

مطالعه تطبیقی کنش‌های اجتماعی ماکس وبر و ویژگی‌های کنش کارآفرینانه

زینب محمدی^{*۱}، فرهاد بیانی^۲

۱- نویسنده مسئول*، دانشجوی دکتری کارآفرینی، دانشکده کارآفرینی، دانشگاه تهران، تهران، ایران. رایانامه: zemohammadi@ut.ac.ir

۲- گروه مطالعات علم و فناوری پژوهشگاه مطالعات فرهنگی، اجتماعی و تمدنی، تهران، ایران. رایانامه: bayani892@gmail.com

چکیده	اطلاعات مقاله
هدف پژوهش: این مقاله به مقایسه کنش کارآفرینانه با چهار نوع کنش اجتماعی و کنش اقتصادی از دیدگاه ماکس وبر^۱ پرداخته است. در این راستا، ابتدا ویژگی‌های کنش‌های اجتماعی شامل کنش عقلانی معطوف به هدف، عقلانی معطوف به ارزش، عاطفی و سنتی بررسی شد و سپس تفاوت‌ها و شباهت‌های این کنش‌ها با کنش کارآفرینانه مورد تحلیل قرار گرفت. روش پژوهش: این تحقیق به روش تحلیلی-توصیفی انجام شده و داده‌ها از طریق بررسی و تحلیل ادبیات و مستندات موجود در حوزه کنش‌های اجتماعی وبر جمع‌آوری شده‌اند. یافته‌ها: پیافته‌های پژوهش نشان داد که کنش کارآفرینانه از جنبه عقلانی و هدفمند شباهت‌هایی با کنش‌های عقلانی معطوف به هدف و اقتصادی دارد، اما از جنبه‌های عاطفی و سنتی تفاوت‌های چشمگیری را نشان می‌دهد. نتایج پژوهش نشان داده‌است که در مقایسه با کنش عقلانی معطوف به هدف، کنش کارآفرینانه به محیط‌های نامطمئن و تغییرات اجتماعی توجه بیشتری دارد و به فرآیند تکراری متکی نیست. در مقایسه با کنش عقلانی معطوف به ارزش، کنش کارآفرینانه هدف‌های متعدد را انتخاب کرده و پیامدهای آن‌ها را با توجه به نیازهای بازار و مشتریان ارزیابی می‌کند. همچنین، در مقایسه با کنش عاطفی، کنش کارآفرینانه به ارزیابی منطقی و اطلاعاتی وابسته است و برخلاف کنش سنتی که مبتنی بر عادات است، بر نوآوری و خلاقیت تأکید دارد. نتیجه‌گیری: براساس یافته‌ها می‌توان نتیجه گرفت کنش کارآفرینانه با ویژگی‌های عقلانی و هدفمند به برخی از انواع کنش‌های وبر شباهت دارد، اگرچه تفاوت‌های قابل توجهی با سایر انواع کنش‌ها، به ویژه کنش‌های عاطفی و سنتی دارد.	نوع مقاله: پژوهشی تاریخچه مقاله: دریافت: ۱۴۰۳/۱۱/۱۳ پذیرش: ۱۴۰۴/۰۴/۱۰ انتشار: ۱۴۰۴/۰۶/۰۸ کلید واژه‌ها: انواع کنش، ماکس وبر، کنش اجتماعی ماکس وبر، کنش اقتصادی، کنش کارآفرینانه، کارآفرینی.

استناد: محمدی، ز. بیانی، ف. (۱۴۰۴). مطالعه تطبیقی کنش‌های اجتماعی ماکس وبر و ویژگی‌های کنش کارآفرینانه، *جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه*، ۱۴(۱)، ۵۱-۸۰.

تمامی حقوق انتشار این اثر، متعلق به نشریه جامعه‌شناسی اقتصادی و توسعه دانشگاه تبریز می‌باشد.

این مجله تابع سیاست دسترسی باز از نوع CC BY: 4 است.



[10.22034/jeds.2025.65730.1848](https://doi.org/10.22034/jeds.2025.65730.1848)



مقدمه و بیان مسأله

در تحلیل ابعاد اجتماعی کارآفرینی، جامعه‌شناسانی که تحت تأثیر نظریات ماکس وبر قرار دارند، به بررسی تأثیر محیط اجتماعی و فرهنگی بر فرآیندهای کارآفرینی پرداخته‌اند. یکی از منابع اصلی مفاهیم تحلیلی جامعه‌شناسی کارآفرینی، رویکرد وبر در کتاب *اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری* است که این اثر به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین و تأثیرگذارترین منابع در تحلیل کارآفرینی شناخته می‌شود. وبر در این کتاب توضیح می‌دهد که چگونه شکل خاصی از مذهب پروتستان (کالونیسم) تحول مثبتی در نگرش به کار و ثروت ایجاد کرده و زمینه‌ساز تغییر نگرش نسبت به فعالیت‌های کارآفرینانه در جامعه شد. به اعتقاد وبر، مذهب کاتولیک کار برای به دست آوردن پول را عملی بی‌ارزش می‌داند، اما اصلاحات دینی در قرن شانزدهم و هفدهم در قالب مذهب پروتستان نگرش جدیدی نسبت به کارآفرینی و کسب ثروت به وجود آورد که در آن، کسب ثروت و سرمایه‌گذاری به عنوان فعالیت‌هایی ارزشمند و عقلانی معرفی شد. این تغییرات موجب رشد روح سرمایه‌داری و کارآفرینی در جوامع پروتستانی و در نهایت صنعتی شدن آن‌ها در اروپا و آمریکای شمالی شد.

وبر همچنین تأکید می‌کند که عوامل غیر اقتصادی، مانند باورهای مذهبی و فرهنگی، می‌توانند رشد اقتصادی را تقویت کنند. از این رو، کشورهای موفق در رشد اقتصادی، کشورهایی هستند که دارای ساختار اجتماعی و فرهنگی مناسب و هم‌راستا با ارزش‌های کارآفرینانه هستند. از دیدگاه وبر، کارآفرینان محصول شرایط فرهنگی و اجتماعی خاصی هستند که در آن رشد می‌کنند و این باورها و ارزش‌ها هستند که افراد را به سمت کارآفرینی و فعالیت‌های اقتصادی تحریک می‌کنند. بدین ترتیب، روح سرمایه‌داری و کارآفرینانه تنها زمانی شکوفا می‌شود که نگرش‌ها و شرایط اجتماعی در جامعه به آن مساعد باشد (سیلوا^۱، ۲۰۲۴).

