



Sustainable Entrepreneurship and Public Management:

A Systematic Review of Challenges and Supporting Policies ¹



Alireza kalantari

PhD Student, Department of Government Management, South Tehran Branch, Tehran, Iran.



Heidar toorani

Professor of Management, Institute of Education and training Studies, Tehran, Iran.



Somaye ghajari

Asistant Professor, Department of Government Management, South Tehran Branch, Tehran, Iran.

Received: 11 November 2024 | Revised: 20 December 2024 | Accepted: 25 December 2024

Abstract: One of the driving factors of economic and social development in the process of community development is entrepreneurship. On the other hand, the necessity of sustainability of entrepreneurship is as important as the category of entrepreneurship itself. So that these days, issues such as environmental degradation, the wealth gap, and unequal access to opportunities and resources are increasing. These concerns have increased the need for sustainable entrepreneurship. Accordingly, the purpose of this research is to examine studies on the challenges and support policies of sustainable entrepreneurship. Which, according to the existing literature in this field, have received more attention than other factors. The present study is descriptive, it was practical in terms of purpose and was conducted as a systematic review based on the method. An analysis of theoretical literature in the SCOPUS database was conducted on the keywords of sustainability and sustainable entrepreneurship between the beginning of 2010 and the end of 2023 and based on that, 81 scientific studies were used for the final review. The research finding indicate that the correlation between social, economic and environmental aspects in sustainability are recognized as the main factors and in general, entrepreneurial activity is related to the concept of sustainable business models, which is also intertwined with the concepts of corporate social responsibility, sustainable entrepreneurship, and management practices in sustainable entrepreneurship. finally, the process of sustainable entrepreneurship has challenges because the current public policies and traditional are in favor of traditional entrepreneurship And it makes it difficult for sustainable entrepreneurship to penetrate certain sectors. Also, the desired level of sustainability in entrepreneurship requires cooperation between all stakeholders, including the government and the move towards service-oriented business models has helped to grow sustainable entrepreneurship. However, the need for sustainable entrepreneurship is felt to initiate institutional changes due to current unsustainable systems.

Keywords: Entrepreneurship; Sustainable Entrepreneurship; Challenges of Sustainable Entrepreneurship; Sustainable Business Models.

¹ <https://doi.org/10.71815/JNAPA.2025.1197438>

Sustainable Entrepreneurship and Public Management: A Systematic Review of Challenges and Supporting Policies

Extended Abstract

Introduction

The importance of entrepreneurship is in addressing social, environmental issues, and economic barriers to achieving sustainable development goals. Entrepreneurship plays a fundamental role in sustainable development by creating jobs in small and medium-sized enterprises, reducing the impact on natural resources, contributing to inclusive economic growth and innovation, improving social conditions, and coping with economic and environmental shocks such as uncertainty in food and energy production, and coping with the current financial crises. Meanwhile, sustainable entrepreneurship is the last solution for self-employment in the face of the aforementioned crises (Horisch, & Johnson, 2021).

Therefore, sustainable entrepreneurship policies must be implemented coherently. And in this context, attention should be paid to the results of sustainability and its benefits for entrepreneurs. As a result, sustainable entrepreneurship is central to solving challenges by providing proactive and risk-taking solutions (Rosário & Raimundo, 2024). The main goal of sustainable development is that natural resources are scarce and ensuring human security must be considered in this context. Therefore, considering these issues, individuals should use resources in a way that does not destroy the opportunities of future generations. Therefore, in order to reduce this problem, entrepreneurs are looking for innovations that produce sustainable goods and services. In this regard, sustainable entrepreneurship was proposed in order to protect the environment; Therefore, in order to progress in this area, sustainable entrepreneurship was introduced, which is capable of development, improvement, and sustainability, considering limited environmental resources (Schaltegger & Wagner, 2011). On the other hand, despite the increasing interest in sustainable entrepreneurship topics, the lack of attention to the challenges and supportive policies in sustainable entrepreneurship has often been criticized (Rosário et al., 2022). Therefore, although theoretical literature has emphasized the requirements of sustainable entrepreneurship, attention to the challenges and supportive policies to improve sustainable entrepreneurship has not been given much attention. In this context, by examining domestic research, it was found that despite the importance of the issue of sustainable entrepreneurship, no research has systematically analyzed the studies conducted in the field of challenges and support policies for sustainable entrepreneurship. Therefore, conducting the present study is important and seems necessary and essential. Accordingly, the aim of this study is to systematically review studies conducted in the field of challenges and support policies for sustainable entrepreneurship.

Theoretical Framework

Despite economic development worldwide, economic, social, and environmental threats have increased. The depletion of natural resources and its consequences, the consequences of environmental degradation, including the lack of sufficient freshwater and the loss of biodiversity, have become critical problems (Greco & Jong, 2017). Furthermore, climate change threatens the survival and stability of modern societies, causing world hunger to increase and more people to live in poverty. The wealth gap is widening, and gender inequality and unequal access to opportunities and resources persist (Ploum et al., 2018). Moving towards a sustainable economy is crucial to overcoming recent disasters and events such as the Covid-19 pandemic, climate change, and the geopolitical crisis in Eastern Europe (the Russia-Ukraine conflict) (Moore & Hawarden, 2020). Due to these issues, the need for sustainable entrepreneurship has increased.

While traditional entrepreneurship drives economic development, sustainable entrepreneurship focuses on aligning social, economic, and environmental goals (Belz & Binder, 2017). Sustainable entrepreneurship can be defined as a business approach in which businesses engage in sustainable activities. It also defined

business practices to achieve efficiency and competitiveness by balancing the environmental, commercial and social impacts of their activities. In fact, sustainable entrepreneurship involves discovering, creating, and exploiting entrepreneurial opportunities that bring sustainable social and environmental benefits to communities (Cohen., 2018 & Muñoz). Sustainable entrepreneurship eliminates traditional business practices, systems, and processes and replaces them with socially and environmentally superior products and services (Vallaster et al., 2019).

Methodology

The scientology method began with a literature search in the Scopus indexing database, the most important scientific article database platform for the period 2010 to 2023. The keyword "sustainability" was used to identify potential sources in the initial search phase, and due to the need to narrow down the references, 287,114 relevant documents were identified. In the next step, 329 documents were identified for the keyword "sustainable entrepreneurship". Further, by applying the entry criteria to the subject area including business, management, and accounting until the end of 2023, 81 documents remained in the final report. In the present study, the Prisma checklist was used to assess the quality of the selected sources. For this purpose, after defining the desired principles, sources were searched for to collect data. Then, using the Prisma checklist, the desired criteria were extracted from the reviewed articles.

Discussion and Results

Research findings indicate that the correlation between social, economic, and environmental aspects of sustainability are recognized as key factors in sustainable entrepreneurship. And in general, entrepreneurial activity is related to the concept of sustainable business models, which is also intertwined with the concepts of corporate social responsibility, sustainable entrepreneurship, and management practices in sustainable entrepreneurship. Finally, the sustainable entrepreneurship process has challenges because current public management policies and traditions favor traditional entrepreneurship and make it difficult for sustainable entrepreneurship to penetrate certain sectors.

Conclusion

The desired level of sustainability in entrepreneurship requires collaboration between all stakeholders, including the government, and the move towards service-oriented business models has contributed to the growth of sustainable entrepreneurship. However, the need for sustainable entrepreneurship is felt to initiate institutional changes due to current unsustainable systems.

Contribution of authors

All authors have participated in this research in equal proportion.

Ethical approval

All ethical considerations have been met.

Conflict of interest

No conflicts of interest are declared by the authors.



کارآفرینی پایدار و مدیریت دولتی: مرور نظام مند بر چالش ها و سیاست های حمایتی^۱

تاریخ دریافت: ۱۴۰۳ / ۰۲/۲۹ تاریخ ویرایش: ۱۴۰۳/۰۴/۳۱ تاریخ پذیرش: ۱۴۰۳/۰۵/۱۵



علیرضا کلانتری

دانشجوی دکتری، گروه مدیریت دولتی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران (نویسنده مسئول)

ORCID: ۰۰۰۹-۰۰۰۷-۷۲۶۷-۵۵۳۲

Alireza.kalantari1354@gmail.com



حیدر تورانی

استاد مدیریت، پژوهشگاه مطالعات آموزش و پرورش، تهران، ایران

ORCID: 0125۰۰۰۰-۰۰۰۲-۷۲۷۲-

Heidar_toorani@yahoo.com



سمیه قجری

استادیار، گروه مدیریت دولتی، واحد تهران جنوب، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران

ORCID: ۰۰۰۰-۰۰۰۲-۳۹۵۷-۶۶۸۶

Somayeghajari@gmail.co

چکیده

یکی از عوامل محرکه موتور توسعه اقتصادی و اجتماعی در فرآیند توسعه جوامع، کارآفرینی است. از سوی دیگر، ضرورت پایداری کارآفرینی به اندازه خود مقوله کارآفرینی اهمیت دارد. به گونه ای که امروزه مسائلی مانند تخریب محیط زیست، شکاف ثروت و دسترسی نابرابر به فرصت ها و منابع در حال افزایش است و این مسائل، نیاز به کارآفرینی پایدار را افزایش داده است. بر این اساس، هدف پژوهش حاضر بررسی مطالعات در زمینه چالش ها و سیاست های حمایتی کارآفرینی پایدار است که با توجه به ادبیات موجود در این زمینه، بیشتر از سایر عوامل مورد توجه قرار گرفته اند. مطالعه حاضر از نوع توصیفی می باشد، به لحاظ هدف کاربردی بوده و بر اساس روش، به صورت مرور نظام مند انجام گردید. تجزیه و تحلیل ادبیات نظری در پایگاه داده ای SCOPUS پیرامون کلمات کلیدی پایداری و کارآفرینی پایدار در بازه زمانی از ابتدای سال ۲۰۱۰ تا پایان سال ۲۰۲۳، انجام گرفت و بر اساس آن، ۸۱ مطالعه علمی جهت بررسی نهایی مورد استفاده قرار گرفت. یافته های پژوهش حاکی از آن است که همبستگی بین جنبه های اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی در پایداری به عنوان

¹ <https://doi.org/10.71815/JNAPA.2025.1197438>

عوامل اصلی در کارآفرینی پایدار شناخته می شوند و به طور کلی فعالیت کارآفرینی با مفهوم مدل های کسب و کار پایدار مرتبط است که این مفهوم نیز با مفاهیم مسئولیت اجتماعی شرکتی، کارآفرینی پایدار و شیوه های مدیریتی در کارآفرینی پایدار درهم تنیده است. در نهایت اینکه فرآیند کارآفرینی پایدار دارای چالش هایی می باشد زیرا سیاست ها و سنت های مدیریت عمومی فعلی به نفع کارآفرینی سنتی است و نفوذ کارآفرینی پایدار به بخش های خاص را دشوار می سازد. همچنین سطح مطلوب پایداری در کارآفرینی نیازمند همکاری بین همه ذینفعان از جمله دولت می باشد و حرکت به سمت مدل های کسب و کار خدمات محور به رشد کارآفرینی پایدار کمک کرده است. با این وجود، نیاز به کارآفرینی پایدار برای آغاز تغییرات نهادی به دلیل سیستم های ناپایدار کنونی احساس می شود.

کلمات کلیدی: کارآفرینی، کارآفرینی پایدار، چالش های کارآفرینی پایدار، مدل های کسب و کار پایدار.

