

Prethodno priopćenje

VIRTUALNI ŽENSKI PODUZETNIČKI CENTAR – INOVATIVAN PRISTUP U RAZVOJU PODUZETNIŠTVA

dr. sc. Mirjana Nedović, Poslovni odjel, Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru
Županijska 50, 32000 Vukovar, Hrvatska
Telefon: +385 32 492 256, faks: +385 32 444 686, e-mail: mnedovic@vevu.hr

mr. sc. Darija Ivanković, Poslovni odjel, Veleučilište „Lavoslav Ružička“ u Vukovaru
Županijska 50, 32000 Vukovar, Hrvatska
Telefon: +385 32 492 243, faks: +385 32 444 686, e-mail: darija@vevu.hr

Niko Čabarkapa, student, Ekonomski fakultet u Osijeku, diplomski studij Menadžment
Trg Ljudevita Gaja 7, 31000 Osijek, Hrvatska
E-mail: nikocabarkapa@gmail.com

SAŽETAK

Žene poduzetnice koje žele pokrenuti vlastiti posao potrebno je podržati u punom smislu riječi kako bi se njihove ideje realizirale na tržištu. Uspješno svladavanje prepreka na koje nailaze nije jednostavno, a savjeti kako postići svoj cilj poslovanja ponekad dolaze i od koristi koje pruža umrežavanje. Kako se uviđa potreba osiguranja podrške u svim fazama poduzetničkog procesa – od inspiracije za poslovnom idejom, načina financiranja pa sve do realizacije, odnosno prisutnosti na tržištu, u Hrvatskoj je pokrenut prvi Virtualni ženski poduzetnički centar koji je u kratko vrijeme u velikom broju okupio brojne poduzetnice, ali i poduzetnike. U ovom se radu polazi od hipoteze da Virtualni ženski poduzetnički centar predstavlja inovativan pristup u poduzetničkom procesu omogućavajući svim zainteresiranima podršku u smislu besplatnih poduzetničkih edukacija diljem Hrvatske, kao i mogućnost predstavljanja svojih proizvoda i usluga promotivnim kanalom na digitalnoj platformi. Njihova glavna uloga usmjerena je na pružanje stručne i savjetodavne pomoći s ciljem osnaživanja poduzetništva, ali i želja da utječu na zakonodavstvo kako bi se uklanjale prepreke koje priječe razvoj poduzetništva, podrške ženama poduzetnicama, a time i razvoj gospodarstva zemlje. Virtualni ženski poduzetnički centar na adresi www.poduzetnica.hr započeo je s radom prvi dan 2016. godine i u samo pet mjeseci rada u svom registru bilježi 1800 poduzetnica i 43 poduzetnika te predstavlja veliku podršku poduzetnicama ženama, ali i muškarcima koji žele sudjelovati u ovom pokretačkom pothvatu, u smislu tumačenja zakona, prilika i prepreka u poslovanju. Cilj je ovog rada ukazati na ulogu i značaj inovativnog načina razmišljanja u okviru osnaživanja poduzetništva s posebnim naglaskom na žene poduzetnice koje proaktivnim

poduzetničkim djelovanjem mogu osigurati vlastitu egzistenciju, ostvariti svoje poslovne potencijale i pridonijeti razvoju gospodarstva.

Ključne riječi: virtualni ženski poduzetnički centar; poduzetništvo; žene poduzetnici; inovativnost

1. UVOD

Pojam poduzetništva definira se na različite načine te se navodi (Škrtić i Mikić, 2011) da poduzetništvo uključuje sve poduzetnikove djelatnosti usmjerene na ulaganja i kombinaciju potrebnih *inputa*, širenje na nova tržišta, stvaranje novih proizvoda, novih potrošača i novih tehnologija, a također je naglašeno vezano za prijelomna vremena, uvjete neizvjesnosti, krize i promjene u okolini.

