinu bez zahtjevanja velikog znanja i ulaganja. Dropshipping poslovni model ispunjuje narudžbe krajnjih kupaca u kojem dropshipper ne treba koristiti skladište, narudžbu šalje dobavljaču s kojim je sklopljen dogovor i dobavljač šalje proizvod/proizvode ili usluge direktno krajnjim kupcima. Zahvaljujući raznim dostupnim mogućnostima pokretanje dropshipping poslovnog modela i otvaranje internetske trgovine je vrlo jednostavan i brz proces, bez potrebe za velikim ulaganjima prilikom pokretanja procesa. Kako bi dropshipping poslovni model bio uspješan potrebno je znati sve bitne elemente za povećanje uspjeha u poslovanju. U dropshipping poslovnom modelu dropshipper bira proizvode koje želi prodavati, odabir proizvoda jedan je od najvažnijih elemenata za uspješno poslovanje. Nakon odabranih proizvoda za prodaju koristeći jednu od platformi za postavljanje trgovine, npr. najpopularnija platforma Shopify koja nudi mogućnost izrade internetske trgovine na vrlo jednostavan i brz način. Dropshipper može postaviti svoje proizvode na prodaju u internetsku trgovinu po većoj cijeni od cijene koju plaća dobavljačima. Razlika cijena po kojima dropshipper prodaje svoje proizvode i cijena dobavljača s uključenom cijenom poštarine je zarada. Nakon izrade internetske stranice dropshipper ima mogućnost postavljanja oglasa na platformama poput društvenih mreža Facebook i Instagram. Uz pomoć oglašavanja dropshipper potencijalno povećava broj zainteresiranih kupaca. Danas postoji preko 26 milijuna internet trgovina u svijetu i dalje postoji puno slobodnog prostora u internetskoj trgovini.

**Ključne riječi: dropshipping poslovni model, dropshipper, internetska trgovina, platforma Shopify**

## **ABSTRACT**

Online commerce in the modern age is meeting with daily growth every year. Shopping using the internet is one of the fastest, easiest and cheapest forms of shopping in modern time. With the help of modern technology, any person can run an online store without requiring great knowledge and big investments. Dropshipping business model fulfills doesn't need to use the warehouse, sends the order to the supplier with whom the agreement was concluded and the supplier sends the product/products or services directly to the end customers. Thanks to the various available options, starting a dropshipping business model and opening an online store is very simple and fast process, without the need for large investment when starting process. In order for the dropshipping business model to be successful, it is necessary to know all the essential elements to increase success in business. After selecting products for sale using one of the platforms for setting up a store, e.g. the most popular platform Shopify, which offers the ability to create an online store in a very simple and fast way. Dropshipper can place chosen products for sale in an online store at a higher price than the price he pays to suppliers. The difference in the prices at which dropshipper sells its products and the price of suppliers with the postage price included is profit. After creating a website, dropshipper has the ability to place ads on platforms such as social networks Facebook and Instagram. With the help of advertising dropshipper potentially increases the number of interested buyers. Today there are over 26 million online stores in the world and there is still a lot of free space in the online store.

**Key words: dropshipping business model, dropshipper, online store, Shopify platform**

## 2. UVOD

Predmet ovog rada je provesti istraživanje dropshipping poslovnog modela, objasniti njegovu ulogu, te detaljno proučiti način poslovanja koristeći dropshipping poslovni model. Dropshipping je vrsta direktne prodaje u kojoj vlasnik internetske trgovine prodaje proizvod direktno sa zaliha dobavljača krajnjim kupcima koristeći internetsku trgovinu, koju dropshipper može kreirati na jednoj od platformi za pokretanje internetskih trgovina.

Glavni cilj ovog rada je proučiti i istražiti sve potrebne elemente koje dropshipper treba koristiti kod pokretanja dropshipping poslovnog modela. Dropshipper predstavlja svoj proizvod u što boljem svjetlu u svrhu privlačenja krajnjih kupaca koristeći oglašavanje preko interneta. Proučavanje i analiziranje svih potrebnih elemenata u dropshipping poslovnom modelu omogućava dropshipper-u povećanje opsega prodaje, privlačenjem novih kupaca i veću zaradu. Dropshipping poslovni model može pokrenuti svaka osoba bez potrebe za velikim ulaganjem i na vrlo jednostavan način.

Dropshipping je poslovni model koji se prvi put pojavljuje pojavom AliExpress-a i ostalih internetskih trgovina još od 2006. godine. Izrada poslovnog modela je ključna za stvaranje dropshipping poslovnog modela. U dropshipping poslovnom modelu potrebno je predvidjeti početne troškove, odabrati nišu koja ima ciljano tržište, odrediti marketinšku strategiju, napraviti analizu tržišta, proučiti konkurenciju, itd. Svi navedeni elementi navedeni su u radu i objašnjeni su postupci kako bi dropshipper mogao povećati šansu za uspješno vođenje dropshipping poslovnog modela. Napredovanjem tehnologije iz dana u dan internetske trgovine postaju sve popularnije i broj kupaca koji koriste internetsku trgovinu raste velikom brzinom. Jedna od najvećih prednosti u korištenju dropshipping poslovnog modela su smanjeni troškovi. Razlika dropshipping poslovanja i tradicionalne trgovine je u tome što u dropshipping-u skladište nije potrebno, dobavljači isporučuju proizvod krajnjim kupcima. <sup>1</sup>Prema istraživanjima do 2040. godine 95% kupnji će biti preko internetskih trgovina. Korištenjem najpopularnije i najkorištenije platforme Shopify pokretanje dropshipping poslovnog modela nije težak proces i potrebna su mala ulaganja za uspješno pokretanje internetske trgovine. U dropshipping poslovnom modelu veliku važnost igra oglašavanje, potrebna su ulaganja u oglašavanja, povećanjem ulaganja u oglašavanje prodaja proizvoda, usluga se povećava.

Dropshipper ima u cilju pronaći dobre i pouzdane dobavljače u svrhu uspostave poslovnog procesa, dogovoriti se s njima kako bi postavio njihove proizvode na internetsku trgovinu korištenjem platforme Shopify, po većim cijenama. Što se više proizvoda/usluga proda, veća je dropshipperova zarada. Potreban je dobar odabir proizvoda koji će biti zanimljivi kupcima, provjeriti konkurenciju. Dostupan je veliki slobodan prostor za internetke trgovce, svatko može postati dropshipper i pokrenuti vlastiti dropshipping poslovni model, bez velikog napora i komplikacija. Za pokretanje dropshipping poslovnog modela

---

<sup>1</sup> <https://www.oberlo.com/statistics>



potrebno je imati stolno ili prijenosno računalo i stabilnu internetsku vezu. Dropshipperova zarada nalazi se u razlikama cijena koju dropshipper plaća dobavljačima i cijena koju kupac plaća dropshipperu. U dropshipping poslovnom modelu, dropshipper ima mogućnost odabira bilo kojih proizvoda ili usluga dostupnih na internetu, uz prethodan dogovor s dobavljačima. Nakon odabranih proizvoda ili usluga i dogovora s dobavljačem dropshipper postavlja proizvode ili usluge na svoju internetsku trgovinu po većim cijenama od cijena koje plaća dobavljačima.

### 3. POJMOVI U DROPSHIPPING POSLOVNOM MODELU

Kako bi se razumjela svrha dropshipping poslovnog modela potrebno je definirati osnovne pojmove.

<sup>2</sup>Prodaja u kojoj vlasnik internetske trgovine prodaje proizvod koji ne posjeduje, već ga direktno prodaje sa zaliha dobavljača koji posjeduje određeni proizvod, taj se postupak naziva dropshipping. Dropshipping je poslovni model internetske trgovine u kojem trgovine, skladišta, maloprodajni inventar, tradicionalni maloprodajni aranžman nisu potrebni. Izbjegavanje skladišta, maloprodajnog inventara i ostalih elemenata kod standardne trgovine smanjuje troškove u dropshipping-u.

Kako bi izrada dropshipping poslovnog modela bila uspješna maloprodajna tvrtka prodaje raspoložive proizvode, prima narudžbe od kupaca, te nakon toga maloprodajna tvrtka prenosi narudžbu trećoj strani odnosno dobavljaču s dostupnim određenim proizvodom. Dobavljač nakon toga kupljeni proizvod isporučuje kupcu. Dropshipping model je model koji omogućuje prodaju proizvoda koji se ne trebaju dodirnuti, skladištiti ili slati. Sve navedene usluge dropshippinga obavlja dobavljač.

Razlike standardnih internetskih trgovina i dropshipping poslovnog modela su u tome što kod klasičnih internetskih trgovina proizvodi se uglavnom nalaze fizički u skladištu trgovca koji ih prodaje i isporučuje kupcima, u dropshipping poslovnom modelu skladište ne postoji. Internetske trgovine u usporedbi s dropshipping poslovnim modelom imaju znatno veće troškove isporuke proizvoda, kod dropshipping poslovnog modela troškovi puno manji. Dropshipping je doživio veliki porast popularnosti jer pojednostavljuje proces prodaje proizvoda i isporuka preko interneta. Dropshipping dovodi do pojave rasta internetskog tržišta. <sup>3</sup>Trenutno oko 27% internetskih trgovina koristi dropshipping model što pokazuje da je dropshipping model itekako isplativ i uspješan model poslovanja.

Jedan od ključnih elemenata u dropshipping poslovnom modelu je platforma za postavljanje internetske trgovine, najkorištenija i najjednostavnija je platforma <sup>4</sup>Shopify. Shopify je online platforma koja služi za online prodaju preko koje se mogu prodavati proizvodi. Nakon toga dropshipper traži dobavljače proizvoda koje želi postaviti na internet trgovinu. Dobavljače uglavnom može potražiti na jednoj od globalnih servisa za online prodaju kao što su: eBay, Aliexpress ili Alibaba. Mane u dropshipping poslovnom modelu postoje u trenucima kada kupac nije zadovoljan odgovornost je na dropshipper-u zato je potrebna kvalitetna korisnička podrška koja mora biti na raspolaganju krajnjim kupcima, u svrhu rješavanja nastalih problema. Bez obzira je li greška s dropshipperove strane ili sa strane dobavljača odgovornost preuzima dropshipper. Kada je riječ o povratu robe može se

---

<sup>2</sup> Qayum A., i Gaid A., (2020) How to Start Dropshipping in 2020 (12)

<sup>3</sup> <https://appscenic.com/dropshipping-and-ecommerce-key-statistics/>

<sup>4</sup> <https://www.shopify.com/>

krajnjem kupcu vratiti novac, kontaktirati dobavljača kako bi se nastala greška pokušala izbjeći u budućnosti.