۱- مقدمه

در دو دهه اخیر تحقیقات زیادی در زمینه کارآفرینی پایدار در بخش فردی و همچنین سازمانی انجام یافته است. این مفهوم در زمینه های مختلف و در اقتصادهای در حال توسعه تا توسعه یافته در حال بررسی می باشد. مفهوم کارآفرینی پایدار یک ایده انتزاعی برای یک نیاز مبرم و عملی است. محرک های مهم مختلفی در این تحول از جمله تغییرات آب و هوایی، امنیت انسانی، کمبود منابع، تخریب محیط زیست و بی ثباتی اقتصادی وجود داشته است (Amatucci et al, 2015). علیرغم توسعه اقتصادی در سراسر جهان، تهدیدات اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی افزایش یافته است. کاهش منابع طبیعی و عوارض آن، پیامدهای تخریب محیط زیست از جمله کمبود آب شیرین کافی و از دست دادن تنوع زیستی به مشکلات بحرانی تبدیل شده اند (Greco & Jong, 2017). علاوه بر این، تغییرات آب و هوایی و ثبات جوامع مدرن را تهدید می کند و موجب می شود گرسنگی در جهان افزایش یافته و جمعیت بیشتری در فقر زندگی کنند. شکاف ثروت در حال افزایش است و نابرابری جنسیتی و دسترسی نابرابر به فرصت ها و منابع همچنان ادامه دارد (Ploum et al., 2018). با توجه به این موضوعات نیاز به کارآفرینی پایدار افزایش یافته است. حرکت به سمت یک اقتصاد پایدار برای گذر از فجایع و رویدادهای اخیر مانند همه گیری کووید-۱۹، تغییرات آب و هوایی و بحران ژئوپلیتیکی در اروپای شرقی (نبرد روسیه و اوکراین) بسیار مهم است (Moore & Hawarden., 2020). اهمیت کارآفرینی برای پرداختن به مسائل اجتماعی، محیطی و موانع اقتصادی در راستای دستیابی به اهداف توسعه پایدار می باشد. کارآفرینی با ایجاد مشاغل در شرکت های کوچک و متوسط، دست اندازی کمتر به منابع طبیعی، کمک به رشد اقتصادی فراگیر و نوآوری، بهبود شرایط اجتماعی و مقابله با شوک های اقتصادی زیست محیطی مانند عدم قطعیت در تولید مواد غذایی، انرژی و مقابله با بحران های مالی فعلی نقش اساسی در توسعه پایدار ایفا می کند. ضمن اینکه کارآفرینی پایدار آخرین راه حل برای خود اشتغالی در مواجهه با بحران های ذکر شده است (Johnson & Horisch., 2021). بنابراین سیاست های کارآفرینی پایدار باید به طور منسجم اجرا شوند و در این زمینه به نتایج پایداری و مزایای آن برای کارآفرینان توجه گردد. در نتیجه، کارآفرینی پایدار برای حل چالش ها از طریق ارائه راه حل های پیشگیرانه و ریسک پذیر در محوریت قرار می گیرد (Rosário & Raimundo., 2024). به طور کلی، بحث اصلی توسعه پایدار این است که منابع طبیعی اندک است و تامین رفاه انسانی باید در قالب این مساله در نظر گرفته شود. بنابراین با توجه به این مسائل افراد باید به گونه ای از منابع استفاده کنند که فرصت های نسل آتی را تخریب نکنند، لذا به منظور کاهش این مشکل کارآفرینان به دنبال نوآوری هایی هستند که کالاها و خدمات پایداری را تولید کنند. در این راستا به منظور حفاظت از محیط زیست، کارآفرینی پایدار مطرح شد؛ به عبارت دیگر، به منظور پیشرفت در این حوزه، کارآفرینی

پایدار معرفی شد که با در نظر گرفتن منابع محیطی محدود قادر به توسعه، بهبود و پایداری است (Schaltegger & Wagner., 2011). از سویی دیگر، علی رغم افزایش علاقه به مباحث کارآفرینی پایدار، عدم توجه به چالش ها و سیاست های حمایتی در کارآفرینی پایدار اغلب مورد انتقاد قرار گرفته است (Rosário et al., 2022). بنابراین، اگر چه ادبیات نظری بر الزامات کارآفرینی پایدار تأکید کرده است اما توجه به چالش ها و سیاست های حمایتی در راستای بهبود کارآفرینی پایدار چندان مورد توجه قرار نگرفته است. در این زمینه، با بررسی پژوهش های داخلی مشخص گردید که علی رغم اهمیت موضوع کارآفرینی پایدار، اما هیچ پژوهشی به صورت نظام مند و سیستماتیک به تحلیل مطالعات انجام شده در زمینه چالش ها و سیاست های حمایتی کارآفرینی پایدار نپرداخته است لذا انجام پژوهش حاضر دارای اهمیت بوده و لازم و ضروری به نظر می رسد؛ بر این اساس هدف مطالعه حاضر بررسی نظام مند مطالعات انجام شده در زمینه کارآفرینی پایدار، از جمله تعاریف، مفاهیم مختلف و کاربردهای آن در فعالیتهای تجاری، اهداف پیش برنده و همچنین چالش های کارآفرینی پایدار است.

۲- ادبیات تحقیق

کارآفرینی: کارآفرینی فرآیند راه اندازی یک کسب و کار برای ایجاد و استخراج ارزش است (Bischoff & Volkman., 2018)، کارآفرینی را به عنوان تلاش برای درک چگونگی شناسایی، ایجاد و بهره برداری از فرصت ها برای توسعه کالاها و خدمات فعلی و آینده توصیف می کنند. به اعتقاد (Cohen & Win, 2007) در درک فرصت های کارآفرینی سه دیدگاه متمایز وجود دارد که عبارت اند از شناخت فرصت، کشف فرصت و ایجاد فرصت. شناخت و تشخیص فرصت شامل ادراک کارآفرینان از پتانسیل موجود برای توزیع مجدد منابع برای بهبود زندگی برخی از افراد بدون بدتر کردن زندگی برای برخی دیگر از افراد است (Sørensen et al., 2021). کشف فرصت زمانی اتفاق می افتد که کارآفرین به اطلاعات واقعی و کافی مربوط به ارزش واقعی منابع و ارزش حاصل از ترکیب آنها دسترسی داشته باشد. ایجاد فرصت بیشتر بیانگر این است که کارآفرینان به دنبال حداکثر کردن مطلوبیت حاصل از عملکرد ذینفعان متعدد و این که فرصت ها را فقط می توان به طور واقعی شناسایی کرد، می باشد. در زمینه پایداری، کارآفرینی را می توان به عنوان فرآیند کشف، ایجاد و بهره برداری از فرصت ها برای تولید کالا و خدمات با در نظر گرفتن پیامدهای بالقوه محیطی، اجتماعی، اقتصادی و روانی تعریف نمود (Rosário et al., 2022).

کارآفرینی پایدار: کارآفرینی پایدار مستلزم دستیابی بنگاه به رقابت پذیری مطلوب و سودآور با تبدیل شدن به بخشی از جامعه، محیط زیست و فعالیت های اقتصادی است. (Atig & Karatas-Ozkan, 2013)، کارآفرینی پایدار را به عنوان رویه غوطه وری پایدار در استراتژی عملیاتی سازمان با اتخاذ یک فرصت کارآفرینانه تعریف می نمایند. در این رویکرد، کارآفرین، نوآوری و ریسک پذیری را برای ایجاد ارزش مشترک در آغوش می گیرد. (Bischoff & Volkman., 2018)، کارآفرینی پایدار را به عنوان سرمایه گذاری در کسب و کار با هدف پایداری و همسویی با اهداف اکولوژیکی، اجتماعی و اقتصادی تعریف نمودند. با بررسی تعاریف کارآفرینی پایدار مشخص است که این مفهوم بیانگر درک ارتباط متقابل بین پایداری محیطی، اقتصادی و اجتماعی است.

کارآفرینی پایدار را می توان به عنوان رویکرد تجاری که در آن کسب و کارها به فعالیت های پایدار می پردازند و همچنین شیوه های کسب و کار برای دستیابی به کارایی و رقابت با متعادل کردن اثرات فعالیت های زیست محیطی، تجاری و اجتماعی آنها، تعریف نمود. در واقع کارآفرینی پایدار شامل کشف، ایجاد و بهره برداری از فرصت های کارآفرینی که منافع

اجتماعی و زیست محیطی پایدار را برای جوامع به همراه دارد، می باشد (Muñoz & Cohen., 2018). کارآفرینی پایدار، شیوه ها، سیستم ها و فرآیندهای تجاری سنتی را حذف و آنها را با محصولات و خدمات برتر اجتماعی و زیست محیطی جایگزین می کند (Vallaster et al., 2019). در این موارد، ساختارهای متعارف بازار، تکنیک های تولید، محصولات و مصرف الگوهای مرتبط با ناپایداری به نفع الگوهای پایدارتر حذف می شوند. با توجه به نقش مهم کسب و کارها در جامعه و تأثیرات عملکرد آنها، کارآفرینی نقش مهمی در گذار به سوی آینده ای پایدارتر ایفا می کند. کارآفرینی پایدار با فعالیت های اقتصادی و غیراقتصادی همراه است که موجب ایجاد مشاغل و محصولات و خدمات پیشرفته مورد نیاز جوامع جهانی میگردد (Shepherd & Patzelt, 2011).

در حالی که کارآفرینی سنتی موجب توسعه اقتصادی می گردد کارآفرینی پایدار بر همسویی اهداف اجتماعی، اقتصادی و زیست محیطی تمرکز دارد (Belz & Binder, 2017). در این زمینه، (Rodgers, 2010) دریافت که نوع جدیدی از کارآفرینان اقتصادی وجود دارد که وی آنها را کارآفرینان اکولوژیک تعریف می نماید که به اعتقاد وی آنها شامل سازمان ها و افرادی هستند که به ارائه ایده ها و نوآوری های سازگار با محیط زیست از طریق استراتژی های بازاری یا غیر بازاری می پردازند. توسعه پایدار و آینده به چنین کارآفرینان و تأثیری که آنها بر سرمایه گذاران و عموم مردم برای اتخاذ شیوه های پایدار دارند، بستگی دارد.

در جدول شماره ۱، خلاصه ای از تعاریف کارآفرینی پایدار ارائه شده است.

جدول (۱) خلاصه ای از تعاریف کارآفرینی پایدار

ردیف	تعاریف	پژوهشگران	سال
۱	کارآفرینی پایدار عبارت است از تعهد اخلاقی مستمر کسب و کارها به توسعه اقتصادی در راستای بهبود کیفیت زندگی نیروی کار، خانواده آنها، جوامع محلی، جامعه و جهان و نسل های آینده.	Vereeck&Crals	۲۰۰۴
۲	کارآفرینی پایدار شامل بررسی چگونگی کسب فرصت ها برای به وجود آوردن کالاها و خدمات با توجه به پیامدهای اجتماعی و زیست محیطی آنها می باشد.	Winn&Cohen	۲۰۰۷
۳	کارآفرینی پایدار فرآیند کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت های اقتصادی موجود در بازار با توجه به عواملی همانند عوامل زیست محیطی است.	McMullen &Dean	۲۰۰۷
۴	کارآفرینی پایدار فرآیند غایت شناختی است که هدف آن دستیابی به توسعه پایدار با کشف، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها و ایجاد ارزش در زمینه رونق اقتصادی، انسجام	Katsikis &Kyrgidou	۲۰۰۷

ردیف	تعاریف	پژوهشگران	سال
	اجتماعی و حفاظت از محیط زیست است.		
۵	کارآفرینی مبتنی بر پایداری، آن دسته از کارآفرینان را توصیف می کند که فعالیتهایی با هدف دستیابی به توسعه پایدار، بهبود کیفیت وضعیت محیطی و بهزیستی اجتماعی را طراحی می نمایند.	Parrish & Foxon	۲۰۰۹
۶	یک کارآفرین پایدار فردی است که به طور کلی اهداف کارآفرینی اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی را با هدف تولید ثروت به شکل پایدار با هم ادغام می نماید.	Tilley & Young	۲۰۰۹
۷	کارآفرینی پایدار فرآیند ایجاد ارزش آفرینی میان سیستم اجتماعی و اکولوژیکی با هدف توسعه پایدار است.	O'Neill et al	۲۰۰۹
۸	کارآفرینی پایدار شامل کشف و بهره برداری از فرصت های اقتصادی با توجه به بخش زیست محیطی و اجتماعی می باشد.	Hockerts & Wüstenhagen	۲۰۱۰
۹	کارآفرینی پایدار عبارت است از کشف، ایجاد، ارزیابی و بهره برداری از فرصت ها برای ایجاد کالاها و خدمات مطابق با اهداف توسعه پایدار.	Pacheco et al	۲۰۱۰
۱۰	کارآفرینی پایدار شامل کشف، ایجاد و بهره برداری از فرصت ها برای ایجاد کالاها و خدمات آتی است که محیط طبیعی و یا جمعی را حفظ کرده و برای دیگران سودمند است.	Patzel & Shepherd	۲۰۱۰
۱۱	کارآفرینی پایدار بر حفظ طبیعت، حمایت از زندگی و جستجو برای استفاده از فرصتهایی برای تولید محصولات، فرآوردها و خدمات که منافع اقتصادی و غیر اقتصادی آن برای افراد، اقتصاد و جامع مفید باشد، تأکید می کند.	Patzel & Shepherd	۲۰۱۰
۱۲	کارآفرینی پایدار راهی برای ایجاد مزیت رقابتی با شناسایی فرصت های تجاری جدیدی که منجر به محصولات جدید و پایدار، روش های تولید، یا روش سازماندهی فرآوردهای کسب و کار در یک مسیر پایدار شود، می باشد.	Lans et al	۲۰۱۴

ردیف	تعاریف	پژوهشگران	سال
۱۳	کارآفرینی پایدار عبارت است از شناخت، توسعه و بهره برداری از فرصت ها توسط افراد برای به وجود آوردن کالاها و خدمات با دستاوردهای اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی.	Belz & Binder	۲۰۱۷

پایداری: پایداری در تمام ابعاد کارهای روزمره انسانی و سازمانی به یک موضوع مهم تبدیل شده است. مفهوم پایداری شامل ادغام اهداف اقتصادی، زیست محیطی و اجتماعی است. در فعالیتهای تجاری، پایداری به معنای یافتن راه حل و تصمیم گیری مبتنی بر روابط بین سود، کره زمین و مردم است. مدل های کسب و کار پایدار صرفاً مبتنی بر امور مالی ساده از جمله سود نبوده بلکه در کنار آن ارزشها و اهداف زیست محیطی و اجتماعی را نیز شامل می شوند (Rosário & Raimundo, 2024).