اما سهم وبر در جامعه‌شناسی کارآفرینی تنها محدود به کتاب *اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری* نیست. پژوهشگران مانند روف و لونسبوری^۲ (۲۰۰۷) بر اساس کتاب *تاریخ مشارکت تجاری* وبر (۱۸۸۹)، که پیش از *اخلاق پروتستان و روح سرمایه‌داری* نوشته شده است، مشارکت وبر را فراتر از تأثیرات مذهبی در کارآفرینی می‌دانند. در این اثر، وبر به اهمیت تفاوت‌های قانونی و نهادی در شکل‌گیری ساختارهای کارآفرینی اشاره می‌کند. او معتقد است که شرایط تجاری و حقوقی می‌تواند فضایی مناسب برای مشارکت‌های تجاری ایجاد کرده و از این طریق شرایط اجتماعی و اقتصادی لازم برای شکل‌گیری کارآفرینان فراهم شود. این کتاب بر خلاف دیدگاه‌های فردگرایانه رایج در اندیشه‌های انگلیسی-آمریکایی، بر اهمیت ساختار اجتماعی و نهادی در توسعه کارآفرینی تأکید دارد.

یک مفهوم کلیدی در حوزه کارآفرینی، شیوه‌هایی است که بر اساس خلاقیت و نوآوری تمرکز دارند. این مفاهیم با دگرگونی‌هایی که در جامعه رخ می‌دهد، در ارتباطند و با ایده‌ها و رفتارهایی که افراد هنگام آزمایش روش‌های جدید انجام کارها و شناسایی فرصت‌های ناشناخته به کار می‌گیرند، مرتبط است (سیلوا، ۲۰۲۴). این نوع کنش‌های کارآفرینانه می‌تواند تأثیرات اجتماعی قابل توجهی بر جامعه داشته باشد که در این پژوهش با استفاده از لنز مطالعات جامعه‌شناسی تحلیل می‌شود. به همین دلیل، در این پژوهش به مقایسه کنش کارآفرینانه با انواع مختلف کنش‌های اجتماعی و اقتصادی از نگاه ماکس وبر پرداخته شده است تا جایگاه کنش کارآفرینانه در دسته‌بندی کنش‌های اجتماعی وبر مشخص شود. این تحلیل می‌تواند درک بهتری از تعاملات اجتماعی و اقتصادی و نحوه شکل‌گیری کنش کارآفرینانه در جامعه به دست دهد.

سؤالاتی که در این پژوهش به دنبال پاسخ به آنها هستیم اعم از:

- هریک از ۴ کنش اجتماعی ماکس وبر چه شباهت‌ها و تفاوت‌هایی با کنش کارآفرینانه دارد؟
- کنش اقتصادی ماکس وبر تا چه اندازه مشخصه‌های کنش کارآفرینی را در بر می‌گیرد؟

1. Silva

2. Ruef and Lounsbury

ادبیات پژوهش

ماکس وبر در نظریات جامعه‌شناختی خود مفاهیم کلیدی متعددی را برای تحلیل رفتارهای اجتماعی ارائه داد که می‌تواند در زمینه‌های مختلف اجتماعی و اقتصادی به کار رود. این مفاهیم شامل «کنش اجتماعی»، «عقلانیت»، و «کنش اقتصادی» هستند که در بطن تحلیل رفتارهای انسان‌ها قرار دارند.

تفکر وبر درباره کنش مبتنی بر تمایزی مهم میان رفتار و کنش است. از نظر وبر رفتار و کنش هر دو آن چیزی‌اند که افراد روزانه انجام می‌دهند ولی رفتار بدون فکر یا با فکر کم روی می‌دهد، حال آن که کنش نتیجه فرایندهای آگاهانه است (عشقی، ۱۴۰۰). پس باید گفت کنش به معنی رفتار آگاهانه است و از اینرو وبر کنش رو به دو دسته عقلانی و غیرعقلانی دسته‌بندی نموده است (فکریا^۱، ۲۰۲۴):

الف - کنش عقلانی که فاعل کنش به دنبال سود و منفعت بوده و آگاه به اثر فعل خودش است.

ب - کنش غیر عقلانی فاعل آگاه به اثر فعل خود نبوده و به دنبال فایده نمی‌باشد.

حال اگر بخواهیم کنش اجتماعی را تعریف کنیم باید عنوان نمود: به رفتار یا عمل آگاهانه یک فرد یا گروه در تلاش برای رسیدن به هدف، کنش اجتماعی نیز گفته می‌شود. این اقدام اجتماعی را می‌توان به صورت گروهی نیز انجام داد تا بر جامعه تأثیر بگذارد. به عقیده ماکس وبر، کنش اجتماعی کنشی است که توسط شخصی انجام می‌شود که می‌تواند در پایان کنش بر کسی تأثیر بگذارد پس در واقع کنش رفتار معنادار می‌باشد (فکریا، ۲۰۲۴).

کنش اجتماعی از دیدگاه ماکس وبر

نظریه کنش اجتماعی ماکس وبر، جامعه‌شناس نامدار آلمانی، زمینه بررسی عقلانیت را در رفتارهای اجتماعی فراهم نموده است. وبر و پس از او، پیروان و هم‌فکرانش با تعیین کنش‌های چهارگانه اجتماعی و دسته‌بندی آن، میزان عقلانیت موجود در این کنش‌ها را بررسی کردند. باید متذکر شد که اهمیت کنش‌های اجتماعی را در جامعه‌شناسی از میزان توجه نظریه‌پردازان به این موضوع می‌توان تشخیص داد. در این پژوهش ابتدا به تبیین کنش‌های مذکور پرداخته و سپس به مقایسه هر یک از کنش‌ها با کنش کارآفرینانه پرداخته شده است.

جامعه‌شناسی از نظر مارکس وبر عبارت از علمی است که سعی دارد روابط متقابل میان کنش‌گران اجتماعی را بفهمد. وبر «جامعه‌شناسی را به مثابه بررسی کنش بر حسب تصویر ذهنی آن تعریف می‌کند» (نوذری، ۱۳۹۶). از اینرو جامعه‌شناسی متمرکز بر فرد است نه جمع و گروه.