U Republici Hrvatskoj mnogo je prepreka s kojima se poduzetništvo suočava, a posebice poduzetništvo mladih, od prepoznavanja poslovne prilike, niskog dinamizma poduzetničke aktivnosti pa sve do ograničavajuće zakonske regulative (Ivanković, Nedović i Đapić, 2015). Upravo radi postojećih poteškoća u realizaciji ideje, Poduzetnički centri imaju ulogu potpore i ohrabivanja poduzetnika, ali i obrazovni karakter i mladih poduzetnica i poduzetnika svih dobnih skupina. Uloga poduzetničkih centara nesaglediva je u smislu pomaganja onima koji se vide u poslovanju kao poduzetnici. Osoba koja se odluči postati poduzetnik morat će imati odgovor, odnosno spoznaju o sljedećem (Kathleen, 1999):

- Kojom se vrstom posla želi baviti?
- Pokrenuti vlastiti posao ili kupiti postojeći?
- S kim će raditi?
- Tko će biti izvor financiranja?
- Kako će pokrenuti poduzeće?
- Koja će biti uloga poduzeća?
- Koliko će vremena moći odvojiti za vlastiti posao?

U pronalaženju najboljih odgovora na temeljna pitanja mogu pomoći Poduzetnički centri. Prema Dulčiću (2006, str. 46), poduzetnik postaje promotor promjena koji (djelovanjem instrumenata svoje poduzetničke strategije i svojom poduzetničkom kulturom, kao izraza svoje osobnosti i identiteta svog poduzeća) pridonosi izmjeni postojeće gospodarske strukture, napretku i razvitku.

Bez inovacija ne postoji napredak u poslovanju, a u smislu stvaranja Poduzetničkog centra koji podupire žene (koje se smatraju podzastupljene u poduzetništvu) i koji nema konkurenciju u okruženju, može se smatrati inovativnim pothvatom.

2. PODUZETNIČKI CENTRI U HRVATSKOJ – POTPORA PODUZETNICIMA

Poduzetnički centri u Republici Hrvatskoj predstavljaju dio poduzetničke infrastrukture s velikom paletom usluga koje nude onima koji su se već odlučili ili tek razmišljaju o pokretanju vlastitog posla. Posebnost ovih Poduzetničkih centara proizlazi iz okvira unutar kojih se zadovoljavaju poduzetničke potrebe. Poduzetnicima su dostupne usluge davanja informacija o mogućnostima ulaska u svijet poduzetništva, dostupna im je pomoć u pripremanju poslovnih planova, konzultantskih usluga,

provođenju projekata, o poticajnim mjerama, o mogućnostima suradnje s lokalnom i područnom samoupravom i dr. Dostupnost valjanih informacija igra značajnu ulogu za daljnje poslovanje. Valjana i pravovremena informacija utječe na tijek poslovanja poduzetnika, kao i na poslovne odluke. Stoga je pružanje informacije ključni dio prilikom donošenja odluke treba li ulaziti u svijet poduzetnika ili ne. U tablici 1. prikazat će se raspoloživi Poduzetnički centri u Republici Hrvatskoj kao potpora poduzetnicama i poduzetnicima po županijama čiji je cilj poticanje poduzetničke aktivnosti u svom okruženju.