پایداری اقتصادی با بهره وری منابع برای رسیدن به سودآوری در بلند مدت مرتبط است. پایداری محیطی دلالت بر این دارد که منابع طبیعی باید با نرخ پایدار مدیریت شوند. به عنوان مثال، صرفه جویی در مصرف مواد، کاهش مصرف انرژی و افزایش بازیافت زباله. زیرا این مواد کمیاب و به طور کلی غیرقابل تجدید هستند. در نهایت اینکه، پایداری می تواند دربرگیرنده مضمون اجتماعی شامل سرمایه اجتماعی، توسعه جامعه، بهبود شرایط زندگی و مسئولیت اجتماعی باشد (Eizenberg & Jabareen, 2017).

از منظری وسیع تر، پایداری را می توان به عنوان ظرفیت چیزی تعریف کرد که خود را برای مدتی حفظ کند. در کسب و کار، پایداری توسط عوامل مختلف مانند منابع اجتماعی، فیزیکی، و طبیعی و تغییرات آب و هوایی تعیین می شود. این عوامل بر وضعیت فعلی و آینده اقتصادی، زیست محیطی و ثبات اجتماعی تأثیر گذارند. کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه، پایداری را به عنوان قابلیت «برآوردن نیازهای حال بدون دست اندازی بر توانایی نسل های آینده در برآوردن نیازهای خود» تعریف نموده است. در این مورد، پایداری شامل ایجاد تعادل بین تاب آوری محیطی، سلامت اقتصادی و اجتماعی با فرصت های بلند مدت برای رشد و توسعه برابر است (Rosário et al., 2022).

دستیابی به پایداری شامل تعامل بین فعالیت ها در بازارها، دولت ها و شرکتهاست. به عنوان مثال، نقش دولت در پایداری محیط زیست با ارائه چارچوب های نظارتی و استانداردهای زیست محیطی بسیار مهم می باشد. این مفاد به حفظ کیفیت زندگی و ورودی های مولد در یک محیط تجاری کمک می کند و منجر به نوآوری هایی می شود که باعث ارتقای رقابت، ایجاد ارزش و کاهش هزینه های تولید می گردد. به عنوان مثال، مقررات زیست محیطی بر تصمیمات شرکت در استفاده از انرژی، مواد خام و دفع زباله اثر می گذارد و در نتیجه شرایط زیست محیطی را بهبود می بخشد (Klewitz, 2017).

با این حال، موفقیت این سیاست ها و مقررات زیست محیطی به حمایت از محیط اقتصادی بستگی دارد ([Adomko & Amankwah-Amoh, 2021](#)). به عنوان مثال، مدل بازار غالب بر ایجاد سود کوتاه مدت بدون در نظر گرفتن مشکلات بلند مدت ناشی از آن بر محیط زیست و سیستم های گسترده تر تمرکز دارد ([Bischoff & Volkman, 2018](#)).

بنابراین، علی رغم تلاش های دولت برای توسعه پایداری از طریق مقررات، شرکت ها باید مایل به تغییر مدل های عملیاتی و پذیرفتن مدل های تجاری پایدارتر باشند. تحت مدل بازار غالب فعلی (مدل سود محور)، اکوسیستم ها نمی توانند به دلیل عدم توجه به رابطه بین شیوه های تجارت و محیط زیست حمایت شوند ([Amatucci et al, 2013](#)). در این زمینه می توان سهم بازار رقابتی در بازارهای حساس به محیط زیست را از طریق ارائه محصولات سبز افزایش داد.

توسعه پایدار: توسعه پایدار بیانگر رابطه بین فعالیت های انسانی و محیط زیست است و ابزارهای مختلف حفظ توسعه را در طول زمان مشخص می نماید ([Sachs, 2015](#)). توسعه پایدار را به عنوان نرخ رشد بهینه تعریف می نمایند که بر اساس آن نرخ رشد قابل قبول درآمد های واقعی سرانه بدون فرسودگی محیط طبیعی بدست می آید.

هدف اولیه توسعه پایدار ترویج صلح و رفاه و حفاظت از محیط زیست و پایان دادن به فقر است. در این مورد، سیاست عملی مداخلات اتخاذ شده باید ملاحظات مختلفی را شامل شود، مانند اینکه چه کسی هزینه ها را متحمل می شود و زیان در فعالیت های متعدد و منافع و ارزش های آنها در هر یک از اولویت بندیهای تصمیم مورد توجه قرار گیرد ([Bank Kanda, 2016](#)).

از نظر لغوی، توسعه پایدار حاکی از آن است که توسعه کنونی نباید به ضرر نسل های آینده باشد. بنابراین، سرمایه گذاران جمعیت عمومی باید ارزیابی کنند که چگونه الگوهای تولید و مصرف آنها بر نسل های آینده تأثیرگذار است. محققان چارچوب های مختلفی را برای پرداختن به پیچیدگی تعریف توسعه پایدار پیشنهاد کرده اند. این چارچوبها از سه بعد پایداری تشکیل شده اند که شامل بعد اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی می باشند ([Cheng & Adejumo, 2021](#)).

بعد اقتصادی توسعه پایدار: جنبه اقتصادی توسعه پایدار نشان دهنده تأثیر فعالیت های تجاری در سیستم اقتصادی می باشد. در واقع بعد اقتصادی به ارزیابی توانایی اقتصاد برای تکامل و ادامه حیات به عنوان یک زیرسیستم پایدار در میان تغییرات و چالش های جهانی در راستای حمایت از نسل های آتی می پردازد ([Franco & Rodrigues, 2021](#)). این جنبه تضمین می کند که نرخ رشد اقتصادی با نیازهای فعلی و آتی جمعیت مطابقت داشته باشد. در این بعد، عوامل مختلفی برای اندازه گیری رشد اقتصادی مانند رشد اشتغال، درآمد شخصی، توزیع اشتغال، اندازه شرکت و در آمد بخش ها مورد توجه قرار می گیرد ([Fisher et al., 2020](#)).

بعد اجتماعی توسعه پایدار: این بعد شامل شناسایی و مدیریت اثرات مثبت و منفی کسب و کارها و فعالیتهای تجاری بر مردم است. موفقیت طرح های توسعه پایدار به شدت به روابط شرکت و تعامل با کارکنان، شرکاء زنجیره تأمین، مشتریان و جوامع محلی وابسته است. به گفته ([Barnardo et al., 2021](#)), جنبه اجتماعی شامل درگیر شدن در شیوه های تجاری سودمند و منصفانه است که ارزشی برای جامعه به ارمغان می آورد. پذیرش مسئولیت های اجتماعی می تواند منجر به دستاوردهای بلندمدت و پایدار گردد.

بعد زیست محیطی توسعه پایدار: فعالیت های تجاری به طور مستقیم با افزایش مسائل اکولوژیکی مانند تخریب محیط زیست و تغییرات آب و هوایی مرتبط است. بعد محیط زیست شامل درگیر شدن در فعالیت های تجاری است که آینده دسترسی نسل ها به منابع زیست محیطی را به خطر می اندازد (Dickel, 2017). این بعد شامل مسئولیت پذیری حفاظت از اکوسیستم های جهانی و حفظ منابع طبیعی برای بهبود وضعیت فعلی و سلامت و ثروت جمعیت آینده است. به عنوان مثال، کسب و کارها باید استراتژی هایی برای کاهش انتشار گازهای گلخانه ای، اطمینان استفاده کارآمد از منابع انرژی و کاهش مسائل اکولوژیکی داشته باشند (Soleymani et al., 2021). پیروی از مقررات زیست محیطی و توسعه اهداف زیست محیطی می تواند به همسو کردن سود شرکتها و بهبود شرایط اکوسیستمها کمک نماید.

۳- روش تحقیق

هدف پژوهش حاضر تحلیل عمیق آثار موجود در زمینه کارآفرینی پایدار، تعاریف، مفاهیم مختلف و کاربردهای آن در فعالیتهای تجاری و در نهایت بررسی چالش ها و سیاست های حمایتی است. با توجه به پروتکل بررسی ادبیات، یک رویکرد روش شناختی گام به گام برای اطمینان از اینکه داده های جمع آوری و تحلیل شده، دقیق، قابل اعتماد و در عمل قابل اجرا هستند به کار گرفته شد. از این نظر، بررسی ادبیات موجود شامل غربالگری و انتخاب منابع اطلاعاتی برای اطمینان از اعتبار و صحت داده های تفسیر شده و ارائه شده می باشد که به سه مرحله و شش گام تقسیم بندی می شود (جدول شماره ۲).

جدول (۲) فرآیند سیستماتیک بررسی ادبیات پژوهش

مرحله	گام	توصیف
اکتشاف	اول	تدوین مسئله تحقیق
	دوم	جستجوی ادبیات نظری مناسب
	سوم	ارزیابی انتقادی پژوهش های انتخاب شده
	چهارم	ترکیب منابع مختلف
تفسیر	پنجم	تحلیل یافته ها
نتایج	ششم	ارائه گزارش نهایی

رویکرد روش شناسی با جستجوی ادبیات در پایگاه نمایه سازی اسکوپوس که مهمترین پلتفرم پایگاه آنلاین مقالات علمی است برای بازه زمانی ۲۰۱۰ الی ۲۰۲۳ آغاز شد. کلمه کلیدی «پایداری» برای شناسایی منابع بالقوه در مرحله اولیه جستجو استفاده شد و با توجه به نیاز به محدود کردن مراجع، ۲۸۷۱۱۴ سند مرتبط شناسایی گردید. در مرحله بعد برای کلمه کلیدی «کارآفرینی پایدار»، ۳۲۹ سند شناسایی گردید. در ادامه با اعمال معیارهای ورود به حوزه موضوعی شامل

کسب و کار، مدیریت و حسابداری تا پایان سال ۲۰۲۳، در نهایت در گزارش نهایی ۸۱ سند باقی ماند. در جدول شماره ۳ روش شناسی غربالگری در راستای دستیابی به منابع نهایی ارائه شده است.

جدول (۳) روش شناسی غربالگری پژوهش

تعداد اسناد	غربالگری	پایگاه اطلاعاتی: SCOPUS
۲۸۷۱۱۴	کلمه کلیدی: پایداری	ابرجستجوگر
۳۲۹	کلمات کلیدی: پایداری، کارآفرینی پایدار	
۸۱	کلمه کلیدی دقیق: کارآفرینی پایدار	معیارهای ورود
	کسب و کار، مدیریت و حسابداری	حوزه موضوعی

ارزیابی کیفیت و اعتبارسنجی مقالات انتخاب شده

در پژوهش حاضر برای ارزیابی کیفیت منابع انتخاب شده از چک لیست پریزما استفاده گردید. بدین منظور، پس از تعریف اصول مورد نظر، برای جمع آوری داده ها به جستجوی منابع پرداخته شد و سپس با استفاده از چک لیست پریزما، معیارهای مورد نظر از میان مقاله های مورد بررسی استخراج شدند. برای نمونه گیری از این چک لیست استفاده گردید که این روش شامل مراحل شناسایی، غربالگری، شایستگی و شامل شدن می باشد. در مرحله شناسایی، مقالات توسط استراتژی جستجو بازایی و ذخیره شدند. در این مرحله با توجه به جدول شماره ۳، تعداد ۲۸۷۱۱۴ مقاله در پایگاه اسکوپوس شناسایی شدند. در مرحله غربالگری با افزودن کلید واژه کارآفرینی پایدار، مقالات تکراری بین پایگاه ها حذف شدند؛ همچنین با مطالعه عنوان و چکیده، میزان ربط مقالات با اهداف پژوهش حاضر بررسی گردید و مقالات نامرتبط حذف و تعداد مقالات به ۳۲۹ مقاله رسید. سپس متن کامل مقالات باقیمانده تهیه و در مرحله شایستگی، کیفیت آنها بر اساس چک لیست پریزما مورد بررسی و امتیازدهی قرار گرفت. این چک لیست شامل ۲۷ آیتم است که هر آیتم دارای سه گزینه (قابل اجرا نیست، گزارش نشده و گزارش شده) می باشد که در آنها چگونگی نگارش عنوان، چکیده، روش ها، اهداف، نتایج، بحث و تحلیل ها و غیره مورد سؤال قرار گرفته است. به طور کلی مقالاتی که به بیش از ۸۰ درصد عناوین این چک لیست اشاره کرده بودند به عنوان مقالات نهایی با کیفیت بالاتر در راستای تحلیل انتخاب شدند که بر این اساس، در نهایت پس از اعمال این معیارها، ۸۱ مقاله برای ارزیابی نهایی مورد استفاده قرار گرفتند.