نظریه کنش اجتماعی را می‌توان در چارچوب انگیزه‌ها و معانی درک کرد. اینکه یک کنش اجتماعی که توسط یک فرد انجام می‌شود صرف نظر از شکل آن همیشه دارای انگیزه و معنی است (فتح^۲، ۲۰۲۴).

اگر بخواهیم به سیر تاریخی نظریات در حوزه کنش بپردازیم باید اشاره نمود که کارل مارکس^۳ (۱۸۱۸-۱۸۸۳) از ایجاد مانع در کنش جمعی به وسیله تضاد منافع مشترک و منافع فردی سخن گفت (ریمون بودون و فرانسوا بوریکو^۴، ۱۳۸۵: ۵۷۵). امیل دورکیم^۵ (۱۸۵۸-۱۹۱۷)، یکی از بنیان‌گذاران جامعه‌شناسی در قرن نوزدهم با نظریه تقسیم‌کار، زمینه‌ای برای طرح کنش اجتماعی فراهم آورد. ماکس وبر بیش از دیگران به این موضوع پرداخت و پس از او پیروانش که مشهورترین آنان تالکوت پارسونز و رابرت کی. مرتن بودند، این موضوع را دنبال کردند و باید گفت که یورگن هابرماس، جامعه‌شناس معاصر آلمانی نیز اندیشه‌های ماکس وبر را در کتاب نظریه کنش ارتباطی نقد کرده است (فکریا، ۲۰۲۴).

ماکس وبر کنش را رفتاری انسانی در زمان و مکانی می‌داند که فرد می‌تواند به آن یک معنای ذهنی بدهد. این رفتار به صورت بیرونی مانند انصراف یا درونی مانند تسامح آشکار می‌شود. کنش‌هایی که به شکل معناداری نسبت به رفتار شخص

1. Fikria

2. Fatah

3. Karl Marx

4. Raymond Boudon and Francois Bouricault

5. Emile Durkheim

ثالثی جهت می‌گیرد، کنش‌های بنیادی نام دارد و صورت ابتدایی کنش‌های پیچیده‌تری می‌تواند باشد که در گروه، نهاد، محفل و انجمن رخ می‌دهد. وبر کنش اجتماعی را رفتاری می‌داند که بر اساس معنای مورد نظر کنشگر یا کنشگران به رفتاری برمی‌گردد تا به گسترش آن جهت بدهد یعنی جهت‌گیری کنش اجتماعی بر پایه رفتاری گذشته، رفتار کنونی یا کنش قابل پیش‌بینی انجام می‌پذیرد. به عنوان مثال انتقام برای جبران یک حمله گذشته، دفاع در برابر یک حمله حاضر یا استقرار استحکامات دفاعی برای پیشگیری از یک حمله احتمالی نمونه‌هایی از جهت‌گیری سه‌گانه است. به عنوان مثالی دیگر باید به استفاده از پول اشاره نمود که یک کنش اجتماعی است، زیرا فرد با دریافت استفاده معنادار دیگران از مبادلات پولی به رفتار خود جهت می‌دهد. اما رفتارهایی که در تنهایی به پیروی از دین، سنت یا تقلید انجام می‌گیرد، کنش اجتماعی نیست. تصادف دو دوچرخه سوار هم‌کنش اجتماعی نیست، اما پیامد آن در گلاویز شدن دو طرف یا مراجعه به پلیس یا پوزش‌خواهی از یکدیگر آن را به یک کنش اجتماعی تبدیل می‌کند. بنابراین، پیش فرض مهم یک کنش اجتماعی نسبت معنادار آن به رفتار دیگری است (عشقی، ۱۴۰۰).

نظریه کنش اجتماعی ماکس وبر، در واقع یک کنش فردی است که با هدف تأثیرگذاری بر افراد دیگر یا محیط انجام می‌شود و می‌تواند تحت تأثیر انگیزه و روابط اجتماعی باشد. چارچوب روابط اجتماعی مرتبط با انگیزه و عقلانیت، سه پیوند یا رابطه را به رسمیت می‌شناسد: اول، پیوندهای اجتماعی مبتنی بر سنت. دوم روابط اجتماعی ماهیت اجباری دارند که به مهندسی اجتماعی در مالکیت قدرت تبدیل می‌شود. سوم، روابط اجتماعی که مبتنی بر عقلانیت است. جهت‌گیری کنش اجتماعی به سمت تعدیل منافع است که با انگیزه عقلانی یا توافق شده است. نظریه کنش اجتماعی ماکس وبر به انگیزه‌ها و اهداف توجه دارد. از این نظریه می‌توان برای درک انواع رفتار هر فرد و گروه استفاده کرد. با درک رفتار هر فرد یا گروهی، همان قدردانی و درک دلایل آنها برای انجام یک عمل است (فکریا، ۲۰۲۴).

دسته‌بندی ماکس وبر از کنش اجتماعی

تا اینجا هنوز کنش اجتماعی در حد یک مفهوم کمیت‌ناپذیر و مبهم باقی مانده است چراکه مفاهیم به دلیل ناتوانی در باز تولید امر واقعی تنها با عرضه کردن جنبه‌هایی از جهان تجربی، تمامی سپهر واقعیت را آشکار نمی‌سازد. همچنین به خاطر کمیت‌ناپذیری نمی‌تواند روشن و دقیق باشد. وقتی افراد به اعمال خود معنای ذهنی می‌دهند، کنش اجتماعی رخ می‌دهد. به عقیده وبر، روابط اجتماعی، کنش‌هایی هستند که در آن چند کنشگر متفاوت وجود دارند و تا زمانی که این کنش‌ها معنا داشته باشند، با هم تعامل دارند و به کنش افراد دیگر منتهی می‌شوند. و کنش افراد در تعامل و پاسخ به یکدیگر است. (فکریا، ۲۰۲۴).

از این روی ماکس وبر برای روشن‌تر کردن کنش اجتماعی آن را به چهار بخش تقسیم نموده است:

۱- کنش عقلانی معطوف به هدف، ۲- کنش عقلانی معطوف به ارزش، ۳- کنش عاطفی و ۴- کنش سنتی.

