



ارائه مدل کیفی کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی

اصغر معصومی^۱، داود پایدار فرد^۲، حکیمه نیکی اسفهان^۳

۱. گروه مدیریت دولتی، واحد بین المللی ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
۲. گروه مدیریت دولتی، واحد تبریز، دانشگاه آزاد اسلامی، تبریز، ایران.
۳. گروه مدیریت بازرگانی، واحد ارس، دانشگاه آزاد اسلامی، هادی شهر، ایران.

* ایمیل نویسنده مسئول: Paydarfard@iaut.ac.ir

چکیده

با توجه به اهمیت کارآفرینی پایدار در دانشگاه‌ها و نقش سراهای نوآوری اجتماعی در تحقق توسعه پایدار، این پژوهش با هدف شناسایی ابعاد و ارائه مدلی کیفی برای کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی انجام شد. این پژوهش به شیوه کیفی و با هدف ارائه مدل کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی انجام شد. جامعه آماری شامل مدیران و خبرگان آشنا با کارآفرینی و نوآوری اجتماعی بود که با نمونه‌گیری هدفمند ۱۳ نفر از آنان برای مصاحبه نیمه‌ساختاریافته انتخاب شدند. داده‌ها با روش تحلیل مضمون بررسی شد و چارچوب اولیه استخراج گردید. سپس این چارچوب در اختیار ۱۵ نفر از خبرگان قرار گرفت و در نهایت مدل کیفی نهایی کارآفرینی پایدار بر اساس اجماع خبرگان تدوین گردید. نتایج نشان داد که مضامین فراگیر حاصل یافته‌های پژوهش عبارت‌اند از: ظرفیت‌های آغازگر در کارآفرینی پایدار، تعریف فرایندها و سازوکارها، ارکان پایداری، بازتاب‌های عملکردی، سازه‌های حمایتی و تسهیل‌گر. به طور کلی نتایج نشان می‌دهد که کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی یک پدیده چندوجهی و پویاست که تنها با تعامل همزمان همه مضامین بدست آمده در این مطالعه، می‌تواند به واقعیت تبدیل شود. زمانی که همه این عناصر در کنار یکدیگر قرار گیرند، دانشگاه آزاد اسلامی می‌تواند به‌عنوان نهادی پیشرو در عرصه کارآفرینی پایدار ایفای نقش کند و الگویی بومی برای سایر دانشگاه‌ها و نهادهای نوآوری کشور فراهم آورد.

کلیدواژه‌گان: کارآفرینی پایدار، نوآوری اجتماعی، دانشگاه آزاد اسلامی

تاریخ ارسال: ۱۹ خرداد ۱۴۰۴

تاریخ بازنگری: ۲۰ شهریور ۱۴۰۴

تاریخ پذیرش: ۲۷ شهریور ۱۴۰۴

تاریخ چاپ: ۲۸ مهر ۱۴۰۴



How to cite: Masoomi, A., Paydarfard, D., & Niky Esfahlan, H. (2025). Presenting a Qualitative Model of Sustainable Entrepreneurship in the Social Innovation Hub of Islamic Azad University. *Training, Education, and Sustainable Development*, 3(3), 1-16.



© 2025 the authors. This is an open access article under the terms of the Creative Commons Attribution-NonCommercial 4.0 International (CC BY-NC 4.0) License.

Presenting a Qualitative Model of Sustainable Entrepreneurship in the Social Innovation Hub of Islamic Azad University

Asghar Masoomi¹, Davood Paydarfard^{2*}, Hakimeh Niky Esfahlan³

1. Department of Public Administration, Ara.C., Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

2. Department of Public Administration, Ta.C., Islamic Azad University, Tabriz, Iran.

3. Department of Business Administration, Ara.C., Islamic Azad University, Hadishahr, Iran.

*Corresponding Author's Email: Paydarfard@iaut.ac.ir

Abstract

Given the importance of sustainable entrepreneurship in universities and the role of social innovation hubs in achieving sustainable development, this study aimed to identify the dimensions and present a qualitative model for sustainable entrepreneurship in the Social Innovation Hub of Islamic Azad University. This research was conducted using a qualitative approach with the goal of presenting a sustainable entrepreneurship model for the Social Innovation Hub of Islamic Azad University. The statistical population consisted of managers and experts familiar with entrepreneurship and social innovation. Through purposive sampling, 13 individuals were selected for semi-structured interviews. The data were analyzed using the thematic analysis method, and an initial framework was extracted. This framework was then provided to 15 experts, and ultimately, the final qualitative model of sustainable entrepreneurship was developed based on expert consensus. The results indicated that the overarching themes derived from the study's findings included: initiating capacities in sustainable entrepreneurship, defining processes and mechanisms, sustainability pillars, performance reflections, and supportive and facilitating structures. Overall, the findings suggest that sustainable entrepreneurship in the Social Innovation Hub is a multifaceted and dynamic phenomenon that can only be realized through the simultaneous interaction of all themes identified in this study. When all these elements come together, Islamic Azad University can act as a pioneering institution in the field of sustainable entrepreneurship and provide a localized model for other universities and innovation institutions in the country.

Keywords: *sustainable entrepreneurship, social innovation, Islamic Azad University*

Submit Date: 09 June 2025

Revise Date: 11 September 2025

Accept Date: 18 September 2025

Publish Date: 20 October 2025

کارآفرینی پایدار در دهه‌های اخیر به یکی از محورهای کلیدی در سیاست‌های توسعه‌ای و برنامه‌های دانشگاهی تبدیل شده است. این رویکرد که بر ایجاد تعادل میان ارزش‌های اقتصادی، اجتماعی و زیست‌محیطی تمرکز دارد، پاسخی به ناکارآمدی‌های ناشی از نگاه صرفاً سودمحور در کارآفرینی سنتی است. در شرایطی که جوامع معاصر با چالش‌هایی چون بحران‌های محیط‌زیستی، نابرابری اجتماعی، و بی‌ثباتی اقتصادی مواجه‌اند، کارآفرینی پایدار به عنوان ابزاری برای بازطراحی مسیر توسعه مطرح می‌شود و دانشگاه‌ها نیز به عنوان مراکز تولید دانش و نوآوری نقش حیاتی در آن ایفا می‌کنند (Buzzao et al., 2025).

دانشگاه‌ها در بستر تحولات اخیر نه تنها وظیفه آموزش و پژوهش را بر عهده دارند، بلکه به رسالت سوم خود یعنی ایفای نقش مستقیم در توسعه پایدار نیز توجه نشان داده‌اند (Reimers, 2024). در این راستا، ایجاد نهادهایی همچون سraهای نوآوری اجتماعی در دانشگاه آزاد اسلامی را می‌توان تلاشی در جهت پیوند میان دانش نظری و کاربردی برای حل مسائل واقعی جامعه دانست. این سraها بسترهایی میان‌رشته‌ای و تعاملی هستند که می‌توانند ضمن ارتقای ظرفیت‌های دانشجویان و استادان، ارزش‌های اقتصادی و اجتماعی را در کنار حفاظت از محیط‌زیست محقق سازند (Karahan, 2024).

از منظر نظری، کارآفرینی پایدار مستلزم طراحی سازوکارهایی است که بتوانند همسو با اهداف توسعه پایدار، مسیر حرکت دانشگاه و صنعت را هدایت کنند. پژوهش‌های اخیر نشان داده‌اند که دانشگاه‌ها در قالب برنامه‌های حمایت از کارآفرینان پایدار، می‌توانند با تمرکز بر ایجاد زیرساخت‌های فناورانه و شبکه‌های حمایتی، نقش‌آفرینی مؤثری در گذار به اقتصاد سبز ایفا کنند (Leendertse & Rijnsoever, 2025). چنین فرآیندهایی نه تنها به رشد اقتصادی منجر می‌شوند، بلکه امکان بازتعریف روابط دانشگاه با جامعه محلی و نهادهای صنعتی را نیز فراهم می‌کنند (Cooper, 2024).