Tablica 1. Poduzetnički centri u Republici Hrvatskoj

1.	Poduzetnički centar Samobor d. o. o., Zagrebačka županija
2.	VG Poduzetnički centar d. o. o., Zagrebačka županija
3.	Centar za razvoj poduzetništva Grada Novske, Novska
4.	Ludbreški poduzetnički centar d. o. o. za poslovno savjetovanje, Varaždinska županija
5.	Križevački poduzetnički centar d. o. o., Koprivničko-križevačka županija
6.	Poduzetnički centar Vinodol d. o. o., Primorsko-goranska županija
7.	Poslovni biro PBIRO d. o. o., Primorsko-goranska županija
8.	Poduzetnički centar i inkubator Pakrac, Požeško-slavonska županija
9.	Poduzetnički centar Pleternica d. o. o., Požeško-slavonska županija
10.	Centar za poduzetništvo Osijek, Osječko-baranjska županija
11.	Poduzetničko-razvojni centar Općine Erdut d. o. o., Osječko-baranjska županija, Dalj
12.	Zadruga Poduzetnička mreža - Centar za promicanje i razvitak poduzetništva, Osječko-baranjska županija, Bilje
13.	Miholjački poduzetnički centar d. o. o., Osječko-baranjska županija,
14.	Poduzetnički centar BELI MANASTIR d. o. o. za promicanje i razvoj poduzetništva, Osječko-baranjska županija, B.Manastir
15.	Valpovački poduzetnički centar d. o. o., Osječko-baranjska županija
16.	Poduzetnički centar Sinj d. o. o. za razvoj poduzetništva, Splitsko-dalmatinska županija
17.	Centar za poduzetništvo d. o. o., Dubrovačko-neretvanska županija
18.	Centar za poduzetništvo Zagreb d. o. o. , Grad Zagreb
19.	PRVI KORAK PODUZETNIČKI CENTAR d. o. o., Grad Zagreb
20.	Centar za poduzetništvo Grada Slatine, Virovitičko-podravska županija
21.	PODUZETNIČKI TEHNOLOŠKI INOVACIJSKI CENTAR, Karlovačka županija
22.	POSLOVNA ZONA IVANEC d. o. o., Varaždinska županija
23.	PODUZETNIČKI CENTAR LJUBEŠĆICA d. o. o., Varaždinska županija
24.	Tehnološko-inovacijski centar Međimurje d. o. o., Međimurska županija
25.	KLASTER KREATIVNIH INDUSTRIJA I POSLOVNOG SAVJETOVANJA – ZNAM!, Grad Zagreb

26.	RAZVOJNA AGENCIJA ZAGREB-TPZ, Grad Zagreb
27.	PRO KONZALTING d. o. o., Bjelovarsko-bilogorska županija
28.	INFOPROJEKT j. d. o. o., Bjelovarsko-bilogorska županija
29.	Inovacije i razvoj d. o. o., Grad Zagreb
30.	Poduzetnički Centar Solin
31.	Expletus d. o. o., Split

Izvor: Republika Hrvatska, Ministarstvo poduzetništva i obrta, <https://poduzetnistvo.gov.hr/>

Zbog svakodnevnog sve užurbanijeg načina života, ali i brzih nepredvidivih promjena koje se događaju na turbulentnom tržištu, povezivanje poduzetnika, odnosno njihovo umrežavanje, postaje preduvjet uspješnog poslovanja.

U mrežavanje i prisutnost na društvenim mrežama postaje jako oružje u borbi na tržištu i potiče poduzetnike na ustrajanje u svom radu i na poslovni optimizam unatoč problemima na koje nailaze. Kvalitetnim povezivanjem i dostupnošću informacija moguće je razmijeniti nove ideje, probleme, inovacije, trenutne brige i sl. Poduzetnički centri uvelike su opravdali svrhu svog postojanja, no inovativan način promišljanja odlazi ipak malo dalje i uviđajući značaj umrežavanja poduzetnika, u Republici Hrvatskoj pojavljuje se prvi Virtualni ženski poduzetnički centar koji se u nastavku detaljnije opisuje.

3. OBILJEŽJA ŽENSKOG PODUZETNIŠTVA

U prošlosti se poduzetništvo uglavnom vidjelo kao muški posao, a žene su više bile okrenute kućanskim poslovima, brizi o obitelji ili lakšim, manje plaćenim poslovima u odnosu na muškarce. Slika i uloga žene u društvu mijenja se razvojem društva i danas žene mogu, uz više ili manje poteškoća, participirati u svim poslovima kao i muškarci. Rodna neravnopravnost ogleda se i kada promatramo poduzetništvo te se uočava da broj poduzetnica nije jednak (manji je) broju poduzetnika. Takvu rodnu neravnopravnost ili negativnu razliku između muškog i ženskog poduzetništva Europska unija, kao i sama Republika Hrvatska, želi ujednačiti tako da donosi niz mjera i instrumenata kojima se potiče žensko poduzetništvo. Neki autori smatraju da postoje razlike između muškog i ženskog poduzetništva pa tako navode da su žene „slabije“ u financijskim analizama u odnosu na muškarce (Collerette i Aubery, 1990), odnosno da se same niže rangiraju kada su u pitanju financije. Nadalje su u literaturi autori Jennings i Cash (2006, str. 53-87) uočili da se muškarci i žene različito ponašaju u sljedećim područjima kao što su:

- društveni i ljudski kapital
- motivacija
- ciljevi i kriteriji uspjeha
- orijentacija rasta

- strateški izbori
- primjena financijskog kapitala.