۱- کنش عقلانی معطوف به هدف

این کنش عقلانیت اولویت بیشتری دارد. زیرا واجد بالاترین درجه بدهات عقلانی است. در این کنش، هدف با تفکر عمیق تعیین می‌گردد و وسایل لازم با پیش‌بینی پیامدهای احتمالی در روند کار انتخاب می‌شود. بدهات موجود در این کنش با تجربه عام و نه اطاعت کورکورانه فراهم می‌آید (عشقی، ۱۴۰۰). تالکوت پارسونز، یکی از پیروان وبر در این مورد کتابی نوشت و شاگرد او رابرت کی مرتن یکی از نمایندگان اصلی جامعه‌شناسی کارکردگرا، در کنار گسترش برخی مطالعات امیل دورکیم، با نظریه اهمیت هدف‌ها و وسایل در کنش‌های اجتماعی ادعا کرد: ناسازگاری میان این پدیده‌ها فرد را در گرداب بی‌هنجاری فرو می‌برد. برای روشن کردن رابطه عقلانیت با هدف و وسیله باید گفت عقلانی به کنشی اطلاق می‌شود که در رابطه با هدف خواسته شده، وسایل متناسب برای رسیدن به آن را که در دسترس است برگزیند. چنین کنشی در انحصار هیچ

رده خاصی از انسان‌ها نیست (استفن^۱، ۲۰۲۰). وبر کنش نظریه اجتماعی عقلانی معطوف به هدف را کنشی، مکانیکی، تکرارپذیر، کمی‌پذیر و محاسبه‌پذیرترین نوع کنش‌ها می‌داند (اباذری، ۱۳۸۹: ۱۹۶). در واقع در این کنش، فرد بر اساس ملاحظات و آگاهی‌های مرتبط با هدف عمل و در دسترس بودن ابزارهایی که از دستیابی به هدف حمایت می‌کند، انجام می‌دهد (فکریا، ۲۰۲۴).

۲- کنش عقلانی معطوف به ارزش

در این کنش بدون اعتناء به پیامدهای قابل پیش‌بینی، عمل تنها از اعتقاد کنشگر الهام می‌گیرد. در این حالت، فرد با اخلاص کامل، خود را در خدمت یک ارزش یا یک آرمان دینی، سیاسی و ... قرار می‌دهد و خود را برای انجام فلان عمل بی‌چون و چرا مکلف می‌بیند. برخی این کنش را از آن رو که منحصر به دنبال موفقیت است، و سعی می‌کند به هنجارهای رایج، به وسیله آمالی سازگار با اعتقادش، یک انسجام درونی بدهد، عقلانی می‌شمرند اما از دیدگاه‌های دیگر این رفتار غیرعقلانی است زیرا به یک هدف اهمیت می‌دهد (عشقی، ۱۴۰۰).

۳- کنش عاطفی

کنش عاطفی نیز به خاطر برخورداری از عناصری غیرقابل فهم چون غریزه، حس، تأثیر هیجانی، باید از راه روان‌شناسی یا روانکاو تبیین گردد. لذت جویی، کینه‌جویی و آرامش خواهی نفسانی همه در دایره کنش عاطفی قرار می‌گیرد (عشقی، ۱۴۰۰). درواقع اعمالی که تحت سلطه احساسات یا عواطف، بدون تأمل فکری یا برنامه‌ریزی آگاهانه هستند، کنش‌های عاطفی نامیده می‌شوند که خود به خود، غیرمنطقی و جلوه‌ای از احساسات فرد است. (فکریا، ۲۰۲۴).

۴- کنش سنتی

نخستین پدیده‌های نظم‌دهنده بی‌واسطه در رابطه اجتماعی را آداب و رسوم و عرف می‌داند (استفن، ۲۰۲۰). کنش سنتی، روشنی کمتری از دیگر کنش‌ها دارد و بیشتر بر یک کنش ماشینی و اطاعت ناآگاه از سنن اجتماعی استوار می‌گردد. از این رو همه عناصر این کنش قابل فهم نیست. وقتی سنت برای کنشگر دارای ارزشی شود که کنشگر مجبور شود آن را مراعات کند، این کنش در مرز کنش معطوف به ارزش قرار می‌گیرد (عشقی، ۱۴۰۰). در این کنش فرد به دلیل عادات کسب شده از افراد قبلی، بدون تأمل و برنامه‌ریزی آگاهانه، کارهای خاصی را انجام می‌دهد (فکریا، ۲۰۲۴).

از سوی دیگر، ماکس وبر برای نشان دادن انواع سازهایی که جوامع متغیر در طول تاریخ بر روی آنها استوار است، نخستین عنصر مؤثر بر رابطه اجتماعی را رفتار انبوهی از افراد، که به وسیله محتوای معنادار کنش‌ها به ارتباط و تعامل متقابل میان خود نظم می‌دهند، بیان می‌کند و نمونه‌های اصلی کنش اجتماعی را در چهار نوع کنش‌های جامعه‌ای، تفاهمی، نهادی و گروهی تقسیم و معرفی می‌کند. این کنش‌های اجتماعی جهت‌دهنده به رفتارها، جوهره اصلی روابط اجتماعی است که وبر آن را به عنوان مناسبات معناداری می‌شمارد که به مقتضای آن افراد متقابلاً رفتارشان را نسبت به یکدیگر جهت می‌دهند. برای نشان دادن دو جانبه بودن رفتار از دو حریفی مثال می‌زنند که در برابر رفتارشان، رابطه هر یک از آنان با دیگری جهت پیدا می‌کند (عشقی، ۱۴۰۰).

با توجه به دسته‌بندی کنش از نگاه وبر به دو دسته عقلانی و غیرعقلانی، دو نوع اول یعنی کنش عقلانی معطوف به هدف و کنش عقلانی معطوف به ارزش جزو کنش‌های عقلانی محسوب شده و دو نوع کنش عاطفی و سنتی جزو دسته غیرعقلانی طبقه‌بندی می‌گردند.

کنش اقتصادی از منظر ماکس وبر

ماکس وبر در کتاب «اقتصاد و جامعه» تحلیلی جامعه‌شناختی از کنش اقتصادی ایجاد می‌کند، که بر اساس ایده‌های توسعه‌یافته در مکتب اقتصاد اتریش است. توصیف وبر از کنش کارآفرینانه، درک تمایز تحلیل جامعه‌شناختی او از کنش

اقتصادی را ممکن می‌سازد. وبر استدلال می‌کند که کارآفرینان تصمیمات تولیدی را تحت شرایط عدم قطعیت می‌گیرند، جایی که اهداف عمل منوط به انتخاب است و جایی که خواسته‌های مصرف‌کننده می‌تواند از طریق اقدام کارآفرینانه شکل بگیرد. وبر در توسعه تحقیق خود در تصمیم‌گیری کارآفرینانه، توصیفی از کنش اقتصادی ارائه می‌کند که از کنش اقتصادی غالب در اقتصاد کلان و نظریه اقتصادی اتریش متمایز است. از نظر وبر، اهداف کارآفرینی تصور می‌شوند و عقل اعمال را تعیین نمی‌کند، بلکه پیامدهای احتمالی احتمالات مختلف برای عمل را ارزیابی می‌کند. اقتصاد پولی اجازه می‌دهد تا این ارزیابی به شیوه‌ای منطقی‌تر پیش برود. این استدلال برای انتقادات او از اقتصادهای برنامه‌ریزی متمرکز قابل توجه است (استفن، ۲۰۲۰).