### 3.1. Sudionici potrebni za uspostavu dropshipping poslovnog modela

Za pokretanje dropshipping poslovnog modela potrebno je biti upoznat sa sudionicima u procesu trgovine. U dropshipping poslovnom procesu potrebni sudionici za uspostavu dropshipping poslovnog modela su: proizvođač proizvoda, prodavač na veliko (dobavljača), prodavač proizvoda (dropshippera) i krajnjeg kupca.

### 3.2. Proizvođač proizvoda

<sup>56</sup>Proizvodnja u ekonomiji proces izrade ili proizvodnje dobara i proizvoda od potrebnih materijala. U procesu proizvodnje uzimaju se inputi koji se koriste za stvaranje outputa prikladnih za potrošnju. Proizvođači se bave isključivo proizvodnjom, nije im prioritet direktno prodavati proizvode kupcima, već isključivo rade na poboljšanjima na kvaliteti stvaranja gotovih proizvoda za prodaju. Prilikom pokretanja dropshipping poslovnog modela vrlo je važan odabir dobrog i pouzdanog proizvođača proizvoda, kvalitetu proizvođača proizvoda određuju recenzije prijašnjih kupaca.

Proizvođači izrađuju proizvode koje koje dropshipper može prodavati na internetskoj trgovini. Proizvođači proizvoda sudjeluju s prodavačima na veliko koji brinu o tome da proizvodi napreduju u prodaji.

### 3.3. Prodavač na veliko (dobavljač)

Prodavači na veliko povezuju proizvođače i preprodavače proizvoda. Njihova ponuda se često može pronaći na velikim internetskim trgovinama poput eBay-a i AliExpress-a koje se koriste u svrhu povećanja prodajnih kanala. Prodavači na veliko naručuju velike količine proizvoda od proizvođača. Kupnjom veće količine proizvoda osigurava im manju cijenu proizvoda po komadu što donosi veću maržu, tj. profit. Prodavači na veliko surađuju s više prodavača kojima prodaju velike količine proizvoda. Kod dropshipping poslovnog modela veoma je važno izabrati dobrog i pouzdanog dobavljača, jer posao dropshipping-a najviše ovisi o dobavljačima. Kod odabira pouzdanog dobavljača, dropshipper može vidjeti ocjene prethodnih kupaca kod odabranog dobavljača, pa po tome može vidjeti pouzdanost i kvalitetu dobavljača.

### 3.4. Krajnji kupci

Kupac je jedan od najbitnijih sudionika u cijelom procesu trgovine, bez kupca cijeli poslovni proces ne bi bio moguć. Kupac izrađuje svoju narudžbu u dropshipping internetskoj trgovini,

---

<sup>5</sup> Stanford J., (2008) Economics for Everyone (65)

<sup>6</sup> Anderson R., (2020) E-commerce Business (149)

nakon čega dropshipper obrađuje narudžbu kako bi proizvodi stigli kupcu u dogovorenom vremenskom periodu. U većini slučajeva krajnji kupci nisu svjesni da se njihova narudžba obrađuje, isporučuje i dostavlja. Kupce najčešće ne zanima na koji je način naručena roba isporučena, već im je bitno da naručeni proizvodi budu visoke kvalitete i da su proizvodi isporučeni u dogovorenom roku isporuke. Kupci ne istražuju previše, već ako im cijena i uvjeti kupnje odgovaraju najčešće kupuju proizvod. Dropshipper-u je u cilju kupce uvjeriti da kupuju proizvode u njegovoj internetskoj trgovini, te mu je u cilju pružiti što kvalitetniju uslugu kako bi povećao zadovoljstvo kupaca. Kvalitetnijom uslugom povećava se povjerenje i zadovoljstvo kupca što povećava šansu ponavljanja kupnje na dropshipperovoj internetskoj trgovini, te zadovoljni kupac može preporučiti internetsku trgovinu ostalim potencijalnim kupcima. Jedan od ciljeva dropshipper-a je povećanje broja zadovoljnih krajnjih kupaca. Povećanje broja krajnjih kupaca povećava ukupni profit dropshipper-a.



Slika 1 dropshipping poslovni model

Izvor: (<https://www.feedough.com/dropshipping-business-model-how-to-start-a-dropshipping-business/>)

## 4. POVIJEST DROPSHIPPING POSLOVNOG MODELA

<sup>7</sup>Posljednjih godina svijetom vlada eksplozija internetskih trgovina, uz pomoć usluga koje su trenutno dostupne jednostavno je pokretanje dropshipping poslovnog modela i postoji mogućnost prodaje bez potrebe za skladištenjem zaliha. Trenutno postoje EDI tehnički standardi koji olakšavaju transakcije strankama.

### 4.1. Elektronička razmjena podataka (EDI)

<sup>8</sup>EDI sustav nudi mogućnost elektroničke razmjene podataka i dokumenata između poslovnih partnera. Njegov glavni cilj je kroz integriranu razmjenu podataka omogućiti najvišu moguću razinu automatizacije cijelog procesa nabave. Tvrtke više nisu imale potrebu koristiti e-mailove, faks ili dopise kako bi poslale informacije o potrebnim fakturama i narudžbama. Korištenjem EDI sustava dobavljač automatski šalje obavijest o isporuci tražene robe te dostavlja fakturu automatsku kada roba napusti skladište. EDI sustav šalje automatsku obavijest skladištu da krene sa pripremom isporuke naručenih proizvoda, te nakon toga klijent dobiva obavijest da se njegova narudžba obrađuje te da je proces isporuke u tijeku. Sve to je omogućeno bez potrebne papirologije. Elektronička razmjena podataka često se spominje kao početak internetske trgovine (1960.), ona je tvrtkama omogućavala razmjenu elektroničkih informacija koje su se prenosile tradicionalnim načinima na papiru, računima ili poput narudžbenica. Trenutno postoje takozvani EDI tehnički standardi koji olakšavaju ovu transakciju strankama.

#### 4.1.2. Prekretnice u internetskoj trgovini

Najvažniji događaji koji zbog kojih internetska trgovina raste iz dana u dan su: 1979. godine kada je Michael Aldrich započeo je koncept Teleshoppinga, koji se sastoji od moderniziranog koncepta kataloške prodaje putem televizije koja 1980-ih. Korisnicima nudi mogućnost da vide proizvode, te su zainteresirani kupci imali mogućnost kupiti proizvode putem telefona korištenjem kreditnih kartica. Jedna od važnih prekretnica vezanih za internetsku trgovinu je 1982. godine u doba kada je France Telecom izumio Minitel, najuspješnija internetska usluga u svijetu prije dolaska World Wide Weba (WWW) koji se pojavio 1987. godine. Također iste te godine tvrtka Swreg stvara prvi račun internet prodavatelja s kojim dropshipperi imaju mogućnost prodaje u potpunosti putem interneta. 1989. godine tvrtka Peapod pružala je mogućnost kupovine namirnica putem kućnog računala, direktno s njihove stranice.

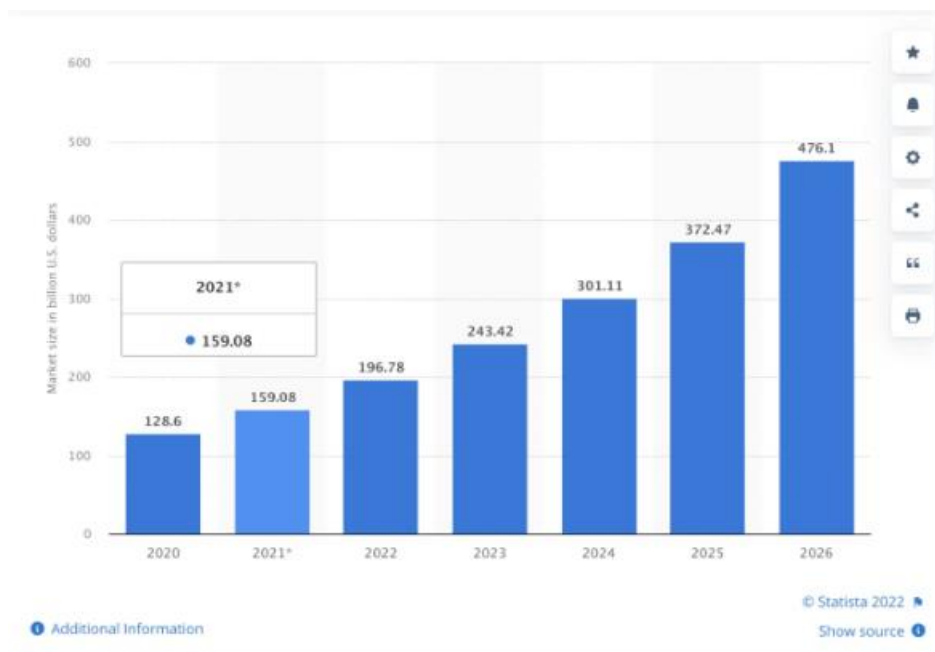
Devedesete godine su vrijeme velikih promjena za internetsku trgovinu jer dolazi do pojava velikih tvrtki te velike modifikacije koje stvaraju temelje svega što je danas moguće. Neke od najvećih prekretnica su 1991. kada je NSF (nacionalna zaklada za znanost) odlučila

---

<sup>7</sup> <https://hr.ciwanekurd.net/4439-history-of-ecommerce-from-the-origins-to-dropshippin.html>

<sup>8</sup> <https://www.editel.hr/sto-je-edi/>

ukinuti ograničenja koja su pala na internetsku trgovinu. 1994. godine pojavljuju se prve usluge plaćanja treće strane koje obrađuju prodaju izvršenu plaćenu putem kreditnih kartica.<sup>9</sup> 1995. godine pojavljuju se dvije najvažnije tvrtke u digitalnom svijetu: Amazon i eBay. Pojavom Amazona i eBaya e-trgovina doživljava ogroman porast. Iste godine tvrtka Verisign razvija prve digitalne ID-ove. 1998. godine prvi put se pojavljuju tri glavne i najvažnije prekretnice za internetsku trgovinu a to su: Google, PayPal i Yahoo trgovina. Pojavom te 3 sile internetska trgovina napreduje velikom brzinom.