۴- یافته ها

با مرور سیستماتیک پژوهش های انجام یافته در حوزه کارآفرینی پایدار، می توان حوزه موضوعات مورد بررسی این مطالعات با توجه به چالش ها و سیاست های حمایتی را در حیطه های مختلفی مورد بررسی قرار داد، که نتایج آن در جدول شماره ۴ ارائه شده است.

جدول (۴) حیطه های موضوعی بررسی کارآفرینی پایدار

ردیف	حیطه موضوعی	برخی از پژوهشگران
۱	مدل های کسب و کار پایدار	(Scott., 2012), (Davies & Chambers., 2018), (Dhahri et al., 2021), (Dickel, 2018), (Eller et al., 2020), (Evans et al., 2017), (Johnsen, 2021), (Schaltegger et al, 2016) .
۲	مسئولیت اجتماعی شرکت و کارآفرینی پایدار	(Haldar, 2019), (Gast et al., 2017), (Schaefer et al., 2015), (Atiq & Karatas-Ozkan, 2013)
۳	کارآفرینی، توسعه پایدار و کارآفرینی پایدار	(Rosario & Raimundo 2024), (Rosário et al, 2022), (Cohen & Winn, 2007).
۴	شیوه های مدیریتی در کارآفرینی پایدار	(Fietz & Günther, 2021), (Lüdeke-Freund, 2020), (Rae, 2017), (Rosario & Raimundo 2024).
۵	انواع فرهنگ سازمانی و ارتباط آنها با کارآفرینی پایدار	(Poldner et al, 2017), (Mefi & Asoba, 2020), (Ploum et al, 2018), (Parra, 2013), (Pertuz et al, 2021), (Pankov et al, 2021).
۶	اهداف پیش برنده در کارآفرینی پایدار	(Paliwal et al, 2019), (Vuorioet al, 2018), (Pabst et al, 2021), (Obrecht et al, 2018).
۷	چالش های کارآفرینی پایدار	(Niemann et al, 2020), (Böckel et al, 2021), (Nave& Franco, 2019).

مدل های کسب و کار پایدار

مدل کسب و کار نشان دهنده تعامل بین عناصر و جریان ارزش در درون یک سازمان است. یک مدل کسب و کار بیانگر استراتژی اصلی سازمان برای اطمینان از سودآوری با تعریف واضح محصولات و خدمات، بازارهای هدف و هزینه های پیش بینی شده می باشد (Scott, 2012).

عناصر ارزش اولیه شامل ارزش پیشنهادی، ایجاد ارزش، تحویل و جذب ارزش می باشند. به گفته (Davies & Chambers, 2018)، ارزش پیشنهادی مربوط به سیستم خدمات محصول یک شرکت، مشتریان هدف و روابط فعلی است. ایجاد و تحویل ارزش با شیوه های حیاتی کسب و کار، به دست آوردن منابع، مدیریت کانال ها، شرکاء و استفاده از فن آوری

ها همراه است ([Dhahri et al., 2021](#)). جذب ارزش به ساختارهای هزینه و جریان درآمد اشاره دارد. در مدل های کسب و کار پایدار، کارآفرینان اقتصادی به طور همزمان بر تولید، ارائه و به دست آوردن ارزش های زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی اشاره دارند. تغییر عمده ای که توسط کارآفرینی پایدار ایجاد شده است، گذار به سمت مدل های کسب و کار خدمات محور می باشد که شامل ایجاد ارزش اقتصادی در کنار ایجاد ارزش برای جامعه است. در واقع، مدل های کسب و کار پایدار مستلزم آن است که کارآفرینان از ارزش اقتصادی فراتر رفته و به ادغام ارزش زیست محیطی و اجتماعی برای دستیابی به ارزش جامع تر بپردازند ([Dickel, 2018](#)). این جنبه، کارآفرینی پایدار را از کارآفرینی اجتماعی و محیطی متمایز می کند. به عنوان مثال، کارآفرینی اجتماعی به ایجاد ارزش اقتصادی و اجتماعی می پردازد در حالی که کارآفرینی زیست محیطی به ایجاد ارزش اقتصادی در حین حل مسائل زیست محیطی می پردازد ([Eller et al., 2020](#)). بر عکس کارآفرینی پایدار، با ادغام تمام این جنبه ها و تشویق کارآفرینان به تولید اقتصادی، اجتماعی و ارزش زیست محیطی به طور همزمان همراه است. در این صورت، جامعه از فعالیت های تجاری منتفع می شود، شرکت ها سود مالی را به حداکثر می رسانند و مشکلات زیست محیطی کاهش می یابد.

در استراتژی های مختلف کسب و کار در کارآفرینی پایدار از عواملی مانند سرپرستی، فناوری پاک، پیشگیری از آلودگی و چشم انداز پایداری استفاده می شود. این استراتژی ها توسط عوامل متعددی مانند کاهش فقر، تسهیل توزیع عادلانه منابع، افزایش شفافیت و کاهش ضایعات هدایت می شوند ([Evans et al., 2017](#)). این عوامل و استراتژیها موجب توسعه مدل های کسب و کار شده تا به جای اولویت دادن به انتظارات سهام داران، منافع همه ذینفعان را تأمین نمایند ([Contreras& Rodrigues, 2015](#)).

به اعتقاد ([Johnsen, 2021](#))، هدف مدل های کسب و کار پایدار ایجاد ارزش برتر برای مشتری با مشارکت در توسعه پایدار برای جامعه و سازمان است بنابراین در کارآفرینی پایدار رضایت بیشتری وجود دارد.

تحقیقات نشان داده است که مدل های کسب و کار پایدار لزوماً از طریق فناوریها یا محصولات و خدمات سبز بدست نمی آیند. به عنوان مثال، ([Evans et al., 2017](#)) نشان دادند که آنها را می توان با نوآوری در مدل کسب و کار به دست آورد. در این زمینه، کارآفرینان، به مفهوم سازی مدل های کسب و کار بر اساس روابط و مبادلات با ذینفعان می پردازند. در محیط کسب و کار فعلی، مصرف کنندگان قدرت تأثیرگذاری بر عملیات تجاری را با به اشتراک گذاشتن نظرات و بازخورد خود از طریق کانال های متعدد از جمله رسانه های اجتماعی دارند ([Evans et al., 2017](#)). اینترنت ارتباطات دو طرفه را تسهیل می کند و موقعیت مشتریان را از مصرف کنندگان منفعل گرفته تا مشارکت کنندگان فعال تغییر می دهد ([Schaltegger et al., 2016](#)). در نتیجه، شرکت ها به طور مداوم داده های بدست آمده از مشتریان و سایر ذینفعان را در مدل های کسب و کار خود برای برآورده کردن انتظارات و خواسته های مشتریان استفاده میکنند. در نتیجه، بر اساس کارآفرینی پایدار، مشتریان در ایجاد ارزش و فرآیندهای کسب و کار درگیر بوده و فرآیند ارتباط با مشتری سازمانی نیز تقویت می شود.

مسئولیت اجتماعی شرکت و کارآفرینی پایدار

در دو دهه گذشته، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی به دلیل اثرات زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی گسترده مرتبط با مشاغل مورد توجه بسیاری از محققان قرار گرفته است. به طور سنتی، مسئولیت اجتماعی شرکتی از نظریه

ذینفعان به عنوان چشم اندازی که در آن شرکت ها رفتارهای مسئولیت پذیر از نظر زیست محیطی یا اجتماعی را در پاسخ به خواسته های ذینفعان انجام می دهند، تفسیر می شود (Halder, 2019). این تئوری نشان می دهد که کارآفرینان و مدیران سازمانی به فشارهای ذینفعان برای هدایت شیوه ها و فعالیت های شرکت واکنش نشان می دهند. با این وجود، در سالهای اخیر مسئولیت اجتماعی شرکتی در حال تبدیل شدن به یک رویکرد فعالتر است، جایی که شرکتها رقابت خود را برای ایجاد ارزش برای خود و جامعه افزایش می دهند. در این زمینه، رفتار کارآفرینی در سراسر سازمان از بالا به پایین گسترش می یابد (Schaltegger et al., 2016). اتخاذ یک موضع پیشگیرانه که به شرکت ها اجازه می دهد تا محیط رقابتی خود را برای انجام سرمایه گذاری مناسب، تجزیه و تحلیل کنند (Gast et al., 2017). به عنوان مثال، تقاضا برای محصولات سبز باید شرکتها را به نوآوری، ریسک و بازاریابی این محصولات ترغیب کند قبل از اینکه رقبای خود این فرصت را کشف کنند و مزیت رقابتی ایجاد نمایند (Simon & Etti., 2019).

از نقطه نظر کارآفرینی پایدار، مسئولیت اجتماعی شرکتی نیازمند حفظ شرکتها با تمرکز استراتژیک و کارآفرینانه بر مسئولیت اجتماعی خود با اتخاذ رویکرد پیشگیرانه به جای رویکرد واکنشی است (Schaefer et al., 2015). بنابراین، در مسئولیت اجتماعی شرکتی زمینه پایداری به عنوان مکانیزمی برای پرداختن به مسائل اجتماعی، اقتصادی و تقاضاهای محیطی برای بهبود عملکرد مالی سازمان و رفاه و سلامتی جامعه در نظر گرفته شده است.

اتخاذ مسئولیت اجتماعی شرکتی در کارآفرینی پایدار می تواند با مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی استراتژیک مرتبط باشد. به گفته (Atiq & Karatas-Ozkan, 2013)، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی استراتژیک لزوم پاسخگویی کسب و کارها به مشکلات اجتماعی از طریق برنامه ها، سیاست ها و فرآیندهایی در راستای ایجاد موقعیت های برد-برد سودمند برای شرکتها و جامعه را امکان پذیر می سازد.

با این حال، استدلال می شود که موفقیت ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکتی استراتژیک بر اساس توانایی های شرکت ها برای همسویی آنها با فعالیت ها و مأموریت های اصلی تجاری است. با انجام این امر، مسئولیت اجتماعی شرکتی استراتژیک، عاملی اساسی برای اهداف شرکت محسوب می شود. یکی از مشکلات عمده تضعیف تلاش های پایداری این است که بیشتر سازمان ها هنوز پایداری را در استراتژی های اصلی و مدل های کسب و کار خود دخیل نکرده اند (Gopinath & Mitra, 2017). بنابراین، مفهوم مسئولیت اجتماعی شرکتی استراتژیک این چالش را با تشویق کارآفرینان پایدار به پذیرش و ادغام مسئولیت اجتماعی در استراتژی ها و شیوه های کسب و کارهای اصلی حل می نماید.

زمانی که مسئولیت اجتماعی شرکتی استراتژیک برای مأموریت سازمان یک اصل باشد؛ مدیریت و کارکنان در دستیابی به اهداف مسئولیت اجتماعی شرکت با انجام پروژه های مرتبط به صورت داوطلبانه و مشهود فعال خواهند بود. چنین تعهدی می تواند تمایل و نگرش نسبت به پایداری که منجر به کارآفرینی پایدار و توسعه شود، را افزایش دهد (Salome et al., 2013).

در بیشتر موارد، شرکت ها ابتکارات مسئولیت اجتماعی شرکت را در راستای پاسخگویی به انتظارات ذینفعان خود اتخاذ می کنند. تحت مسئولیت اجتماعی استراتژیک شرکتها، برنامه های مسئولیت اجتماعی و خط مشی ها با مأموریت و استراتژی اصلی شرکت همسو می شوند. یعنی به طور همزمان به سودآوری سازمانی، حفاظت از محیط زیست و سلامت اجتماعی توجه می شود (Johnsen et al., 2018).