طولانی‌ترین مبحث در کار بزرگ ماکس وبر، اقتصاد و جامعه، با عنوان «مقوله‌های جامعه‌شناختی کنش اقتصادی» است. در این فصل، وبر کنش مصرف‌کننده و کارآفرینانه را بررسی می‌کند و نقدی از اقتصادهای برنامه‌ریزی متمرکز ایجاد می‌کند. اگرچه وبر (۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۶۸) ادعا می‌کند که تحقیقاتش ماهیت جامعه‌شناختی دارد، ولی کاملاً واضح است که بینش‌های نظری نظریه اقتصادی است که پایه جامعه‌شناسی کنش اقتصادی را فراهم می‌کند. بینش‌های نظری که به تحلیل وبر کمک نموده، از تحولات اقتصاد کنونی اتریش استخراج شده است. تأثیر اقتصاد اتریشی بر کار وبر در مقاله او در مورد نظریه مطلوبیت حاشیه‌ای نشان داده شده است (وبر ۲۰۱۲ [۱۹۰۸]: ۲۴۲).

وبر نظریه مطلوبیت حاشیه‌ای در کنش اقتصادی مطرح می‌کند و برای آن سه شرط عنوان می‌کند:

۱- «نیازهایی» که فقط با مصرف کالاها برآورده می‌شوند، برانگیخته می‌شوند.

۲- افزایش رضایت در مورد فوریت رفع نیاز است نه صرفاً رفع نیاز توسط مصرف کالا یا خدمات.

۳- انسان‌ها می‌توانند با کمک تجربه و پیش‌بینی اقدام کنند. (وبر ۲۰۱۲ [۱۹۰۸]: ص ۲۴۵)

وبر دو انتقاد را به اقتصادهای برنامه‌ریزی شده متمرکز عنوان می‌کند:

اولین انتقاد را با طرح نظریه مطلوبیت حاشیه‌ای بیان نموده به این معنا که افراد برای ارضای نیازهای خود محاسباتی را انجام می‌دهند و سبک و سنگین می‌کنند، یک کنش اقتصادی مرکزی است، و او خاطرنشان می‌کند که: تئوری سودمندی حاشیه‌ای با کنش انسانی به گونه‌ای تعامل دارد که گویی مسیر خود را از A تا Z تحت کنترل محاسبات تجاری طی می‌کند و در این محاسبات همه شرایطی که باید در نظر گرفته شود، لحاظ می‌شود (وبر ۲۰۱۲ [۱۹۰۸]: ص ۲۴۷). نظریه سودمندی حاشیه‌ای فرض می‌کند که افراد به گونه‌ای عقلانی عمل می‌کنند که از نظر تجربی ممکن است چنین نباشد.

نقد بعدی وبر از اقتصادهای برنامه‌ریزی شده متمرکز این است که درجه عقلانیتی که کنش اقتصادی می‌تواند نشان دهد (طبق نظریه) به شرایط تاریخی و اجتماعی موجود بستگی دارد. اینجا وبر به تبعیت از منگر بر رفتار مصرف‌کننده متمرکز می‌کند و عنوان می‌کند: زمانی که فرد با عقلانیت خود، ذخیره‌های کالاها را در رفع نیازها مدیریت می‌کند تا به رضایت بهینه برسد، این اقدام، یک اقدام اقتصادی است که آنرا به عنوان کنش هدفمند معرفی می‌کند (وبر ۲۰۱۲ [۱۹۰۸]: ۲۴۵-۲۴۶).

پس کنش اقتصادی از نگاه وبر یک کنش هدفمند-عقلانی است که از بین اهداف انتخاب می‌کند یعنی می‌توان گفت این کنش نزدیک به کنش معطوف به هدف است. چراکه در کنش معطوف به هدف، هدف از بین اهداف بر حسب معیارها انتخاب می‌گردد.

تحقیقات در زمینه کنش اقتصادی در اقتصاد و جامعه به مفهوم تصویر ذهنی متوسل می‌شود، یعنی فرد نیازهایی را که به طور ذهنی احساس می‌شود، تکرار می‌کند. با این نگاه تولید کالاها، قیمت‌ها یا حتی ارزش‌گذاری ذهنی کالاها نوع خاصی از تصویر ذهنی است (وبر ۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ص ۶۴) و مطابق با تحولات بعدی در نظریه اقتصادی اتریش، وبر ایده قبلی خود را در مورد کنش اقتصادی اصلاح نموده و خاطرنشان می‌کند (استفن، ۲۰۲۰):

تعریف کنش اقتصادی باید به گونه‌ای تدوین شود که شامل عملیات یک شرکت تجاری مدرن که برای کسب سود انجام می‌شود، باشد. از این رو نمی‌توان این تعریف را مستقیماً بر اساس نیازهای مصرف و ارضاء این نیازها استوار کرد، بلکه

باید از یک سو با وجود تمایل (تقاضا) برای خدمات عمومی و از سوی دیگر اندیشیدن تمهیداتی برای تامین منابع برای پاسخ دادن به تقاضا، را در نظر گرفت (وبر ۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۶۴). بنابراین وبر اذعان می‌کند که هر گونه گزارشی از اقدام اقتصادی باید تصمیمات تولید را در نظر بگیرد. او استدلال می‌کند که افراد ممکن است اهداف کنش را بر حسب خواسته‌های ذهنی خود که در مقیاسی از فوریت نسبی که آگاهانه ارزیابی شده است، در نظر بگیرند (وبر ۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۲۶). پس کنش اقتصادی یک اقدام اقتصادی برای اهداف عملی با انتخاب محتاطانه بین اهداف است (استفن، ۲۰۲۰). از دیدگاه وبر، یک نظریه انتزاعی اقتصادی هم وجود دارد که ایده‌آل است و بیان می‌کند: تئوری انتزاعی اقتصادی، تصویری ایده‌آل از آنچه در اقتصاد بازار برای کالاها می‌گذرد، زمانی که جامعه به عنوان اقتصاد مبادله‌ای سازماندهی شده است، رقابت آزاد است و عمل کاملاً عقلانی است، به ما ارائه می‌دهد و جوهر این سازه دارای ویژگی مدینه فاضله است (وبر ۲۰۱۲ [۱۹۰۴]: ۱۲۴). در جدول ۱ مشخصات ۴ کنش اجتماعی و کنش اقتصادی ماکس وبر جمع‌بندی شده است.