Slika 2 rast popularnosti u dropshipping-u

(izvor: <https://appscenic.com/dropshipping-and-ecommerce-key-statistics/>)

## 4.2. Eksplozija internet trgovine

Ulaskom u 21. stoljeće internetska trgovina doživljava najveću eksploziju. Najveći događaji koji su uzrokovali ogroman porast internetske trgovine su 2001. godine kada amazon pokreće vlastitu mobilnu internetsku trgovinu, 2002. godine eBay postaje vlasnik stranice PayPal za 1.5 milijardu američkih dolara, 2003. godine Apple je pokrenuo internetsku trgovinu iTunes. 2004. godine tvrtke koje su koristile kreditne kartice kreirale su standarde zaštite podataka (PCI). 2005. godine prvi put se pojavljuje Web 2.0., što omogućava internetskim stranicama da budu kvalitetnije. Presthashop je osnovan 2007.godine , oni su vodeća svjetska tvrtka za internet trgovinu softverom, 2008. godine prvi put pojavljuje se Magento, platforma za izradu internetske trgovine. Pojavom platforme Magento dropshipping postaje popularniji i povećava broj internetskih trgovina koje koriste dropshipping poslovni model, 2001. godine Amazon.com pokreće mobilnu internetsku trgovinu., Uz pomoć navedenih informacija kroz povijest internet trgovina doživljava ogroman porast, koji raste iz dana u dan.

<sup>9</sup> Qayum A., i Gaid A., (2020) How to Start Dropshipping in 2020 (92)

#### 4.3. Povijest internetske trgovine nakon 2010. godine

Od 2010. godine počinje se pojavljivati Web 3.0, s vodećim društvenim mrežama i velikim brojem internetskih stranica koje bilo kojem korisniku zahvaljujući tvrtkama koje nude besplatan softver. Uz Web 3.0, pojavljuje se platforma <sup>10</sup>Shopify. Pojavom Shopify platforme koja omogućuje izradu internetske trgovine bez potrebe za znanjem programiranja, što je najvažnije, platforma Shopify omogućuje dropshipperima skladištenje zaliha koristeći dropshipping poslovni model. Platforma Shopify je jedna od najvećih prekretnica u dropshipping poslovnom modelu, dolazi do velikog povećanja internetske trgovine. Shopify omogućuje vrlo jednostavno korištenje, svatko može započeti svoj dropshipping poslovni model bez velikog ulaganja.

Nakon kratkog pregleda povijesti drophipping-a, u današnje doba, gdje postoji već više od 26 milijuna internetskih trgovina, a milijuni ljudi koriste internet trgovinu svaki dan, te izvršavaju transakcije na njima. Broj internetkih kupaca raste iz dana u dan velikom brzinom.

---

<sup>10</sup> <https://www.shopify.com/>

## 5. POKRETANJE, PREDNOSTI I MANE DROPSHIPPING POSLOVNOG MODELA

Prilikom pokretanja internetske trgovine u dropshipping poslovnom modelu sa svrhom ostvarivanja prihoda, potrebno je da odabrana marka koju dropshipper izgradi dosegne najvišu razinu koju može postići. Potrebno je izabrati nišu, marku, platformu preko koje postoji mogućnost prodaje proizvoda preko interneta, postaviti proizvode na tržište i započeti prodaju dropshipping poslovanjem. Razlike između dropshipping poslovnog modela i tradicionalne trgovine je najveća u tome što u dropshipping poslovnom modelu ne postoji skladište, proizvodi se naručuju od treće strane i dostavljaju se krajnjim kupcima. Kod tradicionalnog modela trgovine postoje puno veći troškovi. Dropshipping poslovni model omogućava smanjenje troškova za razliku od tradicionalne trgovine. Dropshipping poslovni model je vrlo prikladan poslovni model za sve koji žele ući u područje internetske trgovine, ali nemaju dovoljno sredstava za kupnju, pohranu i prodaju proizvoda kupcima na internetu, u dropshipping poslovnom modelu dropshipper ima ulogu posrednika između krajnjih kupaca i trgovaca.

### 5.1. Odabir niše

<sup>1112</sup>Prilikom pokretanja dropshipping poslovnog modela, prvo je potrebno izabrati proizvode koje dropshipper namjerava prodavati. Potrebno je izabrati tržišnu nišu koja će biti zanimljiva krajnjim kupcima. Tržišna niša u ekonomiji je mali segment na tržištu koji ima zajedničke karakteristike, dijele slične potrebe i sklonosti. Niša je izraz koji se koristi u marketingu kako bi se odredila vrsta specijaliziranog tržišta na koje se usmjerava strategija marketinškog miksa: proizvod, distribucija, cijena i promicija. Prva stvar na koju dropshipper treba obratiti pažnju je odabir niše za dropshipping poslovni model. Razvijanje niše za poslovanje pruža mogućnost da se dođe do određenog tržišta proizvodima koje dropshipper prodaje i pomaže mu u izgradnji baze krajnjih kupaca. U biranju niše dropshipper treba prethodno napraviti istraživanje o određenoj niši s kojom želi započeti proces pokretanja dropshipping poslovnog modela. Potrebno je odlučiti za koje proizvode bi krajnji kupci mogli biti zainteresirani, koje probleme određeni proizvodi mogu riješiti, dropshipper treba razmišljati kao krajnji kupac kako bi znao što je krajnjim kupcima potrebno.

Nakon što dropshipper odluči koju nišu želi koristiti potrebno je pronaći dobavljače za određene proizvode. Na internetu se nalazi velik broj dostupnih internetskih dobavljača, svaki od tih dobavljača ima svoje prednosti i mane. Dropshipper treba pronaći dobavljača koji najviše odgovara njegovim potrebama kako bi uspješnije vodio poslovanje u dropshipping poslovnom modelu. Potrebno je temeljito pretražiti internetske stranice da proizvodi i način usluge koje proizvođači budu prikladni zahtjevima krajnjih kupaca. Kada dropshipper

---

<sup>11</sup> Hawk J., (2016) Dropshipping: Six-Figure Dropshipping Blueprint (19)

<sup>12</sup> Qayum A., i Gaid A., (2020) How to Start Dropshipping in 2020 (41)



odluči kojeg dobavljača smatra najboljim po cijenama, uvjetima prodaje i brzini dostave, dogovaraju uvjete poslovanja. Dogovor s dobavljačem o budućoj suradnji uz obostranu korist.

<sup>13</sup>Google Trends pruža mogućnost provjere niša koje su u trendovima, nudi mogućnost provjere stabilnosti niša po određenim lokacijama u svijetu. Odabirom niše može se započeti postupak pokretanja dropshipping poslovanja. Prilikom upoznavanja ideja za odabir niše kod dropshippinga, potrebno je provjeriti konkurenciju u izabranoj niši. Prilikom istraživanja drugih internetskih trgovina koje već postoje u odabranoj niši, moguće je dobiti informacije o ciljanim kupcima, određenim proizvodima i dobavljačima u određenoj niši. Kod odabira niše bitno je vidjeti zasićenost na tržištu, te informacije dobivaju se proučavanjem konkurencije. Internet stranice nude mogućnost provjere stanja konkurencije i zasićenosti određenih niša na određenim lokacijama. U svrhu povećanja prodaje i zarade, kod odabira određene niše dropshipper provjerava dostupnost određenih niša na lokacijama gdje pokreće dropshipping poslovni model.

## 5.2. Odabir i izrada marke

<sup>14</sup>Nakon izabrane niše, dropshipper-ov posao je izrada marke proizvoda. Marka definira poslovanje. Marka mora biti upečatljiva i prepoznatljiva krajnjim kupcima na tržištu, kako bi potencijalni krajnji kupci lakše prepoznali proizvode ili usluge na tržištu. Prije odabira marke potrebno je istražiti ciljano tržište i konkurenciju na tržištu. Nakon toga dropshipper bira ime tvrtke i poslovnog modela. Kada je sve navedeno napravljeno određuje se slogan tvrtke i odabir izgleda marke koja predstavlja tvrtku. Nakon izrade marke dropshipper svoju robnu marku primjenjuje na cijeloj tvrtki. Odabir robne marke predstavlja tvrtku. Biranje robne marke predstavlja potencijalnim kupcima tvrtku, kako bi kupci razlikovali dropshipperov-u tvrtku od ostalih. Robna marka postavlja definiciju i svrhu dropshipperovog poslovanja. Potrebno je ulagati u kvalitetu i prepoznatljivost marke. Stvaranje kvalitetne i prepoznatljive marke ostavlja kupcima pozitivnu sliku o poduzeću.

Odabir marke je jedna od najvažnijih stavki svakog poslovnog projekta, efikasnost kvalitetne strategije marke omogućuje prednost nad konkurencijom. Kako bi dropshipper izgradio uspješnu marku potrebno je upoznati što prodaje i kome prodaje, potrebno je izabrati ciljano tržište. Poruka marke predstavlja zajednicu i potiče kreativnost. Ako kupac vidi nešto što mu se sviđa, te vidi poznatu marku, postoji mogućnost da će donjeti odluku kupnje odmah zbog prijašnjeg dobrog iskustva, a vjerojatnost da će tražiti određeni proizvod na stranicama poput Aliexpressa ili amazona je vrlo niska, ako kupcu prethodno prije kupnje nije ponuđen proizvod na nekoj od internetskih trgovina po jeftinijoj cijeni.

---

<sup>13</sup> <https://trends.google.com/trends>

<sup>14</sup> Nahai N., (2012) Website Branding For Small Businesses

### 5.3. Odabir proizvoda za dropshipping poslovanje

Kod pokretanja dropshipping poslovnog modela dropshipper mora odabrati proizvode koje postaviti na internetsku trgovinu. Kod odabira proizvoda koje planira postaviti na tržište može koristiti stranice poput eBaya, AliExpressa, AliBabe, itd. Potrebno je odlučiti koje proizvode planira prodavati. Nakon toga na navedenim stranicama dropshipper ima mogućnost pronalaska dobavljača s izabranim proizvodima. Po ocjenama dobavljača dropshipper može procijeniti kvalitetu dobavljača i zadovoljstvo prethodnih kupaca. Pronalaženje proizvoda za prodaju na internetskoj trgovini može biti iznimno težak proces. Ključno je da na internetsku trgovinu dropshipper postavi proizvode koji će zainteresirati kupce i koji se mogu prodavati kako bi poslovni model bio uspješan.