در عین حال، باید به نقش سرمایه انسانی و مهارت‌های کارآفرینانه توجه ویژه داشت. توانمندسازی دانشجویان و ایجاد روحیه نوآوری در آنان، عاملی تعیین‌کننده در شکل‌گیری نسل جدیدی از کارآفرینان پایدار است. مطالعاتی که بر تأثیر الگوهای نقش کارآفرینی پایدار بر توانایی دانشجویان در شناسایی فرصت‌ها تمرکز داشته‌اند، نشان می‌دهد که قرار گرفتن در معرض تجربیات واقعی و نمونه‌های موفق می‌تواند انگیزه و قابلیت اقدام کارآفرینانه را تقویت کند (Diepolder, 2024).

افزون بر این، ادبیات مرتبط بر اهمیت ارزش‌های اخلاقی و هنجاری نیز تأکید می‌کند. برای مثال، اخلاق کار اسلامی و توجه به ارزش‌های اجتماعی و زیست‌محیطی در کارآفرینی می‌تواند مسیر پایداری برای فعالیت‌های اقتصادی فراهم آورد (Sutisna et al., 2024). به همین ترتیب، رویکردهای نوین به کارآفرینی پایدار در کشورهای مختلف نشان می‌دهد که ترکیب ارزش‌های فرهنگی و اجتماعی با نوآوری فناورانه می‌تواند الگوهای جدیدی از کسب‌وکار را به وجود آورد (Sheikh Nazari, 2024).

با وجود این، دستیابی به پایداری تنها به توانمندی‌های فردی یا منابع دانشگاهی وابسته نیست، بلکه نیازمند حمایت‌های نهادی و سیاستی نیز می‌باشد. مطالعاتی در زمینه نقش حمایت‌های قانونی و نهادی نشان داده‌اند که وجود چارچوب‌های شفاف و حمایت‌های مالی پایدار، پیش‌شرط موفقیت در مسیر کارآفرینی پایدار است (Ishaq et al., 2024). در این زمینه، سraهای نوآوری اجتماعی می‌توانند به عنوان پل ارتباطی میان دانشگاه، دولت و جامعه، سازوکاری برای تأمین منابع و تسهیل مقررات ایجاد کنند (Magableh, 2024).

از سوی دیگر، مفاهیمی چون کارآفرینی اجتماعی نیز به شکل چشمگیری در هم‌افزایی با کارآفرینی پایدار عمل می‌کنند. کارآفرینی اجتماعی که تمرکز خود را بر حل مسائل اجتماعی از طریق ابزارهای کسب‌وکاری می‌گذارد، با تلفیق ارزش‌های اجتماعی و محیطی در فرآیند کارآفرینی، زمینه‌ساز توسعه پایدار می‌شود (Malak Ara, 2024).

افزایش انعطاف‌پذیری و تاب‌آوری سازمانی نیز یکی دیگر از مؤلفه‌های کلیدی است. پژوهش‌های اخیر نشان داده‌اند که تاب‌آوری مالی و سواد اقتصادی کارآفرینان کوچک و متوسط می‌تواند نقش مهمی در استمرار و موفقیت کسب‌وکارهای پایدار ایفا کند (Maravilla & Flores, 2024).

(2025). این موضوع در محیط‌های دانشگاهی اهمیت دوچندان دارد، زیرا دانشجویان و تیم‌های نوپا اغلب با محدودیت منابع و دانش مدیریتی مواجه‌اند.

به موازات این تحولات، فناوری دیجیتال نیز به‌عنوان عاملی تحول‌آفرین در توسعه کارآفرینی پایدار شناخته شده است. توانایی بهره‌گیری از فناوری‌های نوین در فرآیندهای کسب‌وکار، هم در کاهش هزینه‌ها و هم در افزایش شفافیت و پایداری تأثیرگذار است (Urooj et al., 2025). در این زمینه، توجه به مفاهیم کارآفرینی دیجیتال و نقش آن در تقویت فرآیندهای نوآورانه دانشگاه‌ها اهمیت دارد (Naseri & Javadi, 2024).

از بعد اجتماعی، فرهنگ سازمانی و تعاملات میان‌دانشگاهی نیز به‌عنوان عوامل کلیدی در موفقیت کارآفرینی پایدار مطرح هستند. پژوهش‌ها نشان داده‌اند که وجود فرهنگ نوآوری و حمایت از ارزش‌های اجتماعی در محیط دانشگاهی می‌تواند به شکل‌گیری شبکه‌های مؤثر همکاری منجر شود و زمینه‌ساز ارتقای سرمایه اجتماعی گردد (Wulandari & Apriani, 2023).

همچنین، ابعاد برند شخصی و هویت کارآفرین نیز نباید نادیده گرفته شوند. تحقیقات متعددی بر اهمیت برندسازی شخصی به‌عنوان ابزاری برای ارتقای قابلیت استخدام‌پذیری و جذب منابع مالی تأکید کرده‌اند (ElMassah et al., 2019; Jacobson, 2020; Khedher, 2018; Pasternak et al., 2017; Resnick et al., 2016; Shafiee et al., 2020; Thompson-Whiteside et al., 2018; Vinod Dani, 2018; Vițelar, 2019). در بستر دانشگاهی، پرورش این مهارت‌ها می‌تواند به دانشجویان کمک کند تا با اعتمادبه‌نفس بیشتری در عرصه کارآفرینی پایدار حضور یابند.

از منظر بازاریابی نیز، تصمیم‌گیری‌های کارآفرینانه در شرایط بحرانی مانند دوران همه‌گیری کووید-۱۹ نشان داده‌اند که ترکیب نوآوری فناورانه و رویکردهای بازاریابی انعطاف‌پذیر می‌تواند زمینه‌ساز بقا و رشد پایدار باشد (Polas & Raju, 2021). همچنین مرور ادبیات نوآوری بازار نیز آشکار کرده که توجه به روندهای نوین و تغییر نیازهای مشتریان می‌تواند مسیرهای جدیدی برای تحقیقات آینده در حوزه کارآفرینی پایدار فراهم آورد (Sprong et al., 2021).

آموزش کارآفرینی پایدار در دانشگاه‌ها نیز به‌عنوان یکی از ابزارهای اصلی تحقق اهداف توسعه پایدار شناخته می‌شود. پژوهش‌ها نشان می‌دهند که برنامه‌های آموزشی مبتنی بر اهداف توسعه پایدار نه تنها دانشجویان را با مبانی نظری آشنا می‌کنند، بلکه آن‌ها را به کنشگرانی اجتماعی و اقتصادی تبدیل می‌سازند (Patricia, 2024). این فرایند با ایجاد همگرایی میان دانش، مهارت و ارزش‌ها، امکان پرورش کارآفرینانی را فراهم می‌کند که فراتر از مرزهای اقتصادی، به تعهدات اجتماعی و زیست‌محیطی خود نیز پایبند هستند.