جدول شماره ۱: مشخصات ۴ کنش اجتماعی و کنش اقتصادی ماکس وبر

مشخصات				انواع کنش ماکس وبر
ارزیابی هدف	انتخاب ابزار	عقلانی	غیرعقلانی	
+	+	+	-	کنش عقلانی معطوف به هدف
+	+	+	-	کنش عقلانی معطوف به ارزش
-	-	-	+	کنش عاطفی
-	-	-	+	کنش سنتی
+	+	+	-	کنش اقتصادی

منبع: یافته‌های پژوهش

کنش کارآفرینانه

مفهوم فعلی کارآفرینی با هنر انجام کاری جدید یعنی داشتن انگیزه و خلاقیت مرتبط است. رفتار کارآفرینانه مربوط به اجرای یک پروژه سازمانی یا شخصی است که به صورت مشارکتی و نوآورانه توسط اعضای درگیر، توسعه می‌یابد و به عبارتی رفتاری است فعالانه برای حل چالش دائمی شناسایی فرصت‌ها و مدیریت ریسک‌های موجود در فرآیندی که کارآفرینان نسبت به مسائلی که باید حل شوند، اتخاذ می‌کنند. مفهوم دیگری از کارآفرینی مربوط به شیوه‌هایی است که بر اصول خلاقیت و نوآوری تمرکز می‌کنند، که ممکن است با دگرگونی‌هایی که در جامعه اتفاق می‌افتد مرتبط باشد، که به نوبه خود با ایده‌ها و رفتارهایی که افراد هنگام امتحان روش‌های جدید انجام کارها ایجاد می‌کنند مرتبط است و فرصت‌هایی را که دیگران نمی‌توانند ببینند را تشخیص می‌دهند (سیلوا، ۲۰۲۴).

سیلویرا^۱ و همکاران (۲۰۰۷) تأکید می‌کنند که مفهوم کارآفرینی بسیار ذهنی است، زیرا مردم این عبارت را می‌دانند، اما نمی‌توانند آن را تعریف کنند و این عدم درک را می‌توان دلیل وجود مفاهیم مختلف از این واژه دانست.

کارآفرینی برای ایجاد شغل و رشد اقتصادی بسیار مهم است (هانگ^۲ و همکاران، ۲۰۲۴). بسیاری از محققان بر رفتار کارآفرین تمرکز می‌کنند (کاپوتو، پلگرینی^۳، ۲۰۲۰؛ لی و همکاران^۴، ۲۰۲۳). فردی که ریسک‌ها را می‌پذیرد، با احتمال شکست مواجه می‌شود، با انگیزه و مشتاق به کاری است که انجام می‌دهد، و باید بداند که چگونه فرصت‌ها را غنیمت

1. SILVEIRA

2. HUANG

3. CAPUTO, A.; PELLEGRINI, M. M

4. LI, H. et al.

بشمارند، و سرمایه‌گذاری را با ریسک‌های محاسبه‌شده انجام دهد (سنتانین؛ باربوزا^۱، ۲۰۰۵؛ کوردرو^۲، ۲۰۲۳؛ یانگ و همکاران^۳، ۲۰۲۴). علاوه بر این، کارآفرینان در یک محیط نامطمئن با چالش‌های قابل توجهی مواجه می‌شوند که ویژگی‌های آن تغییرات سریع و حتی کمبود منابع و اطلاعات است (بوثا و پیترسن^۴، ۲۰۲۲). کارآفرینی را می‌توان از طریق تجربیات افراد کارآفرینی که اغلب تلاش می‌کنند تا سرمایه‌گذاری‌های تجاری موفق‌تری را توسعه دهند، درک کرد (ریندووا^۵ و همکاران، ۲۰۰۹؛ تورگرن؛ ویلیامز^۶، ۲۰۲۳). حوزه کارآفرینی فاقد ساختار مفهومی کاملاً تعریف شده‌ای است که آن را به یک اصطلاح چند وجهی تبدیل می‌کند. در نتیجه، بسیاری از محققان بر کارآفرین به عنوان تنها فردی که مسئول تلاش‌های کارآفرینی است، تمرکز کرده‌اند، که منجر به افزایش تحقیقات در مورد کارآفرینی در حوزه کنش کارآفرینانه می‌شود.

دیمو و پیستروبی^۷، (۲۰۲۰)، لاکردا و آندراد^۸ (۲۰۲۱)، آویلا^۹ و همکاران، (۲۰۲۳) و وود^{۱۰} و همکاران (۲۰۲۱) کنش کارآفرینانه را به عنوان یک فعالیت عمدی توسط افراد بیان می‌کنند که در آن کارآفرینان به دنبال معرفی چیزی نوآورانه در جهان هستند.

در تحقیقات علمی، توجه اصلی به این است که چگونه کارآفرینان در شرایط عدم قطعیت، با کمک همکاران خود برنامه‌های تجاری را تدوین می‌کنند تا بتوانند در این شرایط مبهم اهداف خود را پیش ببرند و به سمت آن هماهنگ کنند. هدف این کار، ایجاد راهکارهایی است که باعث تعامل و همکاری بیشتر در فرایند کارآفرینی شود. به عبارت دیگر، این تحقیقات بر این تمرکز دارند که چگونه این نوع تعاملات می‌تواند نقش مهمی در پیشرفت و توسعه کارآفرینی ایفا کند. زیرا کارآفرینانی که در محیط‌های نامطمئن فعالیت می‌کنند باید جنبه‌های ناشناخته را از طریق بررسی و ارزیابی محیط بشناسند (هانت^{۱۱} و همکاران، ۲۰۲۲). ادبیات مربوط به کنش کارآفرینانه به دنبال روشن کردن نگرش‌ها، رفتارها، آزمایش‌ها، انگیزه‌ها و فعالیت‌هایی است که کارآفرینان در محیط‌های نامشخص انجام می‌دهند (برنل^{۱۲} و همکاران، ۲۰۲۳؛ چن^{۱۳} و همکاران، ۲۰۲۴؛ استیونسون^{۱۴} و همکاران، ۲۰۲۴).