### 5.4. Postavljanje proizvoda na tržište

Kod biranja cijena proizvoda, dropshipperi ciljaju na zaradu oko ~30% profita na svakom proizvodu. Marža dropshippera može biti i veća ovisno o proizvodu i dobavljaču s kojima posluje. Posljednji korak je stvaranje internetske stranice na koju dropshipper postavlja svoje proizvode. Koristeći izrađenu internetsku trgovinu krajnji kupci mogu vidjeti proizvode koje prodaje, te imaju mogućnost kupnje proizvoda koji su im potrebni. Izrada internetske stranice današnjih dana nije komplicirana, te nije potrebno veliko prethodno znanje.<sup>15</sup> Izrađena internetska stranica trebala bi imati podatke „About Us“- podaci o nama, „FAQ Page“ to kupcima nudi odgovore na glavna pitanja i savjete, „Contact Us“ -nudi kupcima mogućnost direktnog kontakta dropshippera, ako kupac ima bilo kakvo pitanje mora imati mogućnost kontaktiranja kako bi dobio odgovor na sva potrebna pitanja, kvalitetna usluga prema kupcu povećava zadovoljstvo kupca, „Shipping, refunds and returns“ – dropshipper vraća novac, ako proizvod ima bilo kakvu grešku ili ako se paket izgubi na putu do kupca. Kada dropshipper izabere nišu, ima napravljenu marku i nakon što je pronašao i postavio proizvode na svoju internetsku trgovinu pokreće svoj dropshipping poslovni model.

#### 5.4.1. Analiza dobavljača

Analiziranjem dobavljača dobiva se procjena izvora opskrbe proizvoda na temelju kriterija za izbor dobavljača, potrebno je voditi brigu o velikom broju faktora kako bi izabrali dobre dobavljače za prodaju proizvoda.

<sup>16</sup>Trenutno postoji velik broj kineskih jeftinih veleprodaja. Svaka od tih internetskih stranica ima ponuđen velik broj proizvoda koji se ponekad naplaćuju 3 ili 4 puta manje od istih tih proizvoda na području Eurpoe. Zbog činjenice da ne postoji posrednik između kupca i ponuđenih proizvoda. Proizvodi dolaze direktno iz tvornica, veletrgovac između kupca i onih koji žele uzeti maržu kako bi zaradili ne postoji. Aliexpress nudi najviše kolekcija proizvoda, te pomoću aplikacije Oberlo nudi besplatan dohvat proizvoda, kod ostalih veleprodajnih

<sup>15</sup> <https://www.shopify.com/how-to-start-dropshipping>

<sup>16</sup> <https://www.aliexpress.com/>

stranica potrebno je pojedinačno programiranje ili plaćanje pretplata na aplikacije. Aliexpress isporučuje proizvode iz Kine, imaju besplatnu dostavu širom svijeta, te nemaju minimalnu količinu narudžbe. Vrijeme isporuka dobavljača je sporo (potrebno je čekato između dva tjedna i mjesec dana kako bi svoju narudžbu primili u poštanski sandučić. Postoje komplikacije kod povrata proizvoda jer vrijeme povrata traje dugo, a postoje i kineske internetske stranice koje traže da se plati naknada za svaki povrat. Postoji velik broj veleprodajnih tvrtki koje plasiraju svoje proizvode na stranicama poput Aliexpressa, eBaya, itd., što znači da postoji puno tvrtki koje prodaju sličan, ako ne i identičan proizvod. Najvažnije je istražiti originalan izvor proizvoda kako bi profit bio povećan, jer unutar Aliexpressa postoje i drugi prodavači koji identične proizvode prodaju po većim cijenama. Ako radimo kolekciju proizvoda, potrebno je pronaći kvalitetan dizajn proizvoda, kvalitetu i veličinu proizvoda koji se mogu vidjeti u ocjenama prethodnih kupaca za svaki pojedini proizvod. U osnovi ne treba imati kontakt s dobavljačem već se sve automatizira putem platforme Shopify na izrađenoj internetskoj stranici. Dropshipper proizvod premješta na Shopify stranicu, gdje kao admin može vidjeti koliko određenih proizvoda ima u zalihama, te može vidjeti okvirno vrijeme potrebno za dostavu proizvoda. Kasnije se s razrađenim planom i kretanjem dropshipperovog brenda potrebno je proučiti dobavljače, stvarati zalike, te ih dizajnirati u proizvode koje postavlja na internetsku trgovinu.

#### 5.5. Prednosti i nedostaci u dropshipping poslovnom modelu

U dropshipping poslovnom modelu postoje mnoge prednosti i mane. Za uspješno poslovanje potrebno je istražiti prednosti i mane u poslovnom modelu u svrhu izbjegavanja neočekivanih situacija. Usporedbom tradicionalnog načina trgovine i dropshipping poslovnog modela dolazimo do prednosti i mana dropshipping poslovnog modela.

##### 5.5.1. Troškovi dropshipping poslovnog modela

Budući da nema potrebe za kupnjom inventara ili upravljanja skladištem, troškovi su puno niži u usporedbi s tradicionalnom trgovinom. Uspješne tvrtke koje koriste direktnu prodaju obavljaju svoj posao iz vlastitog kućnog ureda s prijenosnim računalom, te mogu obavljati posao s vrlo niskim početnim kapitalom. Povećanjem poslovanja rasti će i troškovi, ali će i dalje biti puno niži u usporedbi s tradicionalnim načinom trgovine. Dropshipping poslovni model ne zahtjeva velika ulaganja, te su troškovi smanjeni zbog mogućnosti koje su dostupne na internetu, za jednostavno i jeftino postavljanje dropshipping poslovnog modela. Kako raste poslovanje u dropshipping poslovnom modelu, poslovni model ne mora se puno mijenjati. Rastom se više ulaže u prodaju i oglašavanje, ali se povećava i prodaja. Jedna od prednosti dropshipping poslovnog modela je to što infrastrukturni troškovi ne rastu naglo, zbog toga možemo više ulagati u marketing.

### 5.5.2. Izbor proizvoda za dropshipping poslovni model

Izbor proizvoda za dropshipping poslovni model ovisi o izboru dropshippera. Najvažnije je proučiti koji proizvodi mogu imati što veći broj potencijalnih kupaca. Dropshipper ima mogućnost izbora proizvoda sa stranica poput AliExpressa, eBaya, itd. Dropshipper pronalazi dobavljače na navedenim stranicama, koje imaju dostupan velik broj ponuda proizvoda. Kod odabira proizvoda za uspješno poslovanje potrebno je odabrati dobru nišu, te nakon odabranih proizvoda uz dogovor s dobavljačima može postavljati proizvode na internetsku trgovinu.

### 5.5.3. Lokacija u postavljanju dropshipping poslovnog modela

Dropshipping poslovni model ne zahtjeva određenu lokaciju, već posao može biti obavljen bilo gdje i bilo kada. Potrebno je posjedovati mobitel, prijenosno ili stolno računalo, te internetsku vezu. Lokacija u dropshipping poslovnom modelu je fleksibilna, te dropshipperi mogu obavljati posao bilo kada i bilo gdje uz dostupnost internetske veze. Fleksibilna lokacija smanjuje troškove s obzirom na tradicionalan način trgovine. Zbog mogućnosti koje nudi dropshipping poslovni model može se jednostavno započeti dropshipping poslovni model, jednostavno upravljati, pratiti i voditi internetsku trgovinu.

### 5.5.4. Nedostaci u dropshipping poslovnom modelu

Jedan od najvećih nedostataka u dropshipping poslovnom modelu je kompleksnost dostave, ako se radi s više dobavljača kako bi se povećao broj proizvoda i zarada na internetskoj trgovini dolazi do problema kada bi kupac kupio proizvode od više različitih dobavljača, dolazi do povećanja cijena poštarina, jer za svaki proizvod potrebno je platiti poštarinu, te dolazi do povećanja troškova dostave. Također u takvim situacijama dolazi i do problema što se onda povećava i vrijeme dostave, što može stvarati nepovjerenje kod kupaca.

Niska marža može biti jedan od najvećih nedostataka za rad u vrlo konkurentnoj niši direktne prodaje. Dropshipping poslovni model je lako i jednostavno započeti, a troškovi su minimalni, te dolazi velik broj trgovaca koji kreiraju svoje internet trgovine i prodaju artikle po najnižim mogućim cijenama, kako bi privukli što više kupaca. Kako bi se povećali prihodi potrebno je istražiti tržište i iznimno je bitan odabir dobrih proizvoda s velikim potencijalom prodaje. Oni koji ulože male početne kapitale zadovoljavaju se s niskom maržom, ali s vremenom posao raste više tako se i marža povećava u drugim segmentima. Trgovci s jeftinim cijenama često imaju internetske stranice niske kvalitete, te vjerojatno ne postoji korisnička podrška, no to kupce ne zaustavlja da uspoređuju cijene drugih i naše internetske trgovine.

Kod dropshipping poslovnog modela ne postoji kontrola nad određenim segmentima kao što su skladištenja, praćenja zaliha, ispunjavanja i isporuka narudžbi. Dropshipping poslovni model ne nudi mogućnost praćenja i provjere proizvoda, te kako će njihova marka

biti prezentirana tijekom procesa isporuke i ispunjenja jer je dobavljač taj koji se bavi isporukom proizvoda. Ovo je jedan od glavnih razloga zašto je iznimno važan odabir pravog i kvalitetnog dobavljača. Još jedan od problema u dropshipping poslovnom modelu je u procesu ne postoji potpuna kontrola kada dobavljač napravi pogrešku i isporući pogrešku narudžbu, a to dovodi do problema s kupcima, te je potrebna služba za korisnike.