Prema istraživanjima, žene poduzetnice obuhvaćaju četiri područja kompetencija:

- osobni odnos i interakcija s drugima
- poslovne i upravljačke ovlasti
- poduzetničke kompetencije
- međuljudski odnosi.

Jedan od ključnih nalaza i zaključaka iz 2012. u GEM istraživanju žena poduzetnica je: ako žene doživljavaju da imaju sposobnosti za poduzetništvo, one više vjeruju da postoje i poduzetničke prilike (Mitchelmore i Rowley, 2013).

Nadalje, gđa Dropulić, samozaposlena poduzetnica koja je pokrenula Virtualni poduzetnički centar, navodi: „Unatoč brojnim poticajima razvoju ženskoga poduzetništva, srednjoročnim strategijama razvoja i nastojanjima da se žene u većoj mjeri uključe u područje biznisa, brojke pokazuju da to područje još uvijek, u velikome dijelu pripada muškom dijelu stanovništva – ocjena je Fine. No podaci koji su promatrani od 2010. do 2013. godine ipak su pokazali da se žensko poduzetništvo budi. U tom promatranom razdoblju dio žena poduzetnica, tj. vlasnica trgovačkih društava, obrta ili slobodnih zanimanja, uglavnom se kreće od 17,3 % u 2010. godini do 19,6 % u 2013. godini (podaci Fine), a naša je želja ozbiljno 'zavrnuti rukave' te osnažiti logistiku, pružiti potporu, osigurati edukacije, platforme i povezivanje žena za što učinkovitijim ženskim poduzetništvom.“ (<http://sretnamama.hr/sanela-dropulic-virtualni-zenski-poduzetnicki-centar>)

Prema Krolo Crvelin (2006), u suštini poduzetništva, odnosno poduzetničkih društava, nalazi se individualizam i raznolikost. Upravo su to dva temeljna razloga zbog kojih je nemoguće zamisliti uspješno poduzetničko društvo koje bi se temeljilo samo (ili isključivo) na pripadnicima jednog spola, što je žalosna činjenica velikog broja i visokorazvijenih i onih manje razvijenih zemalja.

Unatoč postojanju različite percepcije unutar poduzetničkih područja između žena poduzetnica i muškaraca poduzetnika, upornost, razvijanje vještina i prepoznavanje prilika jesu ključni za napredak svakog posla bez obzira na rodnu različitost.

Neosporno je da se žensko poduzetništvo treba poticati te će se u nastavku predložiti nekoliko prijedloga za poticanje ženskog poduzetništva (Vuk, 2006):

- intenzivirati zagovaračke i lobističke aktivnosti profesionalnih ženskih i neprofesionalnih udruga te ih posebice usmjeriti na stvaranje legislative koja će osigurati pozitivno ozračje na brži razvoj ženskog poduzetništva
- organizirati razmjenu iskustava između već uspješnih poduzetnica i poduzetnica početnica, uvođenjem mentorstva, javnim prezentacijama vlastitih iskustava uspješnih poduzetnica

- ponuditi različite programe poticanja ženskog poduzetništva koji osiguravaju treninge, obrazovanje, jamstva za dobivanje bankarskih kredita za pokretanje poslova koje pokreću žene
- potaknuti umrežavanje žena poduzetnica razvojem lokalnih i regionalnih mreža poduzetnica
- potaknuti uključivanje žena u poduzetničke inkubatore
- organizirati poduzetnicima pružanje pouzdanih i vrsnih informacija koje će im olakšati prilagodbu stalnim promjenama u gospodarstvu, i to infocentrima (primjerice internetska stranica, lokalni i regionalni gospodarski uredi)
- osigurati poduzetnicima besplatne ili subvencionirane konzultantske usluge stranih ili domaćih konzultanata i slično.
- U Republici Hrvatskoj upravo Virtualni ženski poduzetnički centar obuhvaća gore navedene prijedloge poticanja poduzetništva te tako predstavlja snažan impuls potpore ženskom poduzetništvu.