با توجه به عدم قطعیت محیطی، مفهوم کنش کارآفرینانه را می‌توان به عنوان پاسخی به یک تصمیم قضاوتی تحت شرایط عدم قطعیت، در مورد یک فرصت سود بالقوه تحلیل کرد (مک مولن؛ شپرد^{۱۵}، ۲۰۰۶؛ یانگ و همکاران، ۲۰۲۴). مک مولن و شپرد (۲۰۰۶) نیز مطالعه‌ای در مورد اقدام کارآفرینانه انجام دادند که می‌توان کنش کارآفرینانه را از طریق دو مرحله مرتبط با فرصت که توجه و ارزیابی است، درک کرد: که توجه به شناسایی فرصت‌ها مربوط است در حالی که ارزیابی مربوط به کشف یک فرصت خاص است. مطالعه باربوسا و اسمیت^{۱۶} (۲۰۲۴) بر ارزیابی فرصت متمرکز است که فرد کارآفرین این مرحله را در محیطی که با عدم قطعیت مشخص می‌شود، طی می‌کند و آنها تفسیری از دانش کنش کارآفرینانه را توسعه دادند تا تأکید کنند که این شکل از کنش توسط اطلاعاتی که کارآفرینان دارند پشتیبانی می‌شود، که اغلب توسط باورها و فرآیندهای شناختی آنها شکل می‌گیرد. در این رابطه برون‌دین و گوستافسون^{۱۷} (۲۰۱۳) و منسا^۱ و همکاران (۲۰۲۱) تأکید

1. SENTANIN, V. L. H.; BARBOZA, R. J.

2. CORDERO

3. YANG

4. BOTHA, M.; PIETERSEN, M

5. RINDOVA

6. THORGREN, S.; WILLIAMS, T. A.

7. DIMOV, D.; PISTRUI, J.

8. LACERDA, G. D.; ANDRADE, D. M

9. ÁVILA

10. WOOD

11. HUNT

12. BURNELL

13. CHEN

14. STEVENSON

15. MC MULLEN, J. S.; SHEPHERD

16. BARBOSA, S. D.; SMITH, B. R

17. BRUNDIN, E.; GUSTAFSSON, V

می‌کنند که احساسات کارآفرینان چه در تایید یا رد یک سرمایه‌گذاری در شرایط عدم اطمینان، نقش مهمی در فرآیندهای تصمیم‌گیری آنها ایفا می‌کند. احساساتی مانند امید و اطمینان عناصر ضروری برای تصمیمات سرمایه‌گذاری این افراد در ریسک است و احساسای مثل خجالت و ناامیدی کارآفرینان را در زمینه‌های تصمیم‌گیری دلسرد می‌کند.

گومز^۲ و همکاران (۲۰۱۳) تاکید می‌کنند که در تحقیقات متمرکز بر اقدام کارآفرینانه، تمرکز از فرد و به سمت کنش تغییر می‌کند، یعنی فرد خاصی مسئول توسعه آن نیست، بلکه یک همکاری بین افراد مؤثر در این کنش است. در مطالعات مربوط به اقدام کارآفرینی شناخت کار مشارکتی قابل توجه است.

کنش کارآفرینانه شامل ایجاد چیزی جدید است، که در آن زمینه، فرصتی که تجسم می‌شود، بر اساس اصول پایداری و فداکاری از سوی کارآفرین ایجاد می‌شود. هدف از این فرآیند دستیابی به نتایج و شناسایی خطراتی است که باید محاسبه شوند (سیلوا، ۲۰۲۴).

از نظر کوراتکو^۳ و همکاران (۲۰۰۵)، اقدام کارآفرینانه نتیجه کنش رفتاری کارآفرین است که می‌تواند در سطح فردی منجر به ارتقاء، وظایف و فعالیت جدید و پاداش‌های مالی شود، در حالی که در سطح سازمانی امکان ظهور یک سازمان کارآفرین فرهنگی، ایجاد مجدد مزیت رقابتی و بهبود شهرت را در بین دیگر افراد سازمان فراهم می‌کند.

از دیدگاه اویسون و ویتاکر^۴ (۲۰۱۵)، کنش کارآفرینانه شامل راهی برای ایجاد فرصت‌های کارآفرینانه است، زیرا در طی کنش کارآفرینانه است که فرد با محیط خود در هم تنیده شده و شناخت خود را توسعه می‌دهد.

کنش کارآفرینانه ابزار مهمی برای کارآفرینی است که مستقیماً بر نتایج آن از طریق تسهیل در کشف، بهره‌برداری و نظارت بر فرصت‌ها تأثیر می‌گذارد (فرس و گیلینک^۵، ۲۰۲۳؛ تورگرن ویلیامز^۶، ۲۰۲۳). از این نظر، مطالعات مربوط به اقدام کارآفرینانه فرض می‌کند که باعث پیشرفت در ایجاد و نگهداری سرمایه‌گذاری‌های جدید می‌شود (مک‌ملون و همکاران، ۲۰۲۱؛ تورگرن و ویلیامز، ۲۰۲۳).

به گفته وود و همکاران (۲۰۲۱) و گوتل^۷ و همکاران (۲۰۲۴)، کنش کارآفرینانه یک فعالیت انسانی متمرکز بر رفتار عمدی کارآفرین در ایجاد چیزی جدید است که با مطالعات شومپیتر^۸ (۱۹۳۴) همسو است. علاوه بر این، وود و همکاران (۲۰۲۱) افکار ساراسواتی^۹ (۲۰۰۱) را منعکس می‌کنند، که در آن کنش کارآفرینانه با اقدامات انجام شده در شرایط عدم قطعیت مشخص می‌شود، زیرا کارآفرینان برای برنامه‌ریزی اهداف و مقاصد خود با سایر بازیگران تعامل دارند.