با این اوصاف، می‌توان گفت که کارآفرینی پایدار یک پدیده چندوجهی و پویا است که نیازمند تعامل هم‌زمان عوامل متعددی است؛ از جمله سرمایه انسانی خلاق، زیرساخت‌های فناورانه، حمایت نهادی، فرهنگ نوآوری، و ارزش‌های اخلاقی و اجتماعی. نبود چارچوبی جامع و بومی‌شده در این زمینه می‌تواند منجر به پراکندگی اقدامات و تضعیف اثربخشی سیاست‌ها شود. از این‌رو، پژوهش حاضر با هدف شناسایی و ارائه مدلی کیفی برای کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی انجام شد.

روش‌شناسی

این مطالعه در زمره پژوهش‌های کیفی است. جامعه آماری طیف وسیعی از مدیران و خبرگان دانشگاه آزاد اسلامی بودند که نسبت به موضوع کارآفرینی پایدار و سرای نوآوری اجتماعی اطلاعات مناسبی داشتند. بر همین اساس در بخش کیفی، جامعه آماری این پژوهش شامل خبرگان سازمانی و اساتید دانشگاه استفاده شد. این پژوهش از ۱۳ نفر از خبرگان سازمانی و اساتید دانشگاه آزاد اسلامی که نسبت به کارآفرینی آشنایی و سرای نوآوری اطلاعات کاملی داشته‌اند، انجام‌شده است. معیارهای موردتوجه برای انتخاب مشارکت‌کنندگان عبارت‌اند از: سابقه فعالیت حرفه‌ای یا علمی در حوزه کارآفرینی، نوآوری، توسعه پایداریا سیاست‌گذاری دانشگاهی؛ مشارکت مستقیم در تأسیس، مدیریت یا راهبری

سراهای نوآوری در دانشگاه آزاد اسلامی یا دیگر نهادهای دانشگاهی؛ عضویت در مراکز رشد، پارک‌های علم و فناوری، شرکت‌های دانش‌بنیان یا ساختارهای حمایتی از کسب‌وکارهای نوپا؛ داشتن مدرک دکتری یا کارشناسی ارشد در رشته‌های مرتبط با مدیریت، کارآفرینی، اقتصاد، توسعه پایدار، آموزش عالی یا نوآوری. برای جمع‌آوری داده‌ها از ابزار مصاحبه استفاده گردید. استراتژی مصاحبه، مصاحبه نیمه ساختاریافته بود. بر اساس تحلیل‌های صورت گرفته بر روی داده‌های کیفی، عوامل کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی شناسایی گردید. این عوامل به صورت یک چارچوب مفهومی در اختیار ۱۵ تن از خبرگان و اساتید دانشگاه قرار گرفت و از آن‌ها در خصوص تمامی دسته‌بندی‌های موجود در این چارچوب به صورت یک پرسشنامه نظرسنجی شد. پس از جمع‌آوری نظرات خبرگان و استفاده از راهنمایی‌های آن‌ها، چارچوب نهایی مورد اصلاح قرار گرفت. مدل نهایی تأییدشده توسط خبرگان، به صورت نهایی درآمد و مورد استفاده قرار گرفت. در گام نخست با استفاده از روش تحلیل محتوای کیفی کدهای اولیه بر اساس مطالعه اسناد و مدارک مرتبط با موضوع و انجام مصاحبه‌های اولیه استخراج گردید. در مرحله مصاحبه با استفاده از پرسشنامه‌های باز اقدام به جمع‌آوری اطلاعات از مشارکت‌کنندگان درباره متغیرهای تحقیق گردید. در مرحله بعد از ابزار پرسشنامه شماره یک جهت ارزیابی و غربال یافته‌های حاصل از تحلیل مضمون و نظرات خبرگان و تکنیک دلفی فازی برای دستیابی به اجماع میان نظرات ایشان استفاده شد. خبرگان می‌توانند با استفاده از مقیاس‌های کیفی احتمال، سازمان توانمند را تخمین بزنند. لذا با توجه به این‌که متغیرهای زبانی عموماً ذهنی و نامطمئن می‌باشند، یک راه‌حل مؤثر برای رفع این مشکل استفاده از متغیرهای زبانی و سپس بهره‌گیری از منطق فازی جهت تبدیل این متغیرها به اعداد فازی می‌باشد. منطق فازی قادر است بسیاری از مفاهیم، متغیرها و سیستم‌های غیردقیق و مبهم را به شکل درآورده و زمینه را برای استدلال، استنتاج، کنترل و تصمیم‌گیری در شرایط عدم اطمینان فراهم آورد. برای تجزیه و تحلیل داده‌های پژوهش در بخش کیفی از روش تحلیل مضمون استفاده شده است.

یافته‌ها

بررسی روش تحلیل مضمون و ایجاد شبکه‌های مضامین کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی در مرحله نخست مضامین اولیه استخراج‌شده از مصاحبه‌ها با رویکرد روش تحلیل کیفی (تحلیل مضمون) با توجه به اصول تحقیق که در فصل پیشین بدان اشاره شد، دسته‌بندی شده است. بر اساس گام‌های روش تحلیل مضمون، برای تحلیل، متن مصاحبه‌ها چندین بار به دقت مطالعه و سپس کدگذاری شد. همان‌گونه که شرح داده شد، در ابتدا جهت تشکیل چارچوب اولیه، شاخص‌هایی که در کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی با استفاده از مصاحبه‌ها احصا شد، سپس داده‌های به دست آمده به صورت سطر به سطر جهت استخراج مفاهیم اولیه کدگذاری شدند. تعداد زیادی کد به دست آمد که از میان کدهای اولیه، با مطالعه رفت و برگشتی میان داده‌ها، مفاهیم مشترک و مشابه از نظر معنایی ترکیب شد، پس از آن سعی شد، این عوامل طبقه‌بندی شوند، پس از اینکه مفهوم‌سازی اولیه کامل و عملیات کدگذاری انجام شد و با نظر پژوهشگران در ۱۰۷ مضمون سازمان دهنده، ۲۳ مضمون سازمان دهنده و ۵ مضمون فراگیر مطابق جدول ۱ تا ۵ دسته‌بندی گردید.

جدول ۱. مضامین سازمان دهنده و پایه مضمون فراگیر ظرفیت‌های آغازگر در کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی

اسلامی		
مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
ظرفیت‌های آغازگر	در زیرساخت‌های فیزیکی	رسمی‌سازی و اختصاص فضای فیزیکی
کارآفرینی پایدار	فناورانه	دسترسی به تجهیزات فناورانه، تجهیز آزمایشگاه‌های تخصصی، اینترنت پرسرعت، سامانه‌های دیجیتال تعامل با تیم‌ها فضای فیزیکی مناسب (سراهای مجهز)
منابع انسانی پویا	ارتقاء مربیان کارآفرینی	

نیروهای اجرایی آموزش دیده در حوزه استارت آپ
تیم های دانشجویی خلاق
حضور اساتید متخصص در نوآوری و مسئولیت پذیری اجتماعی

حمایت مالی و نهادی

آیین نامه های شفاف حمایتی
تعریف بودجه مستقل برای سرای نوآوری
فراهم سازی منابع مالی اولیه برای تیم ها
تخصیص اعتبارات پایدار
بودجه اختصاصی برای نوآوری اجتماعی

حمایت مشاوره ای

آموزش در حوزه مالیات، بیمه، قراردادهای
مشاوره رایگان در حوزه حقوقی و برندینگ
آموزش مفاهیم کارآفرینی اجتماعی

حمایت ساختاری

تسهیل دسترسی به ثبت مالکیت فکری
تدوین ساختار سرای نوآوری
تهیه زیرساخت های هر سرای نوآوری
حمایت ساختاری از تیم ها
تسهیل فرآیندهای اداری
ابزارهای مدیریت پروژه و منابع
تدوین برنامه های سرای نوآوری