## **6. PLATFORME ZA POSTAVLJANJE I OGLAŠAVANJE DROPSHIPPING POSLOVNOG MODELA**

Kako bi dropshipper izradio vlastitu internetsku trgovinu potrebno je izabrati jednu od platformi za postavljanje dropshipping poslovnog modela. Kako bi to bilo moguće prvo je potrebno izabrati platformu koja omogućuje izradu internetske trgovine, izabrati ciljano tržište, odrediti koje proizvode dropshipper planira postaviti na internetsku trgovinu, potrebno je dizajnirati trgovinu, postaviti uvjete plaćanja, odrediti poslovni plan, napraviti pripremu za pokretanje internetske trgovine koristeći jednu od platformi i na samom kraju pokrenuti internet trgovinu, u cilju ostvarivanja profita. Za uspješno vođenje dropshipping internetske trgovine korisno je znati najpopularnije platforme. Trenutno od ukupne svjetske internetske trgovine: 29% koristi WooCommerce, 19% koristi Shopify, 8% koristi Magento, te ostalih 44% koristi ostale platforme. U ovoj statistici gleda se samo 1,000,000 najuspješnijih stranica na internetu. Iako se tradicionalna trgovina i dropshipping razlikuju koriste iste platforme za poslovanje. Kod pokretanja dropshipping poslovnog modela potrebno je odabrati najbolju platformu, a odabir najbolje platforme ima glavnu ulogu za uspjeh u dropshipping poslovnom modelu. Temeljni alati koji su potrebni kod izbora najbolje platforme za dropshipping poslovni model: idealna platforma za dropshipping trebala bi biti što jednostavnija za korištenje i uporabu za kupce i za prodavače, internet stranica trebala bi biti uredno postavljena i kategorizirana proizvodima koje dropshipper prodaje, sporo vrijeme učitavanja podataka može utjecati na poslovanje kod generiranja većeg prometa. To može negativno utjecati na poslovanje i postoji mogućnost odustajanja kupaca od kupnje proizvoda. Marketing u dropshipping poslovnom modelu igra važnu ulogu, potrebno je izgraditi snažnu marku kako bi se vodilo uspješno poslovanje, potrebno je izabrati dobre marketinške alate kojima se postiže veća prodaja.

U većini slučajeva u dropshipping poslovnom modelu potrebno je odabrati platformu koja nudi kvalitetnu korisničku podršku. Uz kvalitetnu korisničku podršku izgradnja internetske stranice nije komplicirana. Dropshipping platforme mogu se podijeliti na hostirane platforme i platforme otvorenog koda. Platforme otvorenog koda omogućuju uređivanje i pregledavanje izvornog koda što znači da korisnik ima pristup izvornom kodu. Uz pomoć toga na tim platformama dropshipperi imaju mogućnost prilagodbe dizajna na internetskoj stranici, te može stvoriti jedinstvenu trgovinu. Jedan od glavnih razloga zašto su platforme otvorenog koda popularne je taj što korisnici nisu vezani za jednog dobavljača softvera, već ga mogu promijeniti ako internetska trgovina raste. Primjeri platformi otvorenog koda su <sup>17</sup>WooCommerce, Jomla i Magento, OpenCart.

Hostirane platforme su suprotne od platformi otvorenog koda, hostirane platforme omogućuju lako postavljanje i upravljanje internetskom trgovinom za koju nije potrebno znanje programiranja. Hosted platforma kao usluga je model licenciranja i isporuke softvera u kojem se softver licencira na osnovi pretplate koja se koristi. To je softver koji se ne treba

---

<sup>17</sup> <https://dropshippinghelps.com/open-source-dropshipping-software-recommended-by-users/>

instalirati na pojedinačna računala, već u obliku oblaka koja je hostirana od treće strane dropshipper može postavljati svoje proizvode. Mana hostiranih platformi je ta što su korisnici ograničeni u mogućnostima uređivanja i izrade promjena izvornog koda softvera, te dodavanje više značajki ovisi samo o programerima i dodacima trećih strana. Najpoznatije hostirane platforme su platforme Shopify i BigCommerce.

## 6.1. Platforma Shopify

<sup>18</sup>Shopify je kanadska tvrtka koja nudi mogućnost izrade internetske trgovine. Shopify je stranica koja omogućuje izradu vlastite internetske trgovine. Shopify su 2004. osnovali Tobias Lutke, Daniel Weinand i Scott Lake. 2022. godine (26.09.2022.) <sup>19</sup>Shopify na svojoj platformi ima više od 4.000.000 web trgovina aktivnih trenutno, od kojih je više od 2,500,000 iz SAD-a, otprilike oko 66% od ukupnog broja internetskih trgovina na Shopify-u. Što je velika razlika s obzirom na količinu internetskih trgovina, na primjer u 2019. godini Shopify je imao oko 1.000.000 aktivnih web trgovina.

Popularnost dropshipping metode trgovine raste velikom brzinom. Shopify je softver zasnovan na pretplati koji omogućuje svim svojim korisnicima da uspostave internetsku trgovinu i prodaju svoje proizvode. Platforma Shopify je trgovačka platforma nudi jednosavan način za brzo pokretanje posla i početak prodaje proizvoda svojim kupcima, bez obzira gdje se oni nalazili. Spotify sadrži hosting, web domenu, mogućnost plaćanja itd., te svatko može u kratkom vremenu stvoriti svoju web trgovinu. Ova platforma idealna je za prodavače koji se bave dropshippingom, jer sadrži sve potrebne dodatke koje ih spajaju sa velikim web trgovinama. Koristeći Shopify, trgovci mogu izgraditi i prodavati neovisno o lokaciji na kojoj se nalaze, potrebna im je internetska veza, prijenosno ili stolno računalo, također možemo voditi trgovinu uz pomoć mobitela. Platforma Shopify omogućava fleksibilnost poslovanja s bilo kojeg mjesta s dostupnom internetskom vezom. Shopify omogućuje da svoju ideju pretvorimo u posao i pokrenemo prodaju. Uz pomoć alata koje omogućava platforma Shopify poput predložaka za izgled internetske trgovine, razne alate za prodaju na više mjesta online i osobno, mogućnost integrirane obrade plaćanja, naplatu s najboljom konverzijom na internetu, te mnoge razne mogućnosti, mogućnost pokretanja prodaje izabраниh proizvoda.

Platforma Shopify nudi mogućnost pretplate na dodatne alate koji omogućuju razne opcije za pomoć pri povećanju prodaje proizvoda na tržištu. Shopify aplikacija ima pristup tisućama aplikacija koje su izradili programeri trećih strana za prilagodbu naše trgovine. Za sve što se može zamisliti kako bi se poboljšala internetska trgovina postoji izrađena aplikacija da se to ostvari. Postoje najsuvremeniji alati za razvoj poslovanja u App Storeu. Shopify ima mogućnost pomoći stručnjaka koji izrađuju rješenja za naše poslovanje, te su u mogućnosti pomoći u bilo kakvom problemu. Shopify podržava kompletnu zajednicu internetske trgovine, također koristi ga veliki broj poduzetnika, trgovaca, programera i ostalih partnera. Poduzetnici i trgovci diljem svijeta povezuju se i inoviraju svoje poslovanje, korišten je u

---

<sup>18</sup> <https://www.shopify.com/start-online-store>

<sup>19</sup> <https://www.demandsage.com/shopify-statistics/>

više od 175 zemalja. Shopify omogućuje pretvoriti ideju, san, viziju u stvarno trgovačko iskustvo. Uz pomoć Shopify platforme dropshipper može izraditi internetsku trgovinu, bez potrebe za velikim znanjem o programiranju.

#### 6.1.1. Izrada internetske trgovine na platformi Shopify

Platforma Shopify nudi jednostavan i brz način za pokretanje internet trgovine s minimalnim troškovima. Korisnici platforme Shopify su zadovoljni jer je stranica uredna i sve je moguće namjestiti po vlastitom izboru. Prilikom izrade internet trgovine na Shopify platformi prvo se bira ime trgovine. Koristeći korisni alat za biranje imena trgovine za pomoć može se koristiti „Obertlo Buiseness Name Generator“. Nudi mogućnost postavljanja jedne ili više riječi vezanih za internetsko poslovanje, alat nakon toga nudi velik broj preporučenih imena koja dropshipper može postaviti na internet trgovinu. Potrebno je napraviti račun na Shopify platformi.

Na internetskoj stranici Shopify.com može se koristiti besplatno probno razdoblje, izabrati lozinku, ime poslovanja i napraviti internet trgovinu. Shopify platforma jedna je od najjednostavnijih i najpoznatijih stranica za postavljanje internet trgovina. Shopify uključuje ugrađene marketinške alate koji smanjuju troškove prilikom pokretanja poduzeća, omogućuje dodavanje naslova, jedinstvenih stranica, opisa, također omogućuje optimizaciju internet trgovine na temelju svih preferencija. Platformu Shopify koristi najveći broj dropshippera, te većina njih preporučuje izradu internet trgovine na platformi Shopify.

#### 6.1.2. Postavljanje internetske trgovine na Shopify platformi

Kako bi dropshipper pokrenuo internet trgovinu prvo mora izabrati ime poduzeća. Potrebno je otvoriti Shopify korisnički račun, dodati proizvode koje želi postaviti na internetsku trgovinu, postaviti plaćanja, postaviti blagajnu trgovine, postaviti cijene dostave i poreze. Nakon toga dropshipper pokreće stranicu, postavlja internet trgovinu i uređuje je po vlastitom izboru. Kada pokrene stranicu, prvo može promjeniti temu stranice, postoji desetak tema besplatnih za upotrebu, uz dodatno plaćanje alata na platformi Shopify dobiva pristup puno većem broju tema. Svaka od tih tema ima prednosti i mane, potrebno je izabrati temu koja najviše odgovara krajnjim kupcima, te proizvodima koji se nalaze na internetskoj trgovini. Korištenje Shopify platforme je vrlo jednostavno, bez potrebnog znanja za programiranjem može se pokrenuti internetska trgovina.

Platforma Shopify dopušta 14 dana besplatnog korištenja, kako bi bilo tko mogao testirati stranicu. Kada istekne 14 dana trgovina se zatvara te za nastavak poslovanja potrebno je odabrati financijski plan za daljne korištenje. Kupnjom financijskih planova koji se cjenovno kreću od 30 pa sve do 200 dolara mjesečno mogu se koristiti funkcije prodaje neograničenih proizvoda, neograničenu pohranu podataka na mreži, dobiva se pristup mrežnim kanale prodaje, omogućeni su posebni kodovi za popust, vidljivost računa osoblja, pregled financijskih izvješća, nadzornu ploču i korisničku podršku. Nakon što se aktivira



plan, prije nego što krenemo s prodajom moramo odabrati način plaćanja koji će se koristiti nainternetskoj trgovini. Jedna od najjednostavnijih i najkorištenijih opcija plaćanja je Paypal.