4. PRIMJER IZ PRAKSE

4.1. Virtualni ženski poduzetnički centar

Virtualni ženski poduzetnički centar sa sjedištem u Zagrebu predstavlja inovativan pristup umrežavanja i pružanja aktualnih informacija za poduzetnice, poduzetnike i dostupan je svima onima koje to žele postati u budućnosti. Važno je istaknuti da je prvi Virtualni ženski poduzetnički centar na adresi www.poduzetnica.hr počeo s radom 1. siječnja 2016. godine te da predstavlja jedinstveni i inovativni poslovni pothvat u Hrvatskoj i šire.

„Virtualni ženski poduzetnički centar digitalna je platforma za promociju i unaprjeđivanje poslovne aktivnosti poduzetnica te ima za cilj potaknuti razmjenu znanja, tehnologija i inovacija, ohrabriti žene na veći poduzetnički angažman u hrvatskom gospodarstvu te olakšati ulaganje u obrazovanje i učenje u poduzetničkom sektoru. Iako u porastu, žensko poduzetništvo još uvijek nije dobilo ozbiljnije priznanje za svoj rad i vrijednost u hrvatskom gospodarstvu. Mjerodavne institucije zaobilaze ovu rodnu podjelu, a prečesto žene ostaju zaboravljene ne samo na svom početku, nego i na uzlaznom putu realizacije poslovne ideje. Upravo iz takvog zanemarivanja žena poduzetnica, rodila se ideja pokrenuti Virtualni ženski poduzetnički centar, prvi takve vrste ne samo u Hrvatskoj, nego i u jugoistočnoj Europi" izjavila je gđa Sanela Dropulić, voditeljica Virtualnog ženskog poduzetničkog centra. Nadalje navodi da je od početka rada u registru više od 1800 poduzetnica i 43 poduzetnika te je organiziran i prvi Kongres poduzetnica Hrvatske. Cilj je ovog projekta potaknuti razmjenu znanja, tehnologija i inovacija, ohrabriti žene na veći poduzetnički angažman te olakšati ulaganje u obrazovanje i učenje u poduzetničkom sektoru (<http://code-lab.eu/2016/6/01>).

Na pitanje zašto žensko poduzetništvo još ni danas nije dobilo ozbiljnije priznanje za svoj doprinos hrvatskom gospodarstvu gđa Dropulić navodi: „Unatrag nekoliko godina žensko poduzetništvo jako se razgranalo u hrvatskom gospodarstvu i danas čini oko 23 % naše domaće ekonomije. No žensko poduzetništvo nema tradiciju u hrvatskom gospodarstvu, što se može već vrlo lagano iščitati iz pregleda vlasništva nad tvrtkama obrtima i različitim drugim asocijacijama gospodarske prirode, ali nekoliko godina unatrag kriza je napravila to da je većina žena koje su bile ugrožene egzistencijalno na svojim postojećim radnim mjestima davale otkaze ili su ga pak dobile i onda iz te jedne nezavisne, reklo bi se ekonomske situacije, pokrenule vlastito poduzetništvo i tako ga počele jačati vlastitim obrtima ili tvrtkama. Stoga, unatrag nekoliko godina za 5,6 % počelo se popravljati to žensko poduzetništvo i bilježiti uzlazni trend da bi danas premašio naravno i 20 % unutar hrvatske ekonomije“ (<http://www.rva.hr/vijest/2016>).

Opravdanost postojanja ženskog poduzetničkog centra proizlazi iz samog broja uključenih poduzetnica i poduzetnika te u nastojanju osnaživanja žene za pokretanje vlastitog posla i razvoju poduzetničkih kompetencija na izrazito dostupan inovativan način. Izvor konkurentske prednosti proizlazi iz inovativnog načina promišljanja i unaprjeđenju postojećih procesa koji donose dodatnu vrijednost korisnicima/ članovima i svima onima koji su uključeni na bilo koji način u sam rad centra. Umrežavanjem se stvara veća konkurentska prednost poduzeća jer se lakše dolazi do potrebnih informacija, a istovremeno se jača i razina vidljivosti usluga i proizvoda te je omogućen nastup ne samo na lokalnoj nego i na globalnoj razini.