هدف شرکت به جای دفاع از خود در برابر فشارهای خارجی، دستیابی به اهداف پایداری خاص با گنجاندن آن اهداف در شیوه های تجاری و استراتژی ها است. این رویکرد پیشگیرانه با ترویج هر سه ارکان پایداری یعنی ارکان زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی، موقعیت برد- برد را ایجاد می نماید.

مسئولیت اجتماعی استراتژیک شرکتی در کارآفرینی پایدار شامل سرمایه گذاری در جنبه های اجتماعی ویژگی های رقابتی کسب و کار و تبدیل زنجیره ارزش برای ایجاد محصولات نوآوری است که به طور همزمان به نفع شرکت و جامعه باشد. (Atiq & Karatas-Ozkan., 2013). از این استدلال که فعالیت های مسئولیت اجتماعی شرکت باید به فعالیتهای زنجیره ارزش مرتبط باشد، حمایت نمودند. برای دستیابی به پایداری و بهینه سازی مزایای مرتبط با آن، شرکت ها نیاز دارند تا به نگرانی های زیست محیطی، اجتماعی و اقتصادی در کل زنجیره تأمین رسیدگی نمایند (Klapper et al., 2021). زنجیره تأمین پایدار، متمرکز بر شیوه های اجتماعی و زیست محیطی مسئولانه ای است که از کره زمین و مردم حفاظت نماید و به رشد کسب و کار منجر شود (Raposo et al., 2020). با اتخاذ چنین رویکرد جامعی، شرکت ها می توانند موجب کاهش زباله ها در محیط زیست، بهبود شرایط کار، حذف استثمار کارکنان، افزایش سلامتی و ایمنی همه ذینفعان شوند (Abdelnaeim et al, 2021). همچنین این فعالیتهای می تواند موجب بهبود وضعیت رقابتی شرکت، وجهه و شهرت، جذب کارکنان واجد شرایط و مشتریان وفادار شوند.

علیرغم علاقه فزاینده در دهه گذشته به کارآفرینی پایدار، هیچ اجماعی در زمینه تعریف کارآفرینی پایدار وجود ندارد (Halberstadt et al., 2019). انجام تحقیقات مختلف موجب ایجاد پیوند بین مفهوم توسعه پایدار و کارآفرینی تحت عنوان کارآفرینی زیست محیطی یا کارآفرینی اجتماعی شده است. با این وجود، کارآفرینی پایدار به عنوان شکل خاصی از کارآفرینی می تواند به دلیل لحاظ نمودن همزمان انگیزه و اهداف پایدار و همچنین اهداف تجاری، متمایز از کارآفرینی زیست محیطی یا اجتماعی باشند (Schaltegger & Wagner, 2011). در حالی که مفهوم کارآفرینی متعارف، بر خلق ارزش اقتصادی تمرکز دارد (Diepolder et al., 2021). مرور سیستماتیک ادبیات در زمینه کارآفرینی پایدار توسط (Greco & de Jong, 2017) و (Binder & Belz, 2015)، نشان دادند که کارآفرینی پایدار به عنوان فرآیند کشف یا ایجاد و بهره برداری از فرصت های تجاری برای توسعه و اجرای موفقیت آمیز نوآوری کالاها و خدمات با ارزش اکولوژیکی، اجتماعی و اقتصادی در بازار تعریف شود (Pacheco, 2010) که این موضوع در جدول شماره ۵ ارائه شده است.

جدول (۵) اهداف انواع کارآفرینی (منبع: Diepolder et al., 2021).

کارآفرینی سنتی	کارآفرینی اجتماعی یا زیست محیطی	کارآفرینی پایدار
ارزش اقتصادی	ارزش اقتصادی و اجتماعی یا زیست محیطی	ارزش اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی

اعتقاد بر این است که کارآفرینی پایدار یک ابزار امیدوارکننده برای رسیدگی به از دست رفتن تنوع زیستی مانند کاهش منابع طبیعی و همچنین مشکلات اجتماعی مانند فقر و گرسنگی است (Diepolder et al., 2021).

کارآفرینی، توسعه پایدار و کارآفرینی پایدار

اگرچه شناخت فرصت از ویژگیهای اساسی کارآفرینی است، اما کارآفرینی اغلب پدیده ای ناپایدار است. با توجه به این مسأله که ظرفیت و نیت در کارآفرینی، ایجاد فرصتهای جدیدی است که در آن فرصتها اهداف زیست محیطی و اجتماعی، سودآوری و در نتیجه کسب و کار پایدار در نظر گرفته می شود، توسعه پایدار می تواند مشارکت جهانی را برای تداوم پویایی، رشد اقتصادی، عدالت اجتماعی و حفظ ظرفیتهای زیست محیطی نه تنها برای حال که برای نسل های آتی فراهم کند که این امر نشان دهنده نوعی نگرش جامع نگر و تعهد برای بهبود آینده مشترک انسانی است. به طور کلی، بحث اصلی توسعه پایدار این است که منابع طبیعی اندک است و تامین رفاه انسانی باید در قالب این مسأله در نظر گرفته شود. بنابراین با توجه به این مسائل افراد باید به گونه ای از منابع استفاده کنند که فرصتهای نسل آتی را تخریب نکنند، لذا به منظور کاهش این مشکل، کارآفرینان به دنبال نوآوری هایی هستند که کانالها و خدمات پایداری را تولید کنند. در این راستا به منظور حفاظت از محیط زیست، کارآفرینی پایدار مطرح شد که با در نظر گرفتن منابع محیطی محدود قادر به توسعه، بهبود و پایداری است ([Wagner & Schaltegger, 2011](#)). اصطلاح کارآفرینی پایدار یک مفهوم در پیوند توسعه پایدار به کارآفرینی است. کارآفرینی پایدار به عنوان یک اصطلاح جمعی برای کارآفرینی محیط زیست، کارآفرینی سبز و کارآفرینی اجتماعی در نظر گرفته می شود. البته باید یادآور شد که در بررسی کارآفرینی پایدار بیشتر مطالعات روی کارآفرینی زیست محیطی متمرکز هستند که قابل توجه است ([Cohen & Winn, 2007](#)).

شیوه های مدیریتی در کارآفرینی پایدار

برای تولید کالاها و خدمات پایدار نیاز به رهبری سازمانی، مدیریت منابع و ادغام منابع و قابلیت ها می باشد. مسئولیت های مرتبط با پایداری باید در تمام سطوح درون سازمان توزیع شود تا از کارایی و موفقیت ابتکارات اجرا شده اطمینان حاصل شود ([Leendertse et al, 2021](#)). در این زمینه رهبری عالی باید اطمینان حاصل کند که سطوح ارشد و میانی مدیران به پشتیبانی و راهنمایی برای تصمیم گیری و مبادله دسترسی دارند ([Ramos & Vidal, 2021](#)).

حمایت رهبران باعث کاهش تعارضات احتمالی می شود که ممکن است به دلیل تفاوت در علایق و رویکردها رخ دهد. در صورت وجود رهبران حامی، کارکنان و مدیران بخشها، مایل به نوآوری محصولات و خدمات و به اشتراک گذاری ایده های نوآورانه خواهند بود. بنابراین موفقیت در کارآفرینی پایدار به طور قابل توجهی به حمایت رهبری بستگی دارد.

رهبران و مدیران، مسئول ایجاد فرهنگ سازمانی هستند که از کارآفرینی پایدار حمایت می کند. فرهنگ سازمانی به هنجارها، باورها، ارزش ها و هنجارهای مشترکی اشاره دارد که بر عملیات روزانه کارکنان و مدیریت تأثیر می گذارند ([Fietz & Günther, 2021](#)). از شیوه های مدیریتی، مانند تقویت ارزش های زیست محیطی و باورها، می تواند یک فرهنگ سازمانی ایجاد کند که پایداری را در اولویت قرار دهد ([Lüdeke-Freund, 2020](#)).

رهبران و مدیران می توانند چشم اندازی از زیردستان خود ایجاد کرده و با آنها ارتباط برقرار کنند تا از این طریق بتوانند اصول پایداری را در راستای اثرگذاری بر ادراک و نگرش کارکنان نسبت به کارآفرینی پایدار ترویج کنند ([Sullivan, 2018](#)). به عنوان مثال، آنها می توانند به کارکنان آموزش و دستورالعمل هایی برای دستیابی به پایداری شرکت برای درک و پذیرش تغییرات ارائه دهند ([Rae, 2017](#)).

با توجه به پیچیدگی ها و ابهام مفهوم پایداری، اکثر مردم در ادغام جنبه های اجتماعی، زیست محیطی و اقتصادی در فرآیندها و استراتژیهای تجاری خود مردد هستند. بنابراین برنامه های آموزش می تواند این مشکل را از طریق ارائه اطلاعات کافی در مورد پایداری، مسائل مرتبط و پیامدهای آن کاهش دهد. در نتیجه، دانش و مهارت های بدست آمده به کارکنان کمک می کند تا نیاز به تغییر و نوآوری برای بهبود عملکرد و سودآوری کسب و کار در حین ترویج سلامت محیطی و اجتماعی را درک نمایند (Rosario & Raimundo 2024).

انواع فرهنگ سازمانی و ارتباط آنها با کارآفرینی پایدار

فقدان یک جنبه از پایداری شرکت و موارد متفاوت شیوه های فرهنگی در درون سازمان ها منجر به اتخاذ انواع متعدد فرهنگ ها شده است. فرهنگ سازمانی برای هر شرکتی به دلیل اشتراکات متفاوت باورها و ارزش ها، رویکردهای رهبری و شیوه های تجاری، منحصر به فرد است. با این وجود، (Fietz & Günther, 2021)، چهار نوع فرهنگ را شناسایی نمودن که پایداری شرکت را امکان پذیر می سازد که عبارت اند از فرهنگ ادھوکراسی، فرهنگ بوروکراسی، فرهنگ قبیلہ ای و فرهنگ بازار. این فرهنگ های سازمانی به علت تفاوت در ارزشها، هنجارها، فلسفه های سازمانی، سبک های مدیریتی و استراتژی ها، رویکردهای متفاوتی به پایداری دارند (Poldner et al, 2017). اگر چه امکان ترکیب این فرهنگ ها وجود دارد، اما در هر شرکت یک فرهنگ غالب تر است هر چند ممکن است در کنار فرهنگ غالب، ویژگی هایی از سایر فرهنگ ها نیز موجود باشد. در ادامه به تشریح ارتباط هر کدام از این فرهنگها با پایداری خواهیم پرداخت:

فرهنگ ادھوکراسی و کارآفرینی پایدار: بر اساس این فرهنگ ها به دنبال دستیابی به پایداری شرکتی با تمرکز بر آزمایش، نوآوری و ریسک پذیری هستند. ادھوکراسی مبتنی بر فرهنگ مشارکت است بدین صورت که در آن کارکنان برای تصمیم گیری و حل مشکلات با یکدیگر همکاری می کنند و از استراتژی یکپارچه و جامع پایدار برای بهبود تغییر و یادگیری سازمانی استفاده می نمایند (Fietz & Günther, 2021). از آنجایی که مدیران و کارکنان مسئولیت مشترکی در دستیابی به اهداف مورد نظر سازمانی برای بهبود عملکرد شرکت و مزیت رقابتی دارند بنابراین نیاز است تا آنها اهمیت دستیابی به پایداری را درک کنند (Mefi & Asoba, 2020). فرهنگ های ادھوکراسی به احتمال زیاد به پایداری شرکتها کمک می نماید زیرا به موجب این فرهنگ بر فرآیندهای انعطاف پذیر، محیط های کاری نوآورانه، شکستن هنجارهای موجود و ارائه برنامه های پیشگام تأکید می شود.

فرهنگ بوروکراسی و کارآفرینی پایدار: تمرکز در فرهنگ های بوروکراسی بر کارایی است. مثلاً "شرکت هایی که از این فرهنگ سازمانی استفاده می کنند می توانند با کاهش ضایعات و مواد اضافی که تلاش های کارایی را تضعیف می کند، به پایداری سازمانی دست یابند. علاوه بر این، آنها ممکن است فرآیندهای تولید، محصولات و خدمات را برای کاهش هزینه ها ساده کنند. (Fietz & Günther, 2021). بیان می کند که فرهنگ های بوروکراسی کارآمد محور هستند که در آن تمام وظایف و مسئولیت ها در سطوح سازمانی تعریف و تفویض شده اند. با این حال، مزیت رقابتی ناشی از این نوع فرهنگ ممکن است محدود باشد. به عنوان مثال، تمرکز بر کارایی و انطباق با فرآیندها و سیستم های موجود ممکن است نوآوری و خلاقیت کارکنان را محدود کند (Ploum et al, 2018). در نتیجه، احتمال پیشرفت برای شرکتهایی که از این نوع فرهنگ استفاده می کنند نسبت به استفاده کنندگان از فرهنگ ادھوکراسی آهسته تر است.