## 6.2. Platforma BigCommerce

<sup>20</sup>BigCommerce je jedna od najpopularnijih stranica za izradu internet trgovine, omogućava dropshipperima da izrade, pokrene i upravlja internetskom trgovinom, čak i ako nema dovoljno iskustva s tehničkim znanjem. BigCommerce je platforma koja pruža kvalitetanu tehničku podršku koja vodi kroz izradu internet trgovine, te pokretanje trgovine nije teško jer tehnička podrška vodi na svakom koraku kako bi lakše napravili svoju internetsku trgovinu. BigCommerce je platforma koja posjeduje velik broj platformi za internetsku trgovinu. Trenutno platformu koristi ~45,000 od čega je oko ~37,000 smješteno u SAD-u. Pomoću BigCommerce platforme omogućena je prodaja na više kanala kao što su: Facebook, Instagram ili Pinterest a lako se povezuje sa Facebookom, Googleom, eBayem i sl. Poznat je po jednostavnim načinu košitenja i pruža mogućnost kako bi brzo postavili e-trgovinu, te nije potrebno plaćati naknade za transakcije. Nudi mogućnost raznolikog spektra mogućnosti: sustav za slanje newslettera, kupone, obračun poreza, sustav za praćenje statistike prodaje i još mnogo toga. Razlika platforme BigCommerce-a i platforme Shopify je u tome što

BigCommerce nudi velik broj značajki. BigCommerce ima više značajki koje su manje zahtjevne. S pristupačnim početnim planom koji je prepun značajki, BigCommerce je dobra opcija za početak dropshipping poslovnog modela i za mala poduzeća. Shopify je najbolji za veće tvrtke, ali BigCommerce je bolji za vrlo velike trgovine koje koriste samo internetsku trgovinu. Shopify i BigCommerce platforme nude prilagođena, snažna rješenja, ali BigCommerce je opremljen za veći rast višekanalnog rasta. Za male trgovine s godišnjom prodajom ispod 50 000 američkih dolara najbolje je koristiti standardni plan. Standardni plan dolazi s bogatim brojem značajki, kao što su neograničeni proizvodi, pohrana računa i datoteka osoblja, propustnost, te ne moramo plaćati transakcijske naknade.

## 6.3. Platforma WooCommerce

<sup>21</sup>WooCommerce je besplatni WordPress dodatak koji dodaje funkcionalnost internetske trgovine na WordPress web mjesto i čini ga internetskom trgovinom. WooCommerce se razlikuje od ostalih platformi po tome što korisnici trebaju imati napravljenu web stranicu kako bi koristili ovu platformu, a web stranica mora biti izrađena pomoću WordPressa. Ova je platforma trenutno najpopularnija u industriji, trenutno je koristi više od 5.000.000 aktivnih trgovina. WooCommerce je platforma otvorenog koda, a to znači da je potpuno jednostavna i prilagodljiva, pogotovo onima koji imaju prethodnog iskustva s WordPressom. WooCommerce može odbiti kove korisnike, ako nemaju određeno znanje i iskustvo web programera.

---

<sup>20</sup> <https://avada.io/bigcommerce/docs/what-is-bigcommerce.html>

<sup>21</sup> <https://woocommerce.com/>

#### 6.4. Platforma Magento

<sup>22</sup>Magento je jedna od najpopularnijih platformi za izradu internetskih trgovina u cijelom svijetu, skoro svaka treća online trgovina izgrađena je na Magento platformi. U usporedbi s ostalim platformama Magento ima najraznovrsniju strukturu po pitanju korištenih jezika, različitih proizvoda, i država u kojima se ti proizvodi prodaju. Magento je platforma otvorenog koda koja je stvorena 2007. godine, a trenutno je platforma pod vlasništvom eBay-a od 2011. godine. Magento platforma razvijena je za upravljanje i izradu internetskih trgovina, također se jednom od najkvalitetnijih i najboljih platformi za upravljanje internetskom trgovinom. Magento platforma ima 2 izdanja a to su: Magento zajednica (Magento Open Source) i Magento Commerce. Magento Open Source je besplatan i dostupan svima, zato manja poduzeća koriste Magento Open Source.

Magento Commerce je plaćena verzija s velikom brojem mogućnosti uz kvalitetnu korisničku podršku, te ga uglavnom koriste srednja i velika poduzeća. Magento je platforma s velikim brojem različitih opcija, ali nije namjenjena za početnike. Kako bi je korisnici mogli uspješno koristiti potrebno je dobro prethodno tehnološko znanje ili treba imati zaposlene tehničke stručnjake koji će raditi na internetskoj stranici. Magento nudi raznovrsne opcije poput kontrole nad izgledom internetske trgovine, mogućnost kreiranja različitih vrsta proizvoda, mogućnost pronalaženja i prikazivanja proizvoda po kategorijama, velik broj alata za marketing, promociju i povećanje konverzija, razne potavke za koje nude mogućnost optimizacije tražilice, mogućnost postavljanja i upravljanja s više internetskih trgovina istovremeno, te mnoge druge opcije.

#### 6.5. Društvene mreže u dropshipping poslovnom modelu

Društvene mreže u dropshipping poslovnom modelu igraju veliku ulogu. Kako bi se uspješno povećavala prodaja potrebna je kvalitetna promocija proizvoda ili usluga koji se prodaju na jednoj od platformi. Budžet koji se odredi za promociju za male poslovne pothvate uglavnom je veoma ograničen. <sup>23</sup>Društvene mreže su internetske platforme u kojima se povezuju grupe pojedinaca sa zajedničkim ciljem. Postoji više različitih tipova društvenih mreža od blogova, zajednica društvenih sadržaja do platformi za društvene igre. Ako se bavite proizvodnom ili uslužnom djelatnošću vas će interesirati samo one na kojima možete prezentirati svoj brand, proizvod i/ili uslugu. Oglašavanje je jedan od najvažnijih načina komuniciranja s kupcima. Marketing je oduvijek bio najvažnije oruđe u borbi s konkurencijom u svrhu privlačenja i zadržavanja krajnjih kupaca. Oglašavanjem dropshipper prezentira i prodaje proizvode i usluge krajnjim kupcima.

Ciljevi oglašavanja u dropshipping poslovnom modelu su poticanje kupaca na isprobavanje dropshipperovih proizvoda, te je potrebno tražiti što više novih kupaca u svrhu povećanja zarade. Promoviranjem kupci imaju mogućnost istraživanja dropshipperov-e

---

<sup>22</sup> <https://business.adobe.com/products/magento/magento-commerce.html>

<sup>23</sup> <https://www.wordstream.com/social-media-marketing>

internetske trgovine. Potrebno je zadovoljiti potrebe kupaca, kako bi ih potencijalno ponovili kupnju na istom mjestu. Na internetu trenutno postoji velik broj društvenih mreža, svaka od njih ima posebne karakteristike po kojima se ističu. Dropshipperu je važno prepoznati važnost društvenih mreža kako bi ostvarili ciljeve u prodaji.

#### 6.5.1. Korištenje društvene mreže Facebook u svrhu oglašavanja

<sup>24</sup>Društvena mreža Facebook je globalna društvena mreža koja je prva postigla milijardu registriranih korisnika i trenutno ima 2,9 milijardi aktivnih korisnika mjesečno. Facebook je najveća društvena mreža s 36.9% svjetske populacije. Facebook ima mogućnost praćenja stranica koje se posjećuju korisnici, što se prati i što se komentira, te Facebook po tome prolazi potencijalne kupce. Pomoću tih informacija društvena mreža Facebook postavlja reklame koje bi potencijalne kupce mogle zanimati. Facebook reklame su vrlo moćan alat kojeg koristi velik broj dropshippera. Reklama mora biti kreativno osmišljena s dropshipperove strane kako bi privuklo korisnicima Facebook-a pažnju i pozornost. Facebook nudi mogućnost oglašavanja proizvoda i usluga uz malu novčanu naknadu. Cijena reklama na Facebooku nema fiksne cijene već korisnik određuje koliko će budžeta uložiti, a rezultat će biti postignut sa bilo kojom svotom novca. Što više novaca dropshipper ulaže na oglašavanje putem Facebook-a, Facebook prikazuje reklamu većem broju korisnika. Što veće ulaganje dropshipper uloži u oglašavanje njegovi proizvodi privlače veći broj potencijalnih kupaca.

<sup>25</sup>Postavljanje reklame na društvenoj mreži Facebook je vrlo jednostavno i efikasno za dropshipping poslovni model. Kreiranje Facebook reklame je vrlo brz postupak, te nudi mogućnost određivanja koliko se često i kojem broju ljudi dropshipperova reklama prikazuje. Facebook je otvorenog tržišta za sve svoje korisnike. Facebook je dodao trgovinu za podršku internetskim trgovinama. Zahvaljujući Facebook trgovini, Facebook se može usporediti sa trgovinama poput eBay, Shopify i ostalima. Facebook trgovina pokazuje proizvode ili usluge ostalim korisnicima. Dropshipping na facebooku koristi se tako da krajnji kupac prvo kupuje proizvod na Facebook trgovini, nakon toga Facebook trgovina šalje narudžbe dropshipper-ovim dobavljačima, te oni šalju proizvode krajnjim kupcima.

Facebook je 2015. godine postao platforma za internetsku trgovinu, veliki broj ljudi ne zna da društvena mreža Facebook može povećati prodaju u velikom broju. Facebook Marketplace još nije prepoznat u potpunosti, postoji još puno slobodnog prostora za trgovce. Facebook trgovina služi za postavljanje proizvoda na prodaju u javnost i primanje novaca. U procesu trgovine korištenjem društvene mreže Facebook dobavljači su odgovorni za pružanje proizvoda, skladištenje, pakiranje i dostave proizvoda krajnjim kupcima. Kupci mogu kupiti proizvode preko Facebook trgovine. Dropshipping na društvenoj mreži Facebook prvo kupuju proizvode koristeći Facebook trgovinu. Vlasnik Facebook trgovine predaje narudžbe svojih kupaca dobavljačima, dobavljač pakira i šalje proizvode kupcima.