جدول ۲. مضامین سازمان دهنده و پایه مضمون فراگیر تعریف فرایندها و سازوکارها در کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی

دانشگاه آزاد اسلامی

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
تعریف فرایندها و سازوکارها	آموزش مهارتی و توانمندسازی	آشنایی دانشجویان و اساتید با مفهوم کارآفرینی اجتماعی اجرای کارگاه های توسعه کسب و کار اجتماعی آموزش کاربردی در حوزه مالی-حقوقی آموزش عملی مدل کسب و کار آموزش کارآفرینان
	تیم سازی و مشارکت گروهی	ایجاد تیم های بین رشته ای مشارکت بین رشته ای و بین نسلی تقویت روحیه کار گروهی، تعامل استاد-دانشجو
	شناسایی نیازهای اجتماعی	شناسایی نیازهای واقعی جامعه توجه به اولویتهای منطقه ای طراحی راه حل های بومی شناسایی فرصت های پایدار محور
	شتاب دهی	حمایت های مالی اولیه تجاری سازی پایدار هدایت به تجاری سازی پایدار تدوین مدل کارآفرینی دانشگاه

جدول ۳. مضامین سازمان دهنده و پایه مضمون فراگیر ارکان پایداری در کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد

اسلامی

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
ارکان پایداری	پایداری اجتماعی	ارزش آفرینی برای جامعه ایده پردازی و نوآوری اجتماعی اشتغال زایی مسئولانه ارتقاء رفاه اجتماعی بهبود کیفیت زندگی جامعه هدف توسعه مهارت های محلی ظرفیت سازی گروه ها و جوامع
	پایداری زیست محیطی	نظارت مستمر بر استانداردهای محیط زیست تولید سبز کاهش آلودگی و ضایعات مدیریت پسماند کارآمد آگاهی زیست محیطی، کاهش آلاینده ها بازیافت ضایعات حفظ منابع طبیعی
	پایداری اقتصادی	استقلال مالی مدل های درآمدی بلندمدت کارایی منابع تدوین ساختار مالی کسب و کار در جهت خودکفایی

جدول ۴. مضامین سازمان دهنده و پایه مضمون فراگیر بازتاب های عملکردی در کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه

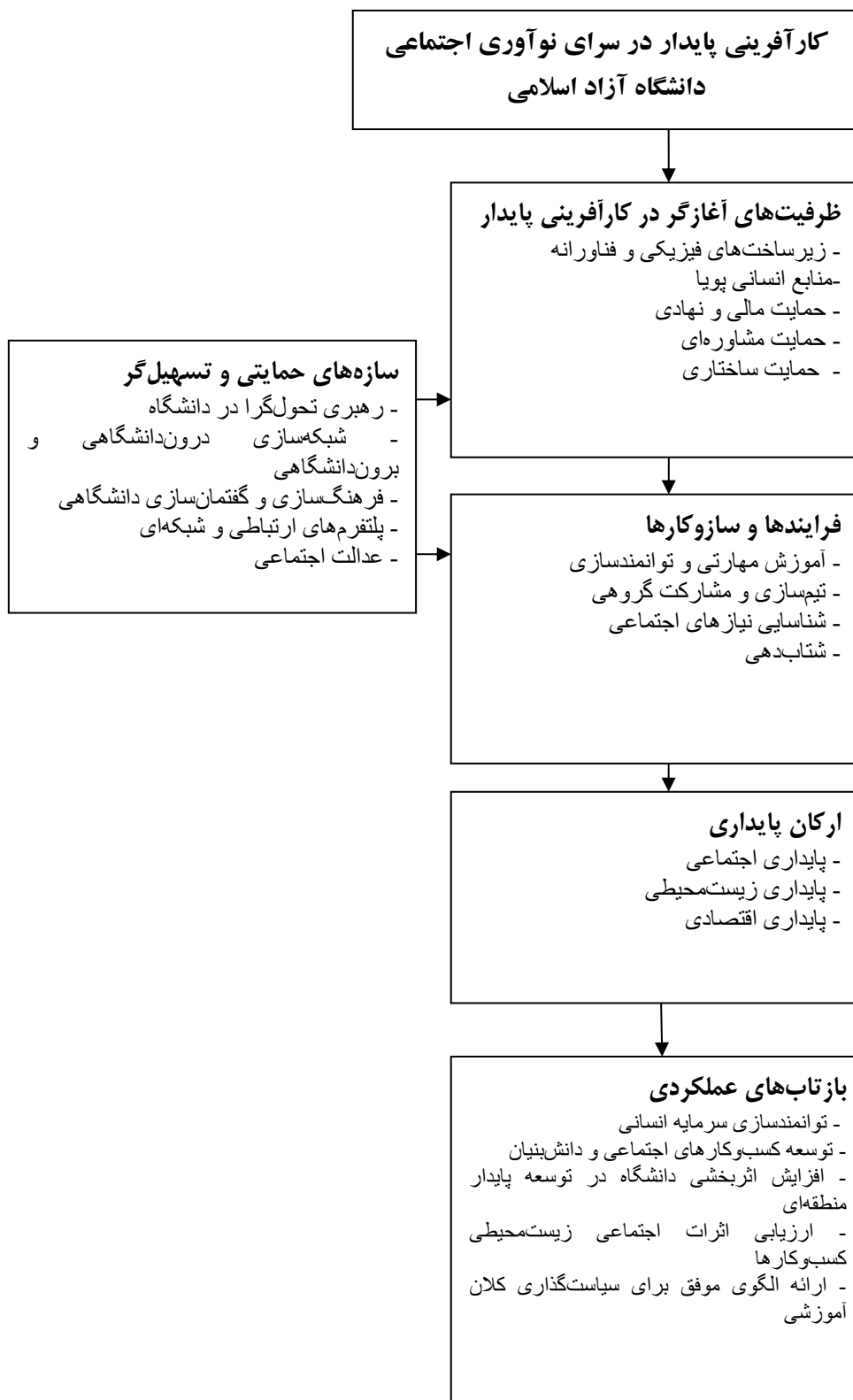
آزاد اسلامی

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
بازتاب های عملکردی	توانمندسازی سرمایه انسانی	دانشگاهی رشد مهارت های کارآفرینی در دانشجویان افزایش اعتماد به نفس در حل مسائل جامعه جو تشویق کننده در میان استادان و دانشجویان فرصت رشد برابر برای اعضای تیم
	توسعه کسب و کارهای اجتماعی و دانش بنیان	راه اندازی استارت آپ های مسئله محور ایجاد مشاغل پایدار و محلی توسعه ایده های فناورانه در خدمت اجتماع
	افزایش اثربخشی دانشگاه در توسعه پایدار منطقه ای	خلق مدل بومی توسعه اجتماعی از دل دانشگاه تبدیل دانشگاه به کنشگر توسعه منطقه ای جهت دهی علمی به پایان نامه ها جهت دهی موضوعات پژوهشی به سمت مسائل اجتماعی
	ارزیابی اثرات اجتماعی - زیست محیطی کسب و کارها	تعریف معیارهای ارزش آفرینی غیرمالی استفاده از شاخص های چندبعدی پایداری پایش تأثیرات زیست محیطی محصول/خدمت سنجش اثربخشی اجتماعی ایده ها سنجش ارزش افزوده اجتماعی ارزیابی مستمر عملکرد
	ارائه الگوی موفق برای سیاست گذاری کلان آموزشی	ارائه تجربه سیاستی موفق به سازمان مرکزی مستندسازی فرایندها برای تعمیم پذیری کشوری الگوسازی برای سایر دانشگاه ها