فرهنگ قبیله ای و کارآفرینی پایدار: فرهنگ قبیله ای بر ایجاد یک محیط سازمانی خانواده محور مانند تمرکز بر اشتراک اهداف، مقاصد و اجماع تأکید دارد. در بین چهار فرهنگ ذکر شده، این نوع فرهنگ کمتر رقابتی بوده و ممکن است بر توسعه پایداری ابتکارات یا برنامه ها تأثیرگذار باشد. در این نوع فرهنگ، برای ایجاد پایداری از ظرفیت های تعاملات اجتماعی و روابط بین فردی استفاده می گردد (Fietz & Günther, 2021). مانع اولیه در این نوع فرهنگ، اجماع بر منحصر به فرد بودن ایده ارزشی می باشد. مثلاً "یک کارمند می تواند یک ایده نوآورانه برای ارتقای پایداری ارائه دهد. با این حال، شکست در جذب سایر کارکنان برای حمایت از این ایده، اجرای آن را محدود می نماید. در نتیجه، گروه فکری می تواند مانع نوآوری شود و منجر به موفقیت های کند پایداری گردد (Rosario & Raimundo, 2024).

فرهنگ های بازار و کارآفرینی پایدار: فرهنگ سازمانی بازار بر رقابت بین سازمان و رقبای آن در صنعت و در میان کارکنان تأکید دارد. به موجب این نوع فرهنگ، استراتژی پایدار شرکتی مورد قبول است که خروجی ها را به حداکثر و ورودی ها را به حداقل برساند. در واقع این یک رویکرد سرمایه داری است که کارکنان را تشویق به ایجاد اهداف و ارائه تلاش برای رسیدن به آنها می کند (Parra, 2013). در این صورت، کارکنان ممکن است با توجه به ارزیابی و نظارت دقیق بر عملکردشان، تنبیه یا تشویق شوند. مدیریت به عملکرد فردی برای موفقیت سازمانی مربوط است. اگر چه این نوع فرهنگ منجر به سود بیشتر و گسترش سهم بازار می شود، اما اهداف کوتاه مدت را بر اهداف بلندمدت ترجیح می دهند (Pertuz et al, 2021). زیرا از آنجایی که بر اساس عملکرد فردی به کارکنان پاداش اعطا می شود، بنابراین آنها ممکن است اهداف کوتاه مدت و دست یافتنی را انتخاب کنند. با این حال، پایداری یک هدف بلندمدت است که شامل در نظر گرفتن عملکرد فعلی و آینده سازمان و تأثیر آن بر نسل های فعلی و آتی است (Pankov et al, 2021). به عنوان مثال، پیگیری کاهش هزینه می تواند به ضرر عوامل محرک پایداری مانند کاهش فقر و بهبود شرایط کار باشد.

اهداف پیش برنده در کارآفرینی پایدار

اهداف پیش برنده، ارزش های مختلفی دارند که بیانگر نیت کارآفرینان هستند. ارزش های شخصی محرک های حیاتی هستند که اولویت ها و رفتارهای فرد را در فرصت های کارآفرینی تعیین می کنند (Paliwal et al, 2019). هنگام تأسیس یک شرکت، ابتدا کارآفرین باید تحت یک فرآیند داخلی قرار گیرد که منجر به سرمایه گذاری در یک صنعت خاص می شود. محققان معتقدند که اگرچه شروع کسب و کار با یک تصمیم فردی آغاز می شود ولی در اغلب تحقیقات نادیده گرفته می شود. در زمینه کارآفرینی پایدار نیز، کارآفرین باید ارزشها و باورهای شخصی مختلف را همراستا با اهداف و احساس مسئولیت اخلاقی در نظر بگیرند (Karimi & Makreet, 2020). علاوه بر این، آنها ممکن است اولویت هایی مانند منافع شخصی، مشارکت در جامعه، اشتغال، انتخاب ها، اعتبار، قدرت و موقعیت را مد نظر داشته باشند (Vuorioet al, 2018).

در بیشتر موارد، عوامل توسط شخصیت فرد هدایت می شوند. به عنوان مثال، فرد دلسوز به دلیل نگرانی از رنج یا مصیبت دیگران با احتمال بیشتری ممکن است به فعالیتهای کارآفرینی پایدار اقدام نماید. بر عکس برای یک شخص حریص، منافع پولی در اولویت قرار دارد بنابراین این شخص به احتمال زیاد به کارآفرینی متعارف که سود محور است، اقدام می نماید.

نقش ارزش های شخصی در پیشبرد نیت کارآفرینی را می توان با استفاده از مفاهیم نظریه شوارتز در کارآفرینی تبیین نمود. بر اساس این نظریه، افراد در مواجهه با شرایط مشابه تصمیمات متفاوتی می گیرند و اقدامات مختلفی را به دلیل اولویت های ارزشی متفاوت انجام می دهند (Karimi & Makreet, 2020). به عنوان مثال، افرادی که خود هدایتی را ترجیح می دهند به احتمال زیاد یک کسب و کار را انتخاب می کنند که به آنها استقلال و کنترل بیشتری می دهد.

همچنین گشودگی به تغییر به طور بالقوه یک ارزش شخصی در میان کارآفرینان پایدار است، زیرا امکان تفکر و اقدام مستقل را فراهم می کند. پایداری مفهومی است که به طور مداوم بر اساس نیازهای مردم در حال تحول است. با جهانی شدن و مهاجرت، تغییرات جمعیتی و نیازهای مردم، تنوع بیشتری پیدا می کنند (Pabst et al, 2021). بنابراین، آماده بودن برای پذیرش تغییر، امری حیاتی در کارآفرینی پایدار برای کمک به سرمایه گذاران می باشند تا از این طریق بتوانند خود را با نیازها و انتظارات در حال تغییر جوامع مطابقت دهند.

نگرش مثبت نسبت به پایداری و کارآفرینی، محرک کلیدی برای کارآفرینی پایدار می باشد. نگرش، رویکرد تجاری را هنگام ورود به یک کسب و کار تعیین می کند.

عوامل مختلفی مانند مطلوبیت سرمایه گذاری تجاری پایدار، نوآوری، نیاز به دستاوردها، کنترل شخصی و عزت نفس می توانند بر نگرش فرد تأثیرگذار باشند (Muñoz & Cohen, 2018). بنابراین باید بین اهداف شخصی و نتایج پیش بینی شده بخش پایداری مورد نظر همبستگی وجود داشته باشد. دانش و مهارت می توانند درک کارآفرین از سرمایه گذاری های پایدار را بیشتر تقویت نماید (Obrecht et al, 2018). در نتیجه، عوامل متعددی بر نگرش فرد نسبت به کارآفرینی پایدار و تمایل به ریسک در امور مالی و نوآوری در محصولات و خدمات دخالت دارد.

چالش های کارآفرینی پایدار

ریسک های درک شده، موانع اصلی در دستیابی به پایداری هستند. کارآفرینان در حالی که اغلب با معضلات اخلاقی مرتبط با منافع اقتصادی روبرو هستند باید به منافع اجتماعی و زیست محیطی نیز توجه نمایند. در این زمینه، آنها در تلاش برای ایجاد تعادل بین تأمین منافع شخصی و تأمین نیازهای دیگران هستند. در کنار این، کارآفرینان پایدار اغلب از فرصت های ناشی از نادیده گرفتن عوامل محیط زیست و اجتماعی و نگرانی هایی که پرداختن به آنها پیچیده تر از کارآفرینی متعارف است، استفاده می نمایند (Niemann et al, 2020).

مدل های کسب و کار سود محور یا بازار محور مبتنی بر کارآفرینی سنتی اغلب مسائل اجتماعی و محیطی را نادیده می گیرند چرا که پرداختن به این مسائل می تواند موجب کاهش سود شرکتها شود (Böckel et al, 2021). با توجه به اینکه پایداری هنوز در حال تحول است، شرکتها به ویژه شرکت های کوچک و متوسط در دسترسی به فناوری های پیشرفته و منابع با محدودیت مواجه اند. سیستم ها و محصولات سنتی مانع بزرگی برای تحقق مزایای کارآفرینی پایدار هستند. کارآفرینان اقتصادی ملزم به ایجاد تغییرات نهادی در قوانین و مقررات، سیاستها و هنجارها هستند (Abdelkafi & Hansen, 2018). به عنوان مثال، در اکثر کشورها، به منابع انرژی تجدید ناپذیر، یارانه تعلق می گیرند و به گونه ای قیمت گذاری می شوند که کار را برای عرضه انرژی های تجدید پذیر سخت می کنند (Nave & Franco, 2019). زیرساخت های ناکافی و تغییرات قیمت، تلاش ها برای محبوبیت انرژی سبز را تضعیف می کند؛ به طور مشابه، سیاست ها و سنت های عمومی فعلی

به نفع کارآفرینی سنتی است و نفوذ کارآفرینی پایدار به بخش‌های خاص را دشوار می‌سازد. از جمله چالش دیگر کارآفرینی پایدار می‌توان به سرمایه مالی اشاره نمود. این چالش نشان دهنده این است که سرمایه مالی می‌تواند منبع بسیاری از فعالیت‌هایی باشد که به محیط کارآفرینی پایدار کمک می‌کنند. کارآفرینان بذر پیشرفت جامعه هستند ولی آنها به منابع مالی و اقتصادی نیاز دارند. منابع مالی منبع اساسی هم برای استارت آپ‌ها و هم برای شرکت‌هایی با استراتژی رشد هستند بنابراین دسترسی به این نوع منابع برای کارآفرینان پایدار ضروری است (Mendes et al., 2022). چالش سرمایه انسانی از جمله دیگر چالش‌های کارآفرینی پایدار محسوب می‌شود. زیرا دسترسی کمتر به سرمایه انسانی تحصیل کرده و آموزش دیده می‌تواند مانعی برای توسعه کسب و کارها یا زیرساخت‌های سازمانی، روندها یا سیستم‌های دخیل در توسعه شرکتها در مراحل اولیه باشد بر این اساس توسعه سرمایه انسانی به عنوان یکی از پیش نیازهای کارآفرینی پایدار مطرح شده است (Grigore & Dragan., 2020). در نهایت اینکه ایجاد و ترویج ارزش‌ها و رفتارهای کارآفرینانه پایدار که فرهنگ کارآفرینی نامیده می‌شود باید یکی از مؤلفه‌های کلیدی توسعه کارآفرینی پایدار باشد و از طریق سیاستها و برنامه‌های ترویجی در تمامی سطوح و ساختارهای اجتماعی دنبال شود. در این زمینه باید توجه داشت که سازماندهی فرصت‌های پنهان، توجه به نوآوری و خلاقیت و حمایت رسانه‌ای از کارآفرینی پایدار می‌تواند نقش مهمی ایفا کند (Aliabadi et al., 2022).

۵- بحث و نتیجه‌گیری

به طور خلاصه، کارآفرینی پایدار در راستای دستیابی به پایداری و پذیرش شیوه‌های کسب و کار پایدار برای محافظت از مردم، کره زمین و دستیابی به سود مورد استفاده قرار می‌گیرد. کاهش منابع طبیعی، کمبود آب، خشکسالی و از دست رفتن تنوع زیستی به مسائل حیاتی تبدیل شده است که حل آن نیازمند راه‌حل‌های کارآفرینانه است. کارآفرینی پایدار قصد دارد با اجرای راهبردهایی این مشکلات را حل نماید و راه‌حل‌هایی برای نسل‌های فعلی و آینده جهت پاسخگویی به نیازها و مسائل اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی ارائه دهد. طبق گزارش کمیسیون جهانی محیط زیست و توسعه^۱ (WECD)، رفع نیازهای فعلی نباید موجب ایجاد خطر برای نسلهای آینده شود. بنابراین، کارآفرینی پایدار در راستای ایجاد رشد بلند مدت و فرصت‌های توسعه، ایجاد تعادل برای سلامتی اقتصادی، تاب‌آوری محیطی و برابری اجتماعی را در اولویت قرار می‌دهد. کارآفرینی نیاز به ارتباط بین حضور فرصت‌ها و حضور افرادی که این فرصت‌ها را کشف و بهره‌برداری می‌کنند، دارد. این بدان معنی است که کارآفرینی فراتر از اقدام ایجاد یک کسب و کار جدید است و در این مسیر، با چالش‌هایی همراه است که می‌تواند با تعهد واقعی دولت، مؤسسات آموزشی و سایر سازمان‌ها بهبود یابد.