Ekonomski razvoj neke zemlje ili regije u uskoj je vezi s razinom poduzetničke aktivnosti, a razina poduzetničke aktivnosti ovisi o tome u kojoj mjeri okruženje u kojem nastaju poduzetnički pothvati pruža podršku njihovom razvoju (Delić, Alpeza i Oberman Peterka, 2012).

5. ZAKLJUČAK

Poduzetnici su danas, bez obzira na rodnu različitost, na putu od prepoznavanja ideje pa do njezine realizacije suočeni s brojnim preprekama. No, ono što je važno naglasiti jest da ipak na tom teškom poslovnom putu nisu sami. Takvom razmišljanju pridonosi činjenica postojanja prvog Virtualnog ženskog poduzetničkog centra koji osigurava mentorsku i savjetodavnu pomoć u realizaciji poduzetničkih koraka i unaprjeđenja posla. Posebno je važno istaknuti da se takav oblik potpore javlja kao noviji i inovativni koji je naišao na šire odobravanje javnosti. Riječ je, naime, o digitalnoj platformi koja je usmjerena razvoju poduzetništva onih koji imaju ambiciju raditi sami za sebe, ali i onih osjetljivih dobrih skupina koje sve teže pronalaze posao ili su ostali bez posla. Virtualni ženski poduzetnički centar surađuje i s visokoobrazovnim institucijama predstavljajući mjesto gdje se spajaju obrazovanje, poslovno iskustvo i inovacija. Dakle, zamišljen je kao jedan od alata za razvoj gospodarstva i poticanje te stvaranje novih radnih mjesta, predstavljajući prijeko potrebnu potporu u poduzetničkom pothvatu. Njihova glavna uloga

usmjerena je na pružanje stručne, savjetodavne pomoći i međusobnog umrežavanja s ciljem osnaživanja prvenstveno ženskog poduzetništva (dobrodošli su i muškarci poduzetnici) jer se uočilo zaostajanje zastupljenosti žena u ovom području te se nastoji izboriti za veću pozornost samozaposlenih poduzetnica u hrvatskom društvu.

U Republici Hrvatskoj trenutno postoji 31 Poduzetnički centar koji već tradicionalno potiče razvoj poduzetništva, bez obzira na rodnost, a svojim korisnicima omogućavaju stjecanje vještina i znanja za prepoznavanje poslovnih prilika i vođenja vlastitog poduzeća. Kao inovativan način promišljanja o ženskom poduzetništvu koji nema tradiciju u hrvatskom društvu, prikazao se primjer prvog Virtualnog ženskog poduzetničkog centra kojem je cilj prvenstveno poticanje ženskog poduzetništva inovativnim pristupom te predstavlja ispravan način borbe i ustrajnosti za ostvarenje postavljenih ciljeva.

Konačno, može se zaključiti kako je krajnji cilj Virtualnog ženskog poduzetničkog centra pružiti potporu, osigurati edukaciju, platforme i umrežavanje žena kako bi bile što uspješnije kao žene poduzetnice jer poduzetništvo ima značajnu ulogu u gospodarstvu svake zemlje.

VIRTUAL WOMEN'S BUSINESS CENTER – INNOVATIVE APPROACH TO ENTERPRENEURSHIP DEVELOPMENT

Ph. D. Mirjana Nedović, Business Department, College of Applied Sciences
„Lavoslav Ružička“ in Vukovar, Županijska 50, 32000 Vukovar, Croatia
Telephone: +385 32 492 256, fax: +385 32 444 686, e-mail: mnedovic@vevu.hr

mr. sc. Darija Ivanković, Business Department, College of Applied Sciences
„Lavoslav Ružička“ in Vukovar, Županijska 50, 32000 Vukovar, Croatia
Telephone: +385 32 492 243, fax: +385 32 444 686, e-mail: darija@vevu.hr

Niko Čabarkapa, student, Faculty of Economics in Osijek, Business Economics,
course of study “Management”, Trg Ljudevita Gaja 7, 31000 Osijek, Croatia
E-mail: nikocabarkapa@gmail.com