جدول ۵. مضامین سازمان دهنده و پایه مضمون فراگیر سازه‌های حمایتی و تسهیل‌گر در کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی

مضامین فراگیر	مضامین سازمان دهنده	مضامین پایه
سازه‌های حمایتی و تسهیل‌گر	رهبری تحول‌گرا در دانشگاه	پایبندی به دیدگاه بلندمدت توسعه پایدار پشتیبانی و حمایت مدیران ارشد از نوآوری اجتماعی حضور فعال مدیران در رویدادهای کارآفرینی حمایت از پروژه‌های بین‌رشته‌ای درک مدیران از تحول دانشگاه رویکرد راهبردی به نوآوری اجتماعی
شبکه‌سازی درون‌دانشگاهی و برون‌دانشگاهی	تعامل با نهادهای دولتی، NGOها، شهرداری افزایش تعامل دانشگاه با جامعه محلی و صنعت همکاری بین‌بخشی با نهادهای محلی هم‌افزایی بین‌واحدی دانشگاهی مشارکت ذی‌نفعان در طراحی و پیاده‌سازی سراهای نوآوری منتورینگ توسط فارغ‌التحصیلان تقویت سرمایه اجتماعی	
فرهنگ‌سازی و گفت‌وگو	فرهنگ‌سازی و گفت‌وگو	ترویج ارزش‌های مسئولیت اجتماعی بسترهای فرهنگی و انگیزشی کارآفرینی پایدار تقویت روحیه مسئولیت‌پذیری اجتماعی برگزاری جشنواره‌های علمی و رویدادهای انگیزشی، استفاده از رسانه‌های دانشگاهی برای الگوسازی برگزاری نمایشگاه دستاوردهای سراهای نوآوری فرهنگ‌سازی کارآفرینی پایدار در دانشگاه
پلتفرم‌های ارتباطی و شبکه‌ای	همکاری با پارک‌های علم و فناوری اتصال به صنعت و جامعه	
عدالت اجتماعی	رعایت حقوق کارکنان بیمه اعضای کارکنان سراهای نوآوری انصاف در کار شرایط کاری مناسب	

بر اساس نتایج به‌دست‌آمده از جدول ۱ تا ۵، مضامین به‌دست‌آمده به روش دلفی فازی مورد بررسی خبرگان قرار گرفت و مدل کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی، مورد تأیید خبرگان قرار گرفت. بدین ترتیب پس از شناسایی مضامین نهایی از طریق مصاحبه با خبرگان و احصاء مضامین به روش تحلیل مضمون و اعتبار یابی طی رویکرد دلفی دو دوری، ابعاد و مؤلفه‌های نهایی مرحله کیفی در قالب شکل ۱، ارائه گردید. این عناصر مبنایی است که طرح کلی پژوهش بر آن استوار است. مضامین فراگیر حاصل یافته‌های پژوهش عبارت‌اند از: ظرفیت‌های آغازگر در کارآفرینی پایدار، تعریف فرایندها و سازوکارها، ارکان پایداری، بازتاب‌های عملکردی، سازه‌های حمایتی و تسهیل‌گر.



شکل ۱. مدل کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی

یافته‌های این پژوهش نشان داد که کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی یک پدیده چندوجهی است که تنها از رهگذر تعامل هم‌زمان مجموعه‌ای از ظرفیت‌ها، فرآیندها، ارکان پایداری، بازتاب‌های عملکردی و سازه‌های حمایتی و تسهیل‌گر قابل تحقق است. نخستین مضمون شناسایی‌شده به ظرفیت‌های آغازگر اختصاص داشت که شامل زیرساخت‌های فیزیکی و فناورانه، منابع انسانی پویا، حمایت‌های مالی و نهادی، و مشاوره‌ای و ساختاری بود. این نتیجه با مطالعاتی که بر اهمیت فراهم‌آوری زیرساخت‌های فناورانه و نقش آن‌ها در رشد کارآفرینی پایدار تأکید دارند هم‌راستا است (Leendertse & Rijnsoever, 2025). همچنین نتایج نشان داد که منابع انسانی خلاق و متعهد به مسئولیت اجتماعی از عناصر کلیدی آغاز فرآیند کارآفرینی پایدار هستند، موضوعی که در پژوهش‌های پیشین نیز بر آن تأکید شده و بیان شده است که سرمایه انسانی توانمند و آموزش‌دیده، محور اصلی در تحقق توسعه پایدار است (Diepolder, 2024).

در بعد فرآیندها و سازوکارها، نتایج پژوهش حاضر بیانگر آن بود که آموزش مهارتی و توانمندسازی، تیم‌سازی و مشارکت گروهی، شناسایی نیازهای اجتماعی و فرایندهای شتاب‌دهی از عوامل بنیادین تحقق کارآفرینی پایدار در محیط دانشگاهی محسوب می‌شوند. این یافته با پژوهش‌هایی هم‌خوان است که بر اهمیت آموزش کارآفرینی مبتنی بر اهداف توسعه پایدار و نقش آن در پرورش کنشگران اقتصادی و اجتماعی تأکید می‌کنند (Patricia, 2024; Reimers, 2024). افزون بر این، تیم‌سازی و مشارکت‌های بین‌رشته‌ای نیز در ادبیات بین‌المللی به‌عنوان یکی از پیش‌شرط‌های موفقیت در نوآوری اجتماعی و کارآفرینی پایدار معرفی شده‌اند (Karahan, 2024).

در سطح ارکان پایداری، یافته‌های این پژوهش به‌روشنی نشان داد که سه بعد اجتماعی، زیست‌محیطی و اقتصادی باید به‌طور متوازن مورد توجه قرار گیرند تا کارآفرینی پایدار معنا پیدا کند. این موضوع با رویکردهای نظری موجود هم‌خوان است که کارآفرینی پایدار را بر مبنای «ارزش سه‌گانه» تعریف می‌کنند و بیان می‌دارند که غفلت از هر یک از این ابعاد می‌تواند به ناپایداری منجر شود (Buzzao et al., 2025). پژوهش‌های انجام‌شده در بستر اقتصادهای نوظهور نیز تأکید کرده‌اند که عملکرد پایدار تنها در صورتی حاصل می‌شود که کارآفرینان علاوه بر تمرکز بر سودآوری اقتصادی، به رفاه اجتماعی و حفاظت محیط‌زیست نیز توجه داشته باشند (Ishaq et al., 2024).

بازتاب‌های عملکردی کارآفرینی پایدار نیز در این پژوهش در پنج حوزه شناسایی شدند: توانمندسازی سرمایه انسانی، توسعه کسب‌وکارهای اجتماعی و دانش‌بنیان، افزایش اثربخشی دانشگاه در توسعه پایدار منطقه‌ای، ارزیابی اثرات اجتماعی و زیست‌محیطی کسب‌وکارها، و ارائه الگوی موفق برای سیاست‌گذاری آموزشی. این نتایج با مطالعاتی هم‌راستا است که بر تأثیر مثبت کارآفرینی پایدار بر ارتقای جایگاه دانشگاه و تبدیل آن به کنشگری فعال در توسعه منطقه‌ای تأکید کرده‌اند (Wulandari & Apriani, 2023). همچنین ارتباط بین رشد سرمایه انسانی و توسعه مهارت‌های کارآفرینانه با افزایش تاب‌آوری اجتماعی در پژوهش‌های بین‌المللی نیز گزارش شده است (Maravilla & Flores, 2025).