با این حال، تحقیقات حاکی از آن است که دستیابی به سطوح مطلوب پایداری نیازمند همکاری بین بازارها، دولت‌ها و شرکت‌ها می‌باشد. دولت باید سیاست‌ها و استانداردهایی را ایجاد و اجرا نماید که رویه‌های تجاری و کسب و کار را برای کاهش انتشار گازهای گلخانه‌ای، حفظ منابع طبیعی و حفاظت از محیط زیست تنظیم می‌نماید. همچنین شرکتها باید با توجه به این مقررات، اهداف پایداری را در استراتژیهای اصلی و مدل‌های کسب و کار خود ادغام نمایند. در بازارها، از جمله مشتریان می‌توانند با مطالبه مسئولیت‌پذیری اجتماعی از شرکتها، به پایداری کمک نمایند. که این یافته‌ها مطابق با

¹ . World Commission on Environment and Development (WECD)

نتایج پژوهش های (Leendertse et al., (Schaltegger& Wagner, 2011)، (Dickel, 2018)، (Dhahri et al., 2021)، (Pabst et al, 2021)، (Lüdeke-Freund, 2020)، (2021)، (Pankov et al, 2021)، (Obrecht et al, 2018)، می باشد.

به طور کلی دولت ها نقش هدایتگری کارآفرینی پایدار را برعهده دارند و در ساخت و حفظ کارآمد کارآفرینی پایدار نقش حیاتی ایفا می کنند. دولت و رهبری از ابعاد سیاست های کارآفرینی پایدار است که نه تنها از فعالیت های کارآفرینی حمایت می نمایند، بلکه قوانین و مقرراتی نیز برای اداره آن ارائه می نمایند به گونه ای که در پژوهش های مختلف بر سیاست گذاری صحیح کارآفرینی توسط دولت به عنوان یک پیش نیاز جهت شکل گیری و توسعه کارآفرینی پایدار تأکید شده است (Liguori et al., 2019).

همچنین، برای اطلاع از درک فرآیند کارآفرینی پایدار، نیاز به درک زمینه اقتصادی، نهادی، صنعتی و ویژگی های بازار و تعبیه فضایی آنها در سطح محلی، منطقه ای، ملی و مقیاس های فرا ملی است (Rosario& Raimundo, 2024).

بر این اساس، سیاست گذاران دولتی و سایر بازیگران کلیدی در صنعت مانند اتحادیه ها و انجمن ها، باید چشم انداز فعلی را بشناسند و اصلاحات بعدی را انجام داده و در این فرآیند بازیگران دولتی و خصوصی را به عنوان مثال برای تأمین مالی در راستای ایجاد منافع و ارزشهای متمایز و تأمین هزینه ها مشارکت دهند. قابل توجه است که گذار به سمت مدل های کسب و کار خدمات محور به طور قالب توجهی به رشد کارآفرینی پایدار کمک کرده است. این مدلها، با مشارکت همه ذینفعان در طول فرآیند تولید از جمله زنجیره تأمین، مشتریان و کارکنان، ایجاد ارزش مشترک را توسعه می دهند. برخلاف کارآفرینی سنتی که در آن اولویت صرفاً با سهامداران است، کارآفرینی پایدار به رفع نیازهای همه ذینفعان توجه ویژه دارد. با این وجود، علیرغم مزایای به دست آمده یا وعده داده شده توسط مدل های کارآفرینی پایدار، چالش ها و ریسک های مختلف، مانع از حداکثر بهره برداری از فرصت های کارآفرینی پایدار شده است.

- پیشنهاد های اجرایی پژوهش

با توجه به نتایج بدست آمده در پژوهش حاضر، می توان پیشنهاد های زیر را ارائه نمود:
با توجه به اهمیت موضوع کارآفرینی پایدار در زمینه های اقتصادی، اجتماعی و زیست محیطی، پیشنهاد می گردد که دانشگاه ها و سازمان های اجرایی دولتی با حمایت از پژوهش ها و مطالعات علمی در حوزه کارآفرینی پایدار، زمینه رشد علمی در این حوزه را در ایران ایجاد نمایند.
به سیاست گذاران مدیریت در سطح کشور پیشنهاد می گردد که جهت بهبود وضعیت کارآفرینی پایدار نسبت به بهبود و اصلاح زیرساختها، سیستم های حمایتی، سیاستی، فرهنگی و اجتماعی کشور اقدام نمایند.

- پیشنهادات برای پژوهش های آتی

با توجه به موضوع، جامعه و روش پژوهش حاضر، می توان پیشنهاداتی را برای پژوهش های آتی ارائه نمود:
با عنایت به اینکه در این پژوهش به تولیدات علمی حوزه کارآفرینی پایدار در پایگاه اسکوپوس، پرداخته شده است، پیشنهاد می شود در پژوهش های آتی وضعیت تولیدات علمی کارآفرینی پایدار در سایر پایگاه های معتبر داخلی و خارجی مورد مطالعه قرار گیرد.
پیشنهاد می گردد پژوهش های آتی به شناسایی عوامل مؤثر بر توسعه کارآفرینی پایدار در حوزه هایی که تاکنون به آنها پرداخته نشده یا کمتر مورد توجه قرار گرفته اند و کشف روابط میان آنها در قالب یک نظریه جدید هدایت شوند.

به محققان پیشنهاد می گردد تا به ارائه مدلی جهت رفع موانع کارآفرینی پایدار بر اساس سیاست گذاری های بخش مدیریت دولتی بپردازند.
در نهایت برای بهبود تولیدات علمی در زمینه کارآفرینی پایدار پیشنهاد می گردد که در پژوهش های آتی، از رویکرد آمیخته (کیفی- کمی) استفاده گردد.

References

- Abdelkafi, N.; Hansen, E.G.(2018). Ecopreneurs' creation of user business models for green tech: An exploratory study in e-mobility. *Int. J. Entrep. Ventur.*, 10, 32–55. <https://doi.org/10.1504/IJEV.2018.090978>.
- Abdelnaeim, S.M.; El-Bassiouny, N.M.; Paul, P., (2021). Up-fuse transforming plastic waste into innovative products: The case study of a sustainable Egyptian start-up. *Emerald Emerg. Mark. Case Stud*, 11, 1–13. DOI:10.1108/EEMCS-04-2020-0131.
- Adomako, S.; Amankwah-Amoah, J.; Danso, A.; Dankwah, G.O., (2021). Chief executive officers' sustainability orientation and firm environmental performance: Networking and resource contingencies. *Bus. Strategy Environ.*, 30, 2184–2193. <http://doi.org/10.1002/bse.2742>.
- Aliabadi, V., Ataei, P., and Gholamrezai, S. (2022). Identification of the relationships among the indicators of sustainable entrepreneurial ecosystems in agricultural startups. *Journal of Innovation and Knowledge*, 7: 1-9. <https://doi.org/10.1016/j.jik.2022.100245>, (In Persian).
- Amatucci, F.M.; Pizarro, N.; Friedlander, J.(2013). Sustainability: A paradigmatic shift in entrepreneurship education. *N. Engl. J. Entrep.*, 16, 7–18. <https://doi.org/10.1108/NEJE-16-01-2013-B001>.
- Atiq, M.; Karatas-Ozkan, M.(2013)., Sustainable corporate entrepreneurship from a strategic corporate social responsibility perspective. *Int. J. Entrep. Innov*, 14, 5–14. <http://doi.org/10.5367/ije.2013.0102>.
- Barnardo, C.; Reyneke, M.; Ferreira, C.; Robertson, J.(2021). Grow Box: The reality of growth challenges for a social entrepreneur in cape town. *Emerald Emerg. Mark. Case Stud.*, 11, 1–23. <https://doi.org/10.1108/EEMCS-03-2020-0060>.
- Bank, N.; Kanda, W., (2016). Tenant recruitment and support processes in sustainability-profiled business incubators. *Ind. High. Educ*, 30, 267–277. <http://doi.org/10.1177/0950422216659567>.
- Belz, F.M.; Binder, J.K., (2017). Sustainable entrepreneurship: A convergent process model. *Bus. Strategy Environ*, 26, 1–178. <http://doi.org/10.1002/bse.1887>.
- Binder, J.K.; Belz, F.-M., (2015). Sustainable Entrepreneurship: What It Is. In *Handbook of Entrepreneurship and Sustainable Development Research*; Kyrö, P., Ed.; Research Handbooks in Business and Management; Edward Elgar Publishing: Cheltenham, UK; Northampton, MA, USA; pp. 30–70. ISBN 978-1-78347-994-8. DOI:10.4337/9781849808248.00010.
- Bischoff, K.; Volkmann, C.K., (2018). Stakeholder support for sustainable entrepreneurship-a framework of sustainable entrepreneurial ecosystems. *Int. J. Entrep. Ventur*, 10, 172–201. <http://doi.org/10.1504/IJEV.2018.092714>.
- Böckel, A.; Hörisch, J.; Tenner, I., (2021). A systematic literature review of crowdfunding and sustainability: Highlighting what really matters. *Manag. Rev. Q*, 71, 433–453.
- Cheng, W.; Adejumo, O.O., (2021). Entrepreneurship channels and sustainable development: Directions for the asian economy. *J. Bus. Econ. Manag*, 22, 799–822. <https://doi.org/10.3390/ejihpe11010021>.
- Cohen, B., and Winn, M.I., (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(1):29-49. <http://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.12.001>.
- Contreras, O.E.; Rodríguez, L.T., (2015). A case on a case: Embedding sustainable entrepreneurship into a managerial-skills course. In *Proceedings of the European Conference on Innovation and Entrepreneurship (ECIE)*, Genoa, Italy, 17–18 September; pp. 139–146. DOI:10.13140/RG.2.1.4812.6808.
- Davies, I.A.; Chambers, L., (2018). Integrating hybridity and business model theory in sustainable entrepreneurship. *J. Clean. Prod*, 177, 378–386. DOI:10.1016/j.jclepro.2017.12.196.



Dhahri, S.; Slimani, S.; Omri., (2021). A. Behavioral entrepreneurship for achieving the sustainable development goals. Technol. Forecast. Soc. Chang, 165, 120561. <http://doi.org/10.1016/j.techfore.2020.120561>.

Dickel, P. (2018). Exploring the role of entrepreneurial orientation in clean technology ventures. Int. J. Entrep. Ventur, 10, 56–82. <http://doi.org/10.1504/IJEV.2018.090980>.

Dickel, P., (2017). The impact of protectability and proactiveness on the environmental performance of new ventures. Corp. Gov. Int. J. Bus. Soc, 17, 117–133. <http://doi.org/10.1108/CG-03-2016-0055>.

Diepolder, C.S.; Weitzel, H.; Huwer, J., (2021). Competence Frameworks of Sustainable Entrepreneurship: A Systematic Review. Sustainability, 13, 13734.

Eizenberg, Efrat, and Yosef Jabareen., (2017). Social sustainability: A new conceptual framework. Sustainability 9: 68.

Eller, F.J.; Gielnik, M.M.; Wimmer, H.; Thölke, C.; Holzapfel, S.; Tegtmeier, S.; Halberstadt, J., (2020). Identifying business opportunities for sustainable development: Longitudinal and experimental evidence contributing to the field of sustainable entrepreneurship. Bus. Strategy Environ, 29, 1387–1403. <http://doi.org/10.1002/bse.2439>.

Evans, S.; Vladimirova, D.; Holgado, M.; Van Fossen, K.; Yang, M.; Silva, E.A.; Barlow, C.Y., (2017). Business model innovation for sustainability: Towards a unified perspective for creation of sustainable business models. Bus. Strategy Environ, 26, 597–608. <http://doi.org/10.1002/bse.1939>.

Fietz, B.; Günther, E. (2021). Changing Organizational Culture to Establish Sustainability. Control. Manag. Rev. 65, 32–40.

Fischer, D.; Brettel, M.; Mauer, R., (2020). The three dimensions of sustainability: A delicate balancing act for entrepreneurs made more complex by stakeholder expectations. J. Bus. Ethics, 163, 87–106. DOI: 10.1007/s10551-018-4012-1.

Franco, M.; Rodrigues, M. (2021). Sustainable practices in SMEs: Reducing the ecological footprint. J. Bus. Strategy, 42, 137–142. <http://doi.org/10.1108/JBS-07-2019-0136>.

Gast, J.; Gundolf, K.; Cesinger, B., (2017). Doing business in a green way: A systematic review of the ecological sustainability entrepreneurship literature and future research directions. J. Clean. Prod, 147, 44–56. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2017.01.065>.