---

<sup>24</sup> <https://datareportal.com/essential-facebook-stats>

<sup>25</sup> <https://bestfulfill.com/facebook-dropshipping/>



Slika 3 korištenje dropshippinga preko društvene mreže Facebook

Izvor: <https://bestfulfill.com/facebook-dropshipping/>

### 6.5.2. Vrste facebook dropshipping-a

Društvena mreža Facebook nudi tri različita prodajna kanala koja imaju uvjete za dropshipping oblik poslovanja. Glavna vrsta koja se uglavnom koristi u poslovnom modelu je „Facebook Marketplace“: to je trgovački prostor za korisnike Facebook-a koji služi za izravnu kupnju i prodaju proizvoda i usluga, dropshipperi mogu navesti proizvode i usluge koje prodaju. 2020. godine na tržište dolazi Facebook trgovina koja pruža izlog namijenjen prodavačima na Facebooku i Instagramu. Povezan je sa platformom Shopify i omogućeno je korištenje dropshipping aplikacija.

Facebook trgovine bave se prodajom proizvoda i usluga, trenutno postoji oko 250 milijuna aktivnih trgovina u svijetu. Prema statistici mjesečni broj korisnika koji koriste Facebook trgovinu dolazi do 1 milijarde korisnika, što ga čini jednim od najboljih kanala za internet poslovanje. Dropshipping je potpuno omogućen i dopušten dropshipperima. Facebook nudi i „Facebook Page Shop“ to je značajka koja je namijenjena tvrtkama za internet trgovinu. Dropshipperi mogu prodavati proizvode i usluge koristeći Facebook za proces dropshipping-a.

### 6.5.3. Korištenje društvene mreže Instagram u svrhu oglašavanja

Društvena mreža Instagram je novija društvena mreža za razliku od društvene mreže Facebook, koja je po broju korisnika manja od Facebook-a. Ova društvena mreža nudi mogućnosti da se predstave projekti i uglavnom se koristi tako da se na Instagram profilu objavljuju slike i videouradci koji prezentiraju poduzeće. Na društvenoj mreži Instagram mogu se predstaviti procesi i zaposlenici u drugačijem svijetlu i time kupci dobivaju pozitivna razmišljanja o poduzeću. U opisu postova postoji mogućnost prikazivanja potencijalnim potrošačima koja nudi mogućnost da podijele sadržaj i tako prošire utjecaj. Društvena mreža instagram nudi mogućnosti malih foto ili video oglasa. Kako bi kvalitetno promovirali proizvode na Instagram društvenoj mreži potrebni je izraditi kvalitetne slike i

videouradke, kako bi poslovanje bilo bolje predstavljeno potencijalnim kupcima. Teško je za očekivati da dropshipper ima velik broj pratitelja na Instagram profilu pa dropshipperi moraju plaćati određenu svotu novaca poznatijima na društvenoj mreži kako bi oni reklamirali dropshipperove proizvode. Fiksne cijene na instagramu nema, ona ovisi o broju obožavatelja koje ima navedena osoba i koliko je spremna na oglašavanje konkurencije.

## 7. NAJUSPJEŠNJI DROPSHIPPING POSLOVNI MODELI

Prema istraživanjima stručnjaka samo 10% do 20% početnika koristeći internetsku trgovinu uspijeva postići uspješno poslovanje, ostatak odustaje već nakon godinu dana poslovanja. Unatoč navedenim informacijama, neki su dropshipperi postigli iznimno velike uspjehe u poslovanju. Navesti ćemo njihove uspješne dropshipping poslovne modele i načine kako su uspjeli postići velike zarade koristeći dropshipping poslovni model. Njihovi savjeti i ideje mogu stvoriti ideju kako izgledaju uspješni poslovni modeli.

### 7.1. Najbogatiji dropshipperi svih vremena i njihov poslovni model

<sup>26</sup>Andreas Koenig i Alexandar Pecka su jedni od najuspješnijih dropshippera na svijetu. Na ideju dropshippinga prvi put su došli 2018. godine. Stvorili su svoju prvu internetsku trgovinu na platformi Shopify. Prvi proizvod s kojim su pokrenuli prodaju bio je dozator paste za zube, pokrenuli su svoju internet trgovinu i postavili oglase na društvenoj mreži Facebook. Nakon nekoliko mjeseci proglasili su pothvat promašenim, te su nakon toga stvorili trgovinu s mješovitom robom. Ni taj pothvat im nije bio uspješan, pa su shvatili da koriste pogrešan pristup. Tada su pokrenulo svoj popularni dropshipping posao za kućne ljubimce. Do prosinca 2020. godine prodaja proizvoda za kućne ljubimce donosila im je zaradu od 500,000 američkih dolara mjesečno, a nakon rasta zarađuju ~10,000,000 godišnje. Njihove najveće pogreške su bile odabir niše, u njihovom slučaju konačno su se zadovoljili nišom vezanom za kućne ljubimce, jer je većina vlasnika kućnih ljubimaca emocionalno vezana za njih. Jedan od njihovih savjeta je da je biranje niše jako bitno kako bi vodili uspješno poslovanje. Prvi njihov posao je propao zbog neiskustva s korištenjem oglasa na društvenoj mreži Facebook. Njihov savjet je da treba dobro upoznati marketinške taktike i da ih treba iskoristiti u svom dropshipping poslovanju. Dropshipping je posao kao i svaki drugi, koji od dropshippera zahtijeva puno više od same izrade internetske stranice, potrebno je odvojiti više vremena za vođenje i razvoj poslovanja. Također potrebno je ulagati novac na pravne i marketinške aspekte poslovanja.

Jedan od najuspješnijih dropshippera je Harry Coleman, njegov uspjeh nije došao preko noći, ali trenutno je on jedan od najbogatijih dropshippera svih vremena. Harry Coleman je u 2018. godini ostvario prihod od otprilike 5 milijuna američkih dolara upravljajući istovremeno s tri dropshipping trgovine. Sa ideju dropshippinga prvi put se susreće 2016. godine kada je saznao za način dropshippinga koristeći AliExpress. Otvorio je svoju prvu dropshipping trgovinu na kojoj je prodavao proizvode za nokte. Iako je ovo sjajan nišni proizvod, njegova je trgovina doživjela veliki neuspjeh, uspješno je napravio samo jednu prodaju nakon uloženih 800 američkih dolara. Dva mjeseca kasnije odlučio je započeti

---

<sup>26</sup> <https://bestfulfill.com/who-are-the-richest-dropshippers/>

novu trgovinu s raznovrsnom robom. Nakon otvorene trgovine s raznovrsnom robom, tek je nakon dva mjeseca uspio povećati prodaju na svojoj internet trgovini. Nakon svog uspjeha, ubrzo je otvorio drugu trgovinu mješovitom robom, s kojom je uspješno vodio prodaje koje su prelazile 10000 američkih dolara dnevno. Kako bi uspjeli napredovati u ovoj industriji, samo morate pronaći pravu nišu proizvoda za svoju dropshipping poslovni model.

Cole Turner jedan je od najpoznatijih dropshipper-a, prvi put se susreo s pojmom dropshippinga kada je imao samo 18 godina. Dropshipping ga je doveo do prodaje u iznosu od 2 milijuna američkih dolara u razdoblju od godine dana, koristeći dropshipping poslovni model. To ga trenutno čini jednim od najuspješnijih dropshipper-a. Svoj dropshipping posao započeo je s dropshipping trgovinom na kojoj je prodavao različite proizvode. Eksperimentirajući s različitim proizvodima, pronašao je komad nakita koji je privukao njegove kupce. Nakon toga proširio je svoje oglase putem društvene mreže facebook, dizajnirao je svoju internetku trgovinu. Koristeći navedenu trgovinu zaradio je više od 75.000 američkih dolara prije nego što ju je prodao. U svojoj trećoj internet trgovini napravio je zaradu veću od 2 milijuna američkih dolara koristeći prodaju u jednoj godini. Njegov savjet je da bi uspješno vodili internet trgovinu potrebno je stvoriti jak brand, brand mora biti privlačan kupcima. Koristi društvenu mrežu Facebook za oglašavanje kao glavni prodajni marketinški kanal u svom dropshipping poslovnom modelu. Potrebno je indentificirati dvije različite skupine potrošača koje potencijalno mogu biti zainteresirane za naše proizvode. Nakon toga potrebno je ciljati na te dvije skupine koristeći kvalitetan marketing. Potrebno je saznati koja je grupa oglasa imala najviše uspjeha, kada imamo tu informaciju potrebno je povećati proračun za oglašavanje na mjestima koja imaju najbolje rezultate.

Jedan od najmlađih i najuspješnijih dropshippera svih vremena je Alex Philip koji je sa svojih 15 godina uspio zaraditi 2 milijuna dolara koristeći dropshipping proizvoda s koristeći proizvode koji se prodaju na Alibaba internetskoj trgovini. Za svoj dropshipping poslovni model koristio je platformu Shopify. U početku je prodavao „Pokémon“ igračke s eBay-a i prodavao ih na Amazonu. Nakon nekoliko pritužbi kupaca, njegov račun je zatvoren. Tada je svoj fokus prebacio na drugi dropshipping poslovni model i lansirao svoj brend „The Cool Life“. "Možete pronaći bilo koji artikal na AliExpressu po veleprodajnim cijenama, a isporučitelji mogu uzeti bilo koji od ovih artikala i staviti ih u svoju trgovinu, označiti ih po dobroj cijeni i prodati." Alex Philip. Njegov drugi ključni savjet je da „nije potrebno biti usredotočen samo na zaradu, već treba poboljšavati svoje vještine, konstantno učiti kako učinkovito raditi nove stvari i otkrivati gdje se nalazi prava strast.“ Zaključak toga svega je da je dropshipping poslovni model profitabilan i dan danas, ne garantira brzu zaradu, ali kroz vrijeme i uspješno postavljanje dropshipping poslovnog modela, postoji mogućnost velike zarade. U dropshipping poslovnom modelu potrebno je strpljenje i volja za poboljšanjima poslovanja.