سازه‌های حمایتی و تسهیل‌گر نیز بخش دیگری از یافته‌های پژوهش حاضر بودند که نشان دادند حمایت نهادی، فرهنگ‌سازی دانشگاهی، شبکه‌سازی درون و برون‌دانشگاهی، و رهبری تحول‌گرا از عوامل اساسی در موفقیت کارآفرینی پایدار هستند. این یافته‌ها با پژوهش‌هایی هم‌خوان است که بر اهمیت حمایت نهادی و سیاستی از کارآفرینان پایدار تأکید کرده‌اند (Magableh, 2024). همچنین نتایج همسو با مطالعاتی است که بر نقش فناوری‌های دیجیتال و شبکه‌های اجتماعی در تقویت فرآیندهای برندسازی شخصی و کارآفرینی پایدار تأکید دارند (Naseri & Javadi, 2024; Urooj et al., 2025).

یافته‌های پژوهش حاضر نشان داد که کارآفرینی پایدار در بستر دانشگاهی نه تنها به فراهم‌سازی منابع مالی و زیرساخت‌های فناورانه نیاز دارد، بلکه مستلزم ارتقای فرهنگ سازمانی و توانمندسازی دانشجویان و استادان نیز هست. این نتیجه با پژوهش‌هایی که بر اهمیت فرهنگ نوآوری و شبکه‌های تعاملی در رشد کارآفرینی پایدار تأکید دارند، هم‌راستا است (Cooper, 2024; Sprong et al., 2021). همچنین، یافته‌ها

نشان داد که کارآفرینی پایدار نه تنها منجر به توسعه اقتصادی می‌شود، بلکه می‌تواند انسجام اجتماعی و اعتماد عمومی را نیز ارتقا دهد، موضوعی که در ادبیات کارآفرینی اجتماعی نیز مطرح شده است (Malak Ara, 2024; Sheikh Nazari, 2024). از منظر بازاریابی و برندسازی شخصی نیز یافته‌های این پژوهش قابل تبیین است. ایجاد هویت فردی و سازمانی پایدار برای کارآفرینان می‌تواند به جذب سرمایه و افزایش قابلیت استخدام‌پذیری آنان کمک کند. این نتیجه هم‌سو با مطالعاتی است که بر اهمیت برندسازی شخصی در ارتقای شایستگی‌های حرفه‌ای و اجتماعی کارآفرینان تأکید دارند (ElMassah et al., 2019; Jacobson, 2020; Khedher, 2018; Pasternak et al., 2017; Resnick et al., 2016; Shafiee et al., 2020; Thompson-Whiteside et al., 2018; Vinod Dani, 2018; Vițelar, 2019).

همچنین، یافته‌ها نشان داد که فناوری و نوآوری در شرایط بحرانی مانند همه‌گیری کووید-۱۹ می‌تواند نقش نجات‌بخشی در استمرار کسب‌وکارهای پایدار داشته باشد. این نتیجه با مطالعاتی که بر اهمیت تصمیم‌گیری‌های فناورانه و انعطاف‌پذیری بازاریابی در شرایط بحرانی تأکید کرده‌اند هم‌خوان است (Polas & Raju, 2021). افزون بر این، نتایج مرورهای نظام‌مند ادبیات نشان داده است که توجه به روندهای نوآوری بازار می‌تواند مسیر تحقیقات آینده در حوزه کارآفرینی پایدار را روشن سازد (Sprong et al., 2021). در مجموع، یافته‌های این پژوهش نشان می‌دهد که کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی تنها در صورتی به واقعیت تبدیل می‌شود که تمام عناصر شناسایی‌شده در کنار یکدیگر قرار گیرند و یک نظام یکپارچه از ظرفیت‌ها، فرآیندها، ارکان پایداری و سازه‌های حمایتی و تسهیل‌گر ایجاد شود. این نتیجه هم‌راستا با پژوهش‌هایی است که بر ماهیت چندبعدی و پویای کارآفرینی پایدار تأکید کرده‌اند (Buzzao et al., 2025; Ishaq et al., 2024; Leendertse & Rijnsoever, 2025).

این پژوهش اگرچه توانست تصویری جامع از ابعاد کارآفرینی پایدار در سرای نوآوری اجتماعی دانشگاه آزاد اسلامی ارائه دهد، اما با محدودیت‌هایی نیز روبه‌رو بود. نخست آن که جامعه آماری پژوهش به خبرگان و مدیران دانشگاهی محدود بود و دیدگاه سایر ذی‌نفعان همچون دانشجویان، صنعتگران و فعالان اجتماعی کمتر در نظر گرفته شد. دوم آن که روش کیفی مورد استفاده امکان تعمیم‌پذیری کامل یافته‌ها به سایر دانشگاه‌ها و نهادهای نوآوری کشور را محدود می‌سازد. همچنین، زمان و منابع محدود پژوهش باعث شد تا برخی از ابعاد پنهان کارآفرینی پایدار به‌طور عمیق مورد واکاوی قرار نگیرد.

با توجه به محدودیت‌های یادشده، پیشنهاد می‌شود که در پژوهش‌های آینده از رویکردهای ترکیبی (کیفی-کمی) استفاده شود تا هم ابعاد عمیق‌تر پدیده شناسایی شود و هم امکان تعمیم‌پذیری یافته‌ها افزایش یابد. همچنین، بررسی نقش فناوری‌های نوین همچون هوش مصنوعی و بلاک‌چین در تسهیل فرآیندهای کارآفرینی پایدار می‌تواند افق‌های جدیدی پیش روی محققان بگشاید. پیشنهاد دیگر آن است که مطالعات تطبیقی میان سراهای نوآوری اجتماعی در دانشگاه آزاد اسلامی و نمونه‌های مشابه در سایر کشورها انجام گیرد تا امکان الگوبرداری و بومی‌سازی تجارب موفق فراهم شود.

برای عملیاتی‌سازی نتایج پژوهش، ضروری است که مدیران دانشگاه آزاد اسلامی با تدوین سیاست‌های حمایتی و تخصیص منابع پایدار، زمینه تحقق کارآفرینی پایدار را در سراهای نوآوری اجتماعی فراهم آورند. تقویت فرهنگ نوآوری، ایجاد شبکه‌های تعاملی میان دانشگاه، صنعت و جامعه، و طراحی برنامه‌های آموزشی مبتنی بر اهداف توسعه پایدار از جمله اقداماتی است که می‌تواند مسیر تحقق این هدف را هموار سازد. همچنین، توجه به برندسازی شخصی دانشجویان و کارآفرینان جوان و فراهم‌سازی فرصت‌های یادگیری عملی می‌تواند به ارتقای جایگاه دانشگاه آزاد اسلامی به‌عنوان نهادی پیشرو در عرصه کارآفرینی پایدار کمک کند.

مشارکت نویسندگان

در نگارش این مقاله تمامی نویسندگان نقش یکسانی ایفا کردند.

تعارض منافع

در انجام مطالعه حاضر، هیچ گونه تضاد منافع وجود ندارد.

موازن اخلاقی

در انجام این پژوهش تمامی موازن و اصول اخلاقی رعایت گردیده است.

شفافیت داده‌ها

داده‌ها و مآخذ پژوهش حاضر در صورت درخواست از نویسنده مسئول و ضمن رعایت اصول کپی رایت ارسال خواهد شد.

حامی مالی

این پژوهش حامی مالی نداشته است.

Extended Abstract

Introduction

Sustainable entrepreneurship has emerged as a critical paradigm in both academic discourse and practical policy frameworks in response to pressing economic, social, and environmental challenges across the globe. Unlike traditional entrepreneurship, which is often profit-centric, sustainable entrepreneurship emphasizes the creation of shared value by integrating financial performance with social responsibility and environmental stewardship (Buzzao et al., 2025). Universities, in particular, have increasingly embraced this agenda, evolving beyond their dual missions of teaching and research to adopt a "third mission" that actively engages with societal issues through innovation, entrepreneurship, and community development (Reimers, 2024).