ABSTRACT

Women entrepreneurs who want to start their own business need a full support in order to realize their ideas in the market. Successfully overcoming obstacles is not easy, and tips to achieve business goals sometimes come from benefits provided by networking. Since the need to ensure support in all phases of the entrepreneurial process is coming to light - from inspiration for business ideas and ways of financing all the way to the realization, namely, the presence on the market, Croatia has launched the first virtual female entrepreneurial centre which has in short time gathered numerous female as well as male entrepreneurs. This paper is based on the hypothesis that female Virtual entrepreneurial centre represents an innovative approach in the entrepreneurial process, allowing support to all interested parties in terms of free enterprise education across the Croatia and the possibility of presenting their products and services through promotional channel on the digital platform. Their main role is focused on providing technical and advisory assistance to strengthen entrepreneurship or the desire to influence legislation that would help eliminate barriers that prevent the development of entrepreneurship, support to female entrepreneurs, and thus the development of the economy of the state. Virtual female entrepreneurial centre at www.poduzetnica.hr began work the first day of 2016. Its register recorded 1,800 entrepreneurs and 43 business owners in just five months, which is a great support to women entrepreneurs, but also for men who want to participate in this driving enterprise, in terms of interpreting the law, opportunities and obstacles to business. The aim of this paper is to point out the role and importance of innovative thinking in the context of strengthening entrepreneurship with special emphasis on women entrepreneurs which can ensure their own existence by proactive entrepreneurial action, realizing their business potential and contributing to the economic development.

Keywords: virtual female entrepreneurial centre; entrepreneurship; women entrepreneurs; innovation

LITERATURA

1. Collerette, P. i Aubery, P. (1990). Socio-economics Evolution Of Women Business Owners In Quebec. *Journal of Business Ethic*, Vol 2, 417-22.
2. Delić, A., Alpeza, M. i Oberman Peterka, S. (2016, 9. veljače). *Uloga poduzetničkih potpornih institucija u razvoju gospodarstva Istočne Hrvatske - Slučaj osječkog Centra za poduzetništvo*. Preuzeto s <http://www.cepor.hr/HR>
3. Dropulić, S. (2015, 29. prosinca). *Virtualni ženski poduzetnički centar dat će sve od sebe da samozaposlene poduzetnice dobiju pozornost kakvu zaslužuju u hrvatskom društvu*. Preuzeto s <http://sretnamama.hr/sanela-dropulic-virtualni-zenski-poduzetnički-centar>
4. Dulčić, Ž. (2006). *Primijenjeno poduzetništvo*. Dugi Rat: Tiskara Poljica.
5. Ivanković, D., Nedović, M. i Đapić, D. (2015). Studentski poduzetnički inkubator: institucionalna perspektiva novih početničkih pothvata. *Obrazovanje za poduzetništvo - E4E : znanstveno stručni časopis o obrazovanju za poduzetništvo*, 5(2), 45-53. Preuzeto s <http://hrcak.srce.hr/149529>
6. Jennings, J. i Cash, M. (2006). Womens Entrepreneurship In Canada: Progress, Puzzles And Priorities. *Growth oriented woman etrepreneures and their business A global research perspective*, 53-87.
7. Kathleen, A. (1999). *Growing And Management An Enterpreneurial Business*. Houghton Mifflin Company.
8. Krolo Crvelin, A. (2006). *Primijenjeno poduzetništvo*. Dugi Rat: Tiskara Poljanica.
9. Mediji o nama. (2016, 1. lipnja). *Virtualni poduzetnički centar u prvih 6 mjeseci okupio preko 1800 poduzetnica i poduzetnika*. Preuzeto s <http://code-lab.eu/2016/6/01>
10. Mitchelmore, S. i Rowley, J. (2013). Enterpreneurial competencies of women entrepreneurs pursuing business growth. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 125-142.
11. Radio VallisAurea. *Ravnopravni i sretni: Virtualni ženski poduzetnički centar - digitalna platforma za jačanje i poticanje ženskog poduzetništva*. Preuzeto s <http://rva.hr/vijesti/2016>
12. Škrtić, M. i Mikić, M. (2011). *Poduzetništvo*. Zagreb: Sinergija-nakladništvo d.o.o.
13. Vuk, B. (2006). *Primijenjeno poduzetništvo*. Dugi Rat: Tiskara Poljanica.