## 7.2. Najuspješnije niše u dropshipping poslovnom modelu

Jedan od ključnih elemenata prilikom pokretanja dropshipping poslovnog modela je odabir niše. Odabir profitabilne niše jedan je od najvažnijih odluka koju je potrebno donijeti

prilikom pokretanja dropshipping poslovanja. Potrebno je usmjeriti fokus na pravu nišu koja će biti viđena od strane potencijalnih kupaca. Uz pravu nišu, potrošnja sredstava na oglašavanje je manja. Niše u dropshipping poslovnom modelu su tržišne niše pogodne za tvrtke koje se oslanjaju na dropshipping poslovni model. Odabir niše može se napraviti s nišom s kojom je dropshipper emocionalno povezan, to mu može pojednostaviti posao. Dropshipperov-a pripadnost niši pruža mu prednosti poznavanja niše. Poznavanje niše može pomoći kod poboljšati prodaju i odnos s ciljanim tržištem. Kod odabira niše potrebno je istražiti potencijalnu nišu, saznati sve potrebne informacije prije pokretanja dropshipping poslovnog modela s izabranom nišom. Prilikom odabira niše mogu se koristiti alati za istraživanje niša poput alata: „Google Trends“ , „ Google Keyword Planner“, „Facebook Audience Insight“ i „Ahrefs“. Najnovije trendove na internetu najlakše je provjeriti korištenjem Google-a. Google je jednostavan za korištenje, te njegov besplatni alat pruža grafove koji pokazuju kako se interesi pretraživanja razvijaju tijekom vremena. To je važno kod odabira niše, jer se mogu vidjeti koliku publiku zanima odabrana niša.

<sup>27</sup>Google omogućuje prilagođavanje postavki kod istraživanja odabranih niša, također nudi mogućnost za pretraživanje niše na „YouTube-u“. U 2022. godini najprofitabilnija niša je odjeća. Danas sve manji broj ljudi posjećuje fizičke trgovine odjećom, internet je pun internetskih trgovina koje prodaju odjeću, čak i klijenti koji nisu koristili internet trgovine, tijekom pandemije započeli su sve više posjećivati internet trgovine, jer im je kupnja od doma jednostavnija. Maloprodajni prihod od internetskih trgovina nastavlja rasti i nema znakova usporavanja. Trenutno oko 59% korisnika interneta kupuje online na tjednoj bazi, a moda je trenutno druga najveća kategorija po potrošnji novaca. Prema statistikama industrija ženske odjeće će rasti za 7,2% od 2021. godine do 2025. godine. To govori da imamo beskonačan broj opcija kod odabira niše za dropshipping poslovni model. Samo kod odabira odjeće možemo imati velik broj kategorija koje možemo koristiti kao npr.: muška odjeća, ženska odjeća, odjeća za djecu, sportska odjeća, šeširi, kape, torbe, obuća po mjeri, itd.

Također jedna od najčešćih odabira kod odabira niše su dijelovi za auto. Primjeri dropshipping proizvoda kod dijelova za auto su: navlake za sjedala, osvježivači zraka, setovi za popravak, navigacija, kamere i senzori za parking. Jedno od često postavljenih pitanja o odabiru dropshipping niše je što je bolje: ići na široku nišu kako bi mogli doseći veći broj kupaca ili se držati određene niše kako biste mogli izgraditi jaču marku. Što su dropshipperi konkurentniji, postoji veća šansa da se napreduje u određenoj tržišnoj niši. Potrebno je uzeti u obzir da odabir specifične tržišne niše ili proizvoda koji nemaju velik broj pretraživanja nije prava poslovna strategija. Činjenica da je dodatna oprema trenutno jedna od najpopularnijih dropshipping niša ne znači da ćete imati profitabilnu trgovinu postavljanjem svih različitih vrsta dodatne opreme, bolje je usavršiti jednu ideju i poboljšavati je. Jedna od vodećih niša trenutno su proizvodi povezani sa zdravljem i ljepotom. Industrija ljepote vrijedila je 483 milijarde dolara u 2020. godini i narasla je na 511 milijardi dolara u 2021. godini, prema google istraživanjima predviđa se rast vrijednost industrije ljepote na 716 milijardi dolara do 2025. godine. Tržište njege je najpopularnije za dropshipping proizvode u navedenom

---

<sup>27</sup> <https://trends.google.com/trends/?geo=HR>



segmentu. Pod nišu proizvoda za zdravlje i njegu postoje proizvodi poput: proizvoda za njegu kože, njegu kose, parfeme, higijenske proizvode itd.

Jedna od vodećih niša kod odabira za dropshipping je industrija vezana za videoigre. Popularnost videoigara i internetskih igara eksponencijalno je narasla i postala je jedna od glavnih niša za dropshipping proizvode. Igrači igara su izvrsno ciljano tržište, najveći razlog je njihova strast prema video igrama. Prilikom odabira niše koja ima strastvene korisnike, prodaja nije teška. Trenutno postoji više od 3 milijarde korisnika video igara. Primjeri proizvoda koje dropshipperi mogu prodavati su: video igre, stolice za igrače, slušalice, miševi, tipkovnice, kontroleri za konzole, konzole, dodatnu opremu, itd. Potrebno je odabrati nišu na koju se dropshipper planira fokusirati kod pokretanja dropshipping poslovnog modela.

## 8. ZAKLJUČAK

Popularnost internetskih trgovina iz godine u godinu raste velikom brzinom. Iz tog razloga postoji veliki slobodan prostor za trgovinu preko interneta. Dropshipping poslovni model je jedan od poslovnih modela u internetskoj trgovini koji može koristiti svaka osoba. Svaka osoba ima mogućnost pokretanja vlastite internetske trgovine koristeći jednu od platformi za postavljanje internetske trgovine. Dropshipper-i biraju platformu za postavljanje internetske trgovine s vrlo malim početnim ulaganjem prilikom pokretanja internetske trgovine. Dropshipper pronalazi proizvode koje želi prodavati na svojoj trgovini, pronalazi ih na stranicama s dostupnim velikim brojem proizvoda na prodaji, poput stranica e-Bay, AliExpress, Amazon, itd. Prilikom odabranih proizvoda i nakon dogovora s dobavljačima, iste te proizvode prodaje po većoj cijeni, dropshipper dobivene narudžbe prosljeđuje dobavljačima koji isporučuju proizvode krajnjim kupcima.

Prednost u dropshipping-u je izbjegavanje plaćanja dodatnih troškova za skladištenje proizvoda, u usporedbi s tradicionalnim načinom trgovine, dropshipping poslovni model je puno jednostavniji i jeftiniji oblik trgovanja. Brz rast i napredak tehnologije omogućuje internetskim trgovinama dobru budućnost, već danas više od četvrtine ukupnog stanovništva koristi internetske trgovine. Dropshipping nudi mogućnost bilo kojeg proizvoda ili usluge, uz dobru kombinaciju proizvoda i dobrog kvalitetnog oglašavanja dropshipper-u može biti dobra zarada.

Cilj ovoga rada bio je analizirati i definirati sve elemente potrebne za pokretanje uspješnog dropshipping poslovnog modela. Velik broj ljudi danas nije upoznat s dropshipping poslovnoim modelom. Dropshipping poslovni model može biti vrlo uspješan uz dobro vođenje i odabir niše koja će zainteresirati krajnje kupce i navesti ih na kupnju proizvoda na dropshipper-ovoj internetskoj trgovini. Razvoj tehnologije u budućnosti nuditi će dropshipper-ima sve više mogućnosti za lakše i jednostavnije vođenje internetske trgovine. Dropshipping poslovni model ne zahtjeva velik rizik i velika ulaganja, a uz uspješno vođenje može se zaraditi dobar profit.

## 9. IZJAVA

Izjava o autorstvu završnog rada i akademskoj čestitosti

Ime i prezime studenta: Marko Basara

Matični broj studenta: 1-085/15/PER

Naslov rada: Analiza dropshipping poslovnog modela

Pod punom odgovornošću potvrđujem da je ovo moj autorski rad čiji niti jedan dio nije nastao kopiranjem ili plagiranjem tuđeg sadržaja. Prilikom izrade rada koristio sam tuđe materijale navedene u popisu literature, ali nisam kopirao niti jedan njihov dio, osim citata za koje sam naveo autora i izvor te ih jasno označio znakovima navodnika. U slučaju da se u bilo kojem trenutku dokaže suprotno, spreman sam snositi sve posljedice uključivo i poništenje javne isprave stečene dijelom i na temelju ovoga rada.

Potvrđujem da je elektronička verzija rada identična onoj tiskanoj te da je to verzija rada koju je odobrio mentor.

Datum

Potpis studenta

---

---

## 10. LITERATURA

### 10.1. Knjige

Qayum A., i Gaid A., (2020) How to Start Dropshipping in 2020

Anderson, R., (2020) E-commerce Business

Stanford J., (2008) Economics for Everyone

Hawk J., (2016) Dropshipping: Six-Figure Dropshipping Blueprint

Nahai N., (2012) Website Branding For Small Businesses

### 10.2. Internetski izvori

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://www.oberlo.com/statistics>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://appscenic.com/dropshipping-and-ecommerce-key-statistics>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://www.shopify.com/>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://hr.ciwane Kurd.net/4439-history-of-ecommerce-from-the-origins-to-dropshippin.html>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://www.shopify.com/start-online-store>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://hr.ciwane Kurd.net/4439-history-of-ecommerce-from-the-origins-to-dropshippin.html>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://www.editel.hr/sto-je-edi/>)

(pristupljeno 01.12. 2022 <https://trends.google.com/trends>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://www.shopify.com/how-to-start-dropshipping>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://www.aliexpress.com/>)

(pristupljeno 01.12.2022., <https://dropshippinghelps.com/open-source-dropshipping-software-recommended-by-users/>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://www.demandsage.com/shopify-statistics/>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://avada.io/bigcommerce/docs/what-is-bigcommerce.html>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://woocommerce.com>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://business.adobe.com/products/magento/magento-commerce.html>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://www.wordstream.com/social-media-marketing>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://bestfulfill.com/facebook-dropshipping>)

(pristupljeno 01.12. 2022., <https://datareportal.com/essential-facebook-stats>)

### 10.3. Popis slika i grafikona

#### Slika 1. dropshipping poslovni model

izvor: <https://www.feedough.com/dropshipping-business-model-how-to-start-a-dropshipping-business/>

#### slika 2 rast popularnosti u dropshipping-u

izvor: <https://appscenic.com/dropshipping-and-ecommerce-key-statistics/>

#### slika 3. kako dropshipping radi na društvenoj mreži facebook

Izvor: <https://bestfulfill.com/facebook-dropshipping/>