In this regard, Social Innovation Hubs represent a novel institutional form designed to bridge the gap between knowledge production and societal application. These hubs not only foster creativity but also embed sustainability principles into entrepreneurial processes, making them crucial platforms for addressing local and global sustainability goals (Karahana, 2024). Scholars argue that ecosystems enabling sustainable entrepreneurship require multi-level capacities, ranging from physical and technological infrastructure to human capital development and institutional support (Leendertse & Rijnsoever, 2025). Within universities, these ecosystems provide fertile ground for integrating sustainability into entrepreneurial culture, thereby ensuring both resilience and long-term societal impact (Cooper, 2024).

The literature has emphasized that sustainable entrepreneurship is fundamentally multidimensional, requiring balanced attention to social, economic, and environmental pillars. Prior research shows that neglecting any one of these dimensions results in unsustainable practices that undermine long-term viability (Ishaq et al., 2024). Moreover, there is growing evidence that sustainable entrepreneurial performance is amplified by competencies such as resilience, financial literacy, and innovation, which serve as drivers of both organizational success and societal welfare (Maravilla & Flores, 2025).

Beyond competencies, culture and values play a significant role. For instance, studies on Islamic work ethics and community-based entrepreneurship demonstrate that cultural and normative values reinforce sustainability-oriented entrepreneurial intentions among students and early-stage entrepreneurs (Sutisna et al., 2024). Similarly, research on social entrepreneurship highlights the role of value-driven ventures in fostering

social justice and ecological balance while generating financial returns (Malak Ara, 2024; Sheikh Nazari, 2024).

The digital transformation has further reshaped sustainable entrepreneurship. Digital financial capabilities, online platforms, and anti-money laundering compliance mechanisms have been identified as enablers of transparency and accountability, which are essential for long-term sustainability in entrepreneurial ecosystems (Urooj et al., 2025). This aligns with findings on digital entrepreneurship, which stress its importance in creating new pathways for innovative and responsible business practices in the 21st century (Naseri & Javadi, 2024). In this sense, sustainable entrepreneurship in the digital era is not limited to the adoption of technologies but extends to embedding ethical and compliance frameworks into entrepreneurial practice.

Personal and organizational branding also plays a decisive role in sustainable entrepreneurship. Scholars argue that strong personal branding enhances employability, visibility, and credibility, thereby increasing access to resources and partnerships (Khedher, 2018; Vinod Dani, 2018). Branding strategies have been linked to financing opportunities for ventures (ElMassah et al., 2019) and are particularly relevant in digital contexts where social media platforms shape entrepreneurial identity and outreach (Jacobson, 2020; Vițelar, 2019). These findings are consistent with broader research on self-presentation, impression management, and word-of-mouth marketing, which collectively suggest that branding is not merely a marketing tool but a strategic asset in entrepreneurial ecosystems (Pasternak et al., 2017; Resnick et al., 2016; Shafiee et al., 2020; Thompson-Whiteside et al., 2018).

The COVID-19 pandemic underscored the importance of adaptive entrepreneurial marketing and technology adoption, as businesses were forced to pivot rapidly toward digital channels and flexible strategies to maintain operations (Polas & Raju, 2021). This crisis-driven transformation highlights the dynamic nature of entrepreneurial ecosystems and the necessity for continuous innovation. Reviews of market innovation further reinforce the need for ongoing adaptation, noting that sustainable entrepreneurship must remain responsive to changing consumer needs, technological shifts, and institutional landscapes (Sprong et al., 2021).

In light of these perspectives, this study sought to identify and model the qualitative dimensions of sustainable entrepreneurship within the Social Innovation Hub of Islamic Azad University. While existing literature provides insights into various components of sustainable entrepreneurship, there is a lack of integrated and context-specific frameworks tailored to university-based social innovation ecosystems. By focusing on expert interviews and thematic analysis, this study contributes to filling this gap, offering a comprehensive model that captures initiating capacities, processes and mechanisms, sustainability pillars, functional reflections, and supportive structures as interdependent dimensions.

Methods and Materials

This study employed a qualitative design aimed at developing a context-specific model of sustainable entrepreneurship within the Social Innovation Hub of Islamic Azad University. The study population included managers, faculty members, and experts with significant experience in entrepreneurship, innovation, and sustainable development. Using purposive sampling, 13 experts were selected to participate in semi-structured interviews.

Data collection was conducted through in-depth interviews guided by open-ended questions focusing on the participants' experiences, perceptions, and insights regarding sustainable entrepreneurship. Thematic analysis was used to code, categorize, and interpret the qualitative data. After extracting the initial thematic framework, it was presented to 15 additional experts for validation through a Delphi-based consensus process.

The analysis proceeded in three phases: initial coding of raw interview data, grouping of similar codes into organizing themes, and abstraction of overarching themes. This iterative process ensured the robustness and credibility of the findings. Finally, the model was refined and validated based on expert consensus, ensuring both conceptual clarity and practical relevance.

Findings

The thematic analysis produced six overarching themes that collectively define sustainable entrepreneurship in the context of the Social Innovation Hub:

1. **Initiating Capacities:** These include physical and technological infrastructure, dynamic human resources, financial and institutional support, consulting and advisory services, and structural facilitation mechanisms.
2. **Processes and Mechanisms:** Core processes identified were skills training and empowerment, team-building and group participation, needs assessment of local communities, and structured acceleration programs.
3. **Sustainability Pillars:** The three pillars of sustainability—economic, social, and environmental—were consistently emphasized as mutually reinforcing and essential for long-term success.
4. **Functional Reflections:** Outcomes included human capital empowerment, establishment of social and knowledge-based enterprises, increased effectiveness of the university in regional sustainable development, evaluation of socio-environmental impacts, and provision of policy models.
5. **Supportive Structures:** Institutional leadership, networking inside and outside the university, academic culture-building, communication platforms, and social justice considerations were identified as crucial enabling factors.
6. **Facilitating Structures:** Cultural promotion of social responsibility, long-term leadership commitment, and participatory governance were highlighted as essential to creating a sustainable ecosystem.

These findings collectively reveal that sustainable entrepreneurship is a dynamic and multi-layered process, requiring not only resources and infrastructure but also cultural, institutional, and ethical alignment.

Discussion and Conclusion

The results of this study highlight the inherently multidimensional nature of sustainable entrepreneurship within the context of a university-based social innovation hub. The identification of initiating capacities underscores the necessity of strong foundations—both infrastructural and human—to enable sustainable entrepreneurial activity. Without reliable physical infrastructure, technological resources, and motivated human capital, sustainability efforts remain fragmented.

Equally important are the processes and mechanisms that provide direction and structure to entrepreneurial initiatives. Training, empowerment, and team-building represent the operational core that channels entrepreneurial energy into productive outcomes. These processes align with global findings that emphasize the role of education and experiential learning in embedding sustainability values into entrepreneurship (Patricia, 2024; Reimers, 2024).

The emphasis on sustainability pillars reinforces the notion that sustainable entrepreneurship cannot be achieved by focusing on economic performance alone. Instead, a balanced integration of social justice, environmental stewardship, and financial viability is required. This finding resonates with the value-triple-bottom-line framework widely discussed in the literature (Buzzao et al., 2025; Ishaq et al., 2024).