پس می‌توان گفت که کارآفرینان فرصت‌های سود احتمالی متفاوتی را که در نظر می‌گیرند، که سود مورد انتظار هر اقدام ممکن نام داشته و بر اساس این محاسبات است که انتخاب می‌کنند. بنابراین، اهداف کنش کارآفرینانه با انتخاب‌های عملی بر اساس فرصت‌های سود واقعی و ذهنی به دست می‌آیند. رفتار کارآفرینانه به طور مستقیم به معنای رفع نیاز کارآفرین نیست و محاسبات کارآفرین به سمت سودآوری است و در اقدام کارآفرینانه، مسئله انتخاب اهداف نمی‌تواند توسط ساختار خواسته‌های کارآفرینانه تعیین شود (استفن، ۲۰۲۰). تصمیمات کارآفرینانه توسط خواسته‌ها تعیین نمی‌شوند، بلکه توسط مزایای واقعی یا خیالی و فرصت‌ها برای کسب سود هدایت می‌شوند (وبر ۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۶۸). محاسبات کارآفرینی در کنش کارآفرینانه مربوط به سودآوری هستند که سودآوری به معنای: ۱- سودی که با محاسبات قبلی تا حد امکان برآورد می‌شود و دستیابی به آن هدف فعالیت کارآفرین است، ۲- چیزی که محاسبات پس از آن نشان می‌دهد که واقعاً به دست آمده است

1. MENSAH

2. GOMES

3. Kuratko

4. OYSON, M. J.; WHITTAKER, H

5. FRESE, M.; GIELNIK, M

6. THORGREN; WILLIAMS

7. GÖTTEL

8. SCHUMPETER

9. Sarasvathy

(ویر ۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۹۱). کارآفرینان در مورد سودآوری احتمالی دوره‌های مختلف اقدام کارآفرینانه پیش‌بینی می‌کنند و سود مراحل مختلف را تخمین می‌زنند.

آفلتوویچ^۱ (۲۰۲۴) در توافق با آلدریچ^۲ (۲۰۰۵)، پیشنهاد می‌کند که کنش کارآفرینانه را می‌توان به عنوان اقدامی که توسط کنشگران اجتماعی با هدف ایجاد ارزش تولید می‌شود درک کرد که شامل جنبه‌هایی مانند علایق فردی، منابع فناورانه، کارآفرینان (بازیگران)، سازمانی است.

به گفته چن و همکاران (۲۰۱۸) و ریپولس و بلسا^۳ (۲۰۲۴)، اقدامات کارآفرینانه نیز می‌تواند از افراد نوپا در کارآفرینی صورت بگیرد و از تظاهرات انتزاعی به انضمامی تبدیل شود. اقدامات انتزاعی شامل اهدافی است که توسط افکار فرد شکل می‌گیرد و هدف آنها کارآفرین شدن یا توسعه ایده‌های نوآورانه است. از سوی دیگر، اقدام کارآفرینانه اضمایی، شامل اجرای ایده‌ها، مانند تهیه پیش‌نویس طرح کسب‌وکار، ایجاد یک محصول یا خدمات، مذاکره، ارائه ایده‌ها و سایر فعالیت‌ها است و در واقع عینیت پیدا کردن اقدامات انتزاعی است.

کنش کارآفرینانه مربوط به اجرای یک پروژه سازمانی یا شخصی است که به صورت مشارکتی و نوآورانه توسط اعضای درگیر توسعه می‌یابد، در میان چالش دائمی فرصت‌ها و ریسک‌های موجود در فرآیند، جایی که کارآفرینان کنشی فعالانه نسبت به مسائلی که باید حل شوند اتخاذ می‌کنند (باجیو^۴، ۲۰۱۴).

با بررسی ادبیات نظری در خصوص کنش کارآفرینانه، مفهوم‌سازی آن در مطالعات بررسی شده در جدول ۲ ارائه شده است.

جدول شماره ۲: مرور تعاریف و مفاهیم کلیدی کنش کارآفرینانه از دیدگاه پژوهشگران مختلف

ردیف	مرجع	مفهوم‌سازی کنش کارآفرینانه
۱	آلوارز و بارنی (۲۰۰۷)	هر گونه فعالیت کارآفرینی که به شکل‌گیری و بهره‌برداری از فرصت‌ها کمک می‌کند (شین؛ ونکاتارامان، ۲۰۰۰؛ شین، ۲۰۰۳).
۲	کوراتکو و همکاران (۲۰۰۵)	نتیجه اقدام رفتاری از سوی کارآفرین؛ در سطح فردی، می‌تواند منجر به ارتقاء، اسناد جدید و پاداش‌های مالی شود، در حالی که در سطح سازمانی، می‌تواند استقرار فرهنگ سازمانی کارآفرینانه را تسهیل کند، بنابراین سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا مزیت‌های رقابتی به دست آورند و شهرت خود را در بین سهامداران بهبود بخشند.
۳	فینی ^۵ و همکاران (۲۰۱۲)	هدف این اقدامات ایجاد ارزش جدید در شرکت‌ها با تشویق رفتارهای نوآورانه، پیشگیریانه و مخاطره‌آمیز است (ایرلند و همکاران، ۲۰۰۱).
۴	اسپدیل و واتسون ^۶ (۲۰۱۴)	مبادلات (یا توافقات) مابراجویانه، خلاقانه یا نوآورانه بین شرکت بازیگر کارآفرین و سایر طرف‌هایی که شرکت با آنها معامله می‌کند (واتسون، ۲۰۱۳).
۵	گرینمن ^۷ (۲۰۱۳)	نوع کنش انسانی که در آن انتظار می‌رود منطق نهادی با فشار مواجه شود (یکرت، ۱۹۹۹). بنابراین، کنش کارآفرینانه در بستر ارتباط بین کنش هدفمند فردی و ارزش‌های فرهنگی جمعی رخ می‌دهد و بنابراین می‌تواند فرآیند نهادسازی را مختل کند. در عوض، می‌تواند به بازتولید منطق‌های نهادی مسلط بر اساس فشارهای هم‌شکل کمک کند، که در این زمینه انتظار می‌رود سازمان‌ها را قادر به کسب مشروعیت و غلبه بر مسئولیت‌های خود، به عنوان مثال، از نظر تازگی و مقیاس کند (مگور، هاردی، ۲۰۰۸).
۶	ونزلی ^۸ و همکاران (۲۰۱۱)	هر مجموعه‌ای از اقدامات تازه شکل گرفته که از طریق آن شرکت‌ها به دنبال استفاده از فرصت‌های کارآفرینی هستند که رقبا به آن توجه نکرده‌اند (کوراتکو و همکاران، ۲۰۰۵).
۷	گرت و هلند ^۱ (۲۰۱۵)	این شامل دو مرحله است