Gopinath, N.; Mitra, J., (2017). Entrepreneurship and well-being: Towards developing a novel conceptual framework for entrepreneurial sustainability in organisations. J. Entrep. Innov. Emerg. Econ, 3, 62–70. DOI: 10.1177/2393957516684464.

Gray, B.J.; Duncan, S.; Kirkwood, J.; Walton, S., (2014). Encouraging sustainable entrepreneurship in climate-threatened communities: A Samoan case study. Entrep. Reg. Dev, 26, 401–430. <https://doi.org/10.1080/08985626.2014.922622>.

Greco, A.; de Jong, G., (2017). Sustainable Entrepreneurship: Definitions, Themes and Research Gaps; Working Paper Series; University of Groningen: Groningen, The Netherland DOI:10.13140/RG.2.2.16751.12968.

Grigore, A. M., Dragan, I. M. (2020). Towards sustainable entrepreneurial ecosystems in a transitional economy: an analysis of Two romanian city-regions through the lens of entrepreneurs. Sustainability, 12(15): 1-21. <https://doi.org/10.3390/su12156061>.

Halberstadt, J.; Schank, C.; Euler, M.; Harms, R., (2019). Learning Sustainability Entrepreneurship by Doing: Providing a Lecturer- Oriented Service Learning Framework. Sustainability, 11, 1217. <https://doi.org/10.3390/su11051217>.

Haldar, S., (2019). Towards a conceptual understanding of sustainability-driven entrepreneurship. Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag, 26, 1157–1170. DOI:10.1002/csr.1763.

Johnsen, C.G., (2021). Tactics of sustainable entrepreneurship: Ways of operating in the contested terrain of green architecture. J. Manag. Inq, 14. DOI:10.1177/10564926211067153.

Johnsen, C.G.; Olaison, L.; Sørensen, B.M., (2018). Put your style at stake: A new use of sustainable entrepreneurship. Organ. Stud, 39, 397–415.

Johnson, M.P.; Horisch, J., (2021). Reinforcing or counterproductive behaviors for sustainable entrepreneurship? The influence of causation and effectuation on sustainability orientation. *Bus. Strat. Environ*, 31, 908–920. <https://doi.org/10.1002/bse.2925>.

Karimi, S.; Makreet, A.S., (2020). The Role of Personal Values in Forming Students' Entrepreneurial Intentions in Developing Countries. *Front. Psychol*, 11, 3004.

Klapper, R.G.; Upham, P.; Blundel, R.K., (2021). Insider perspectives on growth: Implications for a nondichotomous understanding of 'sustainable' and conventional entrepreneurship. *Bus. Strategy Environ*, 30, 1481–1496. <http://doi.org/10.1002/bse.2710>.

Klewitz, J. Grazing., (2017). exploring and networking for sustainability-oriented innovations in learning-action networks: An SME perspective. *Innov. Eur. J. Soc. Sci. Res*, 30, 476–503. <http://doi.org/10.1080/13511610.2015.1070090>.

Leendertse, J.; van Rijnsoever, F.J.; Eveleens, C.P. The sustainable start-up paradox: Predicting the business and climate performance. <https://doi.org/10.1002/bse.2667>. of start-ups. *Bus. Strategy Environ*. **2021**, 30, 1019–1036.

Liguori, E., Bendickson, J., Solomon, S., and McDowell, W. C. (2019). Development of a multi-dimensional measure for assessing entrepreneurial ecosystems. *Entrepreneurship and Regional Development*, 31(1-2): 7-21. DOI:10.1080/08985626.2018.1537144.

Lüdeke-Freund, F., (2020). Sustainable entrepreneurship, innovation, and business models: Integrative framework and propositions for future research. *Bus. Strat. Environ*, 29, 665–681. DOI: 10.1002/bse.2396.

Meek, W.R.; Sullivan, D.M., (2018). The influence of gender, self-identity and organizational tenure on environmental sustainability orientation. *J. Dev. Entrep*, 23, 18500188. <http://doi.org/10.1142/S1084946718500188>.

Mefi, N.P.; Asoba, S.N., (2020). Social entrepreneurship and the sustainability of small businesses at a South African township. *Acad. Entrep. J*, 26, 1–14.

Mendes, J. A. J., Bueno, L. O., Oliveira, A. Y., and Gerolamo, M. C. 2022. Agriculture startups (agtechs): a bibliometric study. *International Journal of Professional Business Review*, 7(1): 1-18. DOI:10.26668/businessreview/2022.v7i2.312.

Moore, A.F.; Hawarden, V., (2020). Discovery Digital Health strategy: COVID-19 accelerates online health care in South Africa. *Emerald Emerg. Mark. Case Stud*, 10, 1–18. <https://doi.org/10.1108/EEMCS-06-2020-0197>.

Muñoz, P.; Cohen, B., (2018). Sustainable entrepreneurship research: Taking stock and looking ahead. *Bus. Strategy Environ*, 27, 300–322. <http://doi.org/10.1002/bse.2000>.

Nave, A.; Franco, M., (2019). University-firm cooperation as a way to promote sustainability practices: A sustainable entrepreneurship perspective. *J. Clean. Prod*, 230, 1188–1196. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2019.05.195>.

Niemann, C.C.; Dickel, P.; Eckardt, G., (2020). The interplay of corporate entrepreneurship, environmental orientation, and performance in clean-tech firms—A double-edged sword. *Bus. Strategy Environ*, 29, 180–196. <https://doi.org/10.1002/bse.2357>.

Obrecht, J., (2018). Sustainable entrepreneurship education: A challenging new field for research integrating sustainability ethics. In *Entrepreneurship Education: Opportunities, Challenges and Future Directions*; Nova Science Publisher: Hauppauge, NY, USA; pp. 67–102.

Pabst, S.; Wayand, M.; Mohnen, A., (2021). Coordinating contributions in crowdfunding for sustainable entrepreneurship. *J. Clean. Prod*, 319, 128677. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2021.128677>.

Pacheco, D.F.; Dean, T.J.; Payne, D.S., (2010). Escaping the Green Prison: Entrepreneurship and the Creation of Opportunities for Sustainable Development. *J. Bus. Ventur*, 25, 464–480. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2009.07.006>.

Paliwal, S.; Niyogi, S.; Chaturvedi, S., (2019). Social enterprises: Agents of development (a study on how social enterprises are making an impact in the society and acting as vehicles of sustainability in india). *Int. J. Sci. Technol. Res*, 8, 2694–2701.



Pankov, S.; Schneckenberg, D.; Velamuri, V.K., (2021). Advocating sustainability in entrepreneurial ecosystems: Micro-level practices of sharing ventures. *Technol. Forecast. Soc. Chang*, 166, 120654. DOI: 10.1016/j.techfore.2021.120654.

Parra, S. (2013)., Exploring the incorporation of values for sustainable entrepreneurship teaching/learning. *J. Technol. Manag. Innov*, 8, 11–20. DOI:10.4067/S0718-27242013000100002.

Pertuz, V.; Miranda, L.F.; Sánchez Buitrago, J.O. (2021)., Towards a conceptual understanding of green entrepreneurship. *Revista Venezolana Gerenci*, 26, 745–761.

Ploum, L.; Blok, V.; Lans, T.; Omta, O., (2018). Toward a validated competence framework for sustainable entrepreneurship. *Organ. Environ*, 31, 113–132. <http://doi.org/10.1177/1086026617697039>.

Poldner, K.; Dentoni, D.; Ivanova, O., (2017). Aesthetic mediation of creativity, sustainability and the organization. *J. Clean. Prod*, 140, 1936–1947.

Rae, D. (2017). Developing entrepreneurial leadership: The challenge for sustainable organisations. *Int. J. Work Innov*, 2, 76–100. DOI:10.1504/IJWI.2017.080725.

Ramos, J.; Vidal, A. Understanding sustainable entrepreneurship in the fourth sector through integrated balances: The case of Uruguay. *Entrepreneurship in the Fourth Sector*; Springer: Cham, Switzerland, 2021. https://doi.org/10.1007/978-3-030-68390-0_14.

Raposo, M.; Fernandes, C.I.; Veiga, P.M., (2020). National systems of entrepreneurship: Goals of sustainability. *J. Entrep. Public Policy*, 9, 345–364. <http://doi.org/10.1108/JEPP-04-2020-0018>.

Rodgers, C., (2010). Sustainable entrepreneurship in SMEs: A case study analysis. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Manag*, 17, 125–132.

Rogers, P.P.; Jalal, K.F.; Boyd, J.A., (2013). *An Introduction to Sustainable Development*, 4th ed.; Routledge: London, UK.

Rosário, A.T.; Raimundo, R.J.; Cruz, S.P., (2022). Sustainable Entrepreneurship: A Literature Review. *Sustainability*, 14, 5556.

Rosario, A.T.; Raimundo, R., (2024). Sustainable Entrepreneurship Education: A Systematic Bibliometric Literature Review. *Sustainability*, 16, 784. [http://doi.org/10.6688/JISE.202109_37\(5\).0006](http://doi.org/10.6688/JISE.202109_37(5).0006). <https://doi.org/10.3390/su14095556>.

Sachs, J.D., (2015). *The Age of Sustainable Development*; Columbia University Press: New York, NY, USA.

Salome, L.R.; van Bottenburg, M.; van den Heuvel, M., (2013). ‘We are as green as possible’: Environmental responsibility in commercial artificial settings for lifestyle sports. *Leis. Stud*, 32, 173–190. <https://doi.org/10.1080/02614367.2011.645247>.

Schaefer, K.; Corner, P.D.; Kearins, K., (2015). Social, environmental and sustainable entrepreneurship research: What is needed for sustainability-as-flourishing? *Organ. Environ*, 28, 394–413. DOI:10.1177/1086026615621111.

Schaltegger, S., and Wagner, M., (2011). Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20: 222–237. <https://doi.org/10.1002/bse.682>.

Schaltegger, S.; Hansen, E.G.; Lüdeke-Freund, F., (2016). Business models for sustainability: Origins, present research, and future avenues. *Organ. Environ*, 29, 3–10. <http://doi.org/10.1002/bse.682>. DOI:10.1177/1086026615599806.

Schaltegger, S.; Lüdeke-Freund, F.; Hansen, E.G., (2016). Business models for sustainability: A co-evolutionary analysis of sustainable entrepreneurship, innovation, and transformation. *Organ. Environ*, 29, 264–289. DOI:10.1177/1086026616633272.

Schaltegger, S.; Wagner, M., (2011). Sustainable Entrepreneurship and Sustainability Innovation: Categories and Interactions. *Bus. Strategy Environ*, 20, 222–237. <https://doi.org/10.1002/bse.682>.

Scott, J.M.; Thompson, J., (2012). Making ecopreneurs: Developing sustainable entrepreneurship (2nd ed.). *Int. J. Entrep. Behav. Res*, 18, 383–386. DOI:10.1108/13552551211228052.



Shepherd, D.A.; Patzelt, H., (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: Studying entrepreneurial action linking “what is to be sustained” with “what is to be developed”. *Entrep. Theory Pract*, 35, 137–163. <http://doi.org/10.1111/j.1540-6520.2010.00426.x>.

Simon, J.; Ettl, K. (2019). Entrepreneurs’ views on corporate social responsibility communication in SMEs-insights from Germany. *Int. J. Entrep. Innov. Manag*, 23, 425–445.

Soleymani, A.; Yaghoubi Farani, A.; Karimi, S.; Azadi, H.; Nadiri, H.; Scheffran, J., (2021). Identifying sustainable rural entrepreneurship indicators in the Iranian context. *J. Clean. Prod*, 290, 125186. DOI:10.1016/j.jclepro.2020.125186, (In Persian).

Sørensen, F.; Grindsted, T.S., (2021). Sustainability approaches and nature tourism development. *Ann. Tour. Res*, 91, 103307. DOI:10.1016/j.annals.2021.103307.

Swanson, K.K.; DeVereaux, C., (2017). A theoretical framework for sustaining culture: Culturally sustainable entrepreneurship. *Ann. Tour. Res*, 62, 78–88. DOI:10.1016/j.annals.2016.12.003.

Vallaster, C.; Kraus, S.; Kailer, N.; Baldwin, B., (2019). Responsible entrepreneurship: Outlining the contingencies. *Int. J. Entrep. Behav. Res*, 25, 538–553. <http://dx.doi.org/10.1108/ijebr-04-2018-0206>.

Vuorio, A.M.; Puumalainen, K.; Fellnhofer, K., (2018). Drivers of entrepreneurial intentions in sustainable entrepreneurship. *Int. J. Entrep. Behav. Res.*, 24, 359–381. DOI:10.1108/IJEBr-03-2016-0097.