Functional reflections highlight the transformative role of universities in not only empowering students and entrepreneurs but also in shaping regional development agendas. By producing social and environmental impacts, universities become active stakeholders in the sustainable development process, thereby fulfilling their third mission (Karahan, 2024).

The role of supportive and facilitating structures further emphasizes that sustainable entrepreneurship is not merely an individual endeavor but a systemic phenomenon that relies on institutional backing, policy support, and cultural reinforcement. The integration of digital tools and personal branding strategies adds another layer,

indicating that sustainability also requires visibility, credibility, and adaptability in competitive environments (Jacobson, 2020; Naseri & Javadi, 2024; Urooj et al., 2025; Vițelar, 2019).

In conclusion, this study provides a comprehensive qualitative model of sustainable entrepreneurship tailored to the Social Innovation Hub of Islamic Azad University. The model highlights the interplay of capacities, processes, sustainability pillars, outcomes, and institutional supports, offering both theoretical insights and practical guidance. By adopting this framework, universities can strengthen their role as drivers of sustainable development, empower future generations of entrepreneurs, and contribute meaningfully to societal welfare and environmental preservation.

References

- Buzzao, G., Long, T. B., & Argade, P. (2025). Sustainable entrepreneurship support programs in nature-protected areas: How universities third mission aids sustainability transitions. *Business Strategy and the Environment*, 34(2), 1643-1668. <https://doi.org/10.1002/bse.4050>
- Cooper, M. (2024). Exploring the Nexus of Sustainable Entrepreneurship: A Qualitative Inquiry Into the Interplay of Inflation, Service Quality, and Technology Adoption in Business Processes Within the TOE Framework. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-3879704/v1>
- Diepolder, C. S. (2024). Exploring the Impact of Sustainable Entrepreneurial Role Models on Students' Opportunity Recognition for Sustainable Development in Sustainable Entrepreneurship Education. *Sustainability*, 16(4), 1484. <https://doi.org/10.3390/su16041484>
- ElMassah, S., Michael, I., James, R., & Ghimpu, I. (2019). An assessment of the influence of personal branding on financing entrepreneurial ventures. *Heliyon*, 5(2), e01164. <https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2019.e01164>
- Ishaq, M. I., Sarwar, H., Aftab, J., Franzoni, S., & Raza, A. (2024). Accomplishing sustainable performance through leaders' competencies, green entrepreneurial orientation, and innovation in an emerging economy: Moderating role of institutional support. *Business Strategy and the Environment*, 33(2), 1515-1532. <https://doi.org/10.1002/bse.3557>
- Jacobson, J. (2020). You are a brand: social media managers' personal branding and "the future audience". *Journal of Product & Brand Management*. <https://doi.org/10.1108/JPBM-03-2019-2299>
- Karahan, M. (2024). Advancing sustainable entrepreneurial universities: sustainability transformations of university business incubators in Germany. *Small Business Economics*, 66(6), 575-609. <https://doi.org/10.1007/s11187-023-00860-5>
- Khedher, M. (2018). Conceptualizing and researching personal branding effects on the employability. *Journal of Brand Management*. <https://doi.org/10.1057/s41262-018-0117-1>
- Leendertse, J., & Rijnsoever, F. V. (2025). Greening pastures: Ecosystems for sustainable entrepreneurship. *Small Business Economics*, 5(3), 1-22. <https://doi.org/10.1007/s11187-025-01040-3>
- Magableh, K. N. (2024). Creativity and Entrepreneurial Orientation in Early-Stage Tech Startups: A Cross-Countries Study in Australia, New Zealand, and Singapore for Sustainable Development. <https://doi.org/10.21203/rs.3.rs-3902604/v1>
- Malak Ara, M. (2024). Social entrepreneurship and sustainable development. *New World Journal*, 2(5).
- Maravilla, V. S., & Flores, G. (2025). Entrepreneurial Competency, Resilience, and Financial Literacy: Drivers of Sustainable Performance in SMEs for Societal Welfare. *Jssew*, 2(2). <https://doi.org/10.61511/jssew.v2i2.2025.1374>
- Naseri, S., & Javadi, A. (2024). A Review of the Concept of Digital Entrepreneurship. First National Conference on Assessing the Potentials of Entrepreneurship, Employment, and Sustainable Development, <https://www.emerald.com/>
- Pasternak, O., Veloutsou, C., & Morgan-Thomas, A. (2017). Self-presentation, privacy and electronic word-of-mouth insocial media. *Journal of Product & Brand Management*, 26(4), 415-428. <https://doi.org/10.1108/JPBM-04-2016-1150>
- Patricia, P. (2024). The Role of Entrepreneurship Education in Universities to Pursue Sustainable Development Goals. *Feedforward Journal of Human Resource*, 4(1), 23. <https://doi.org/10.19166/ff.v4i1.8129>
- Polas, M. R. H., & Raju, V. (2021). Technology and Entrepreneurial Marketing Decisions During COVID-19. *Global Journal of Flexible Systems Management*. <https://doi.org/10.1007/s40171-021-00262-0>
- Reimers, F. M. (2024). Entrepreneurship education to improve the world: The role of the sustainable development goals to stimulate innovation in higher education. *Entrepreneurship Education*, 7(3), 203-217. <http://dx.doi.org/10.1007/s41959-024-00127-4>

- Resnick, S. M., Cheng, R., Simpson, M., Simpson, M., & Lourenco, F. (2016). Marketing in SMEs: a "4Ps" self-branding model. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 22(1), 155-174. <https://doi.org/10.1108/IJEBR-07-2014-0139>
- Shafiee, M., Gheidi, S., Sarikhani Khorrami, M., & Asadollah, H. (2020). Proposing a new framework for personal brand positioning. *European Research on Management and Business Economics*, 26, 45-54. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.12.002>
- Sheikh Nazari, S. (2024). *Investigating sustainable entrepreneurship based on green fashion in creative businesses* Tehran. <https://civilica.com/doc/2174776/> <https://civilica.com/doc/2174776/>
- Sprong, N., Driessen, P. H., Hillebrand, B., & Molner, S. (2021). Market innovation: A literature review and new research directions. *Journal of Business Research*, 123, 450-462. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2020.09.057>
- Sutisna, F. A., Durohman, H., & Anugrah, M. Y. (2024). The Impact of Islamic Work Ethics, Attitude, and Hedonic Values on the Intention to Establish Sustainable Entrepreneurship Among Muslim Students in Java. *Al-Dzahab*, 5(1), 8-24. <https://doi.org/10.32939/dhb.v5i1.3503>
- Thompson-Whiteside, H., Turnbull, S., & Howe-Walsh, L. (2018). Developing an authentic personal brand using impression management behaviours: Exploring female entrepreneurs' experiences. *Qualitative Market Research: An International Journal*. <https://doi.org/10.1108/QMR-01-2017-0007>
- Urooj, S., Ullah, A., Ullah, S., & Nobanee, H. (2025). Sustainable Entrepreneurship in the Digital Era: The Role of Digital Financial Capability and Anti-Money Laundering Compliance. *Business Strategy & Development*, 8(3), e70147. <https://doi.org/10.1002/bsd2.70147>
- Vinod Dani, M. (2018). Importance of personal branding for career developement. *International Journal of Management and Applied Science*, 4, 87-94.
- Vițelar, A. (2019). Like me: Generation Z and the use of social media for personal branding. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(2), 257-268. <https://doi.org/10.25019/mdke/7.2.07>
- Wulandari, O. A. D., & Apriani, D. (2023). Sustainable Institutional Entrepreneurial Culture and Innovation For Economic Growth. *APTISI Transactions on Management*, 7(3), 221-230. <https://doi.org/10.33050/atm.v7i3.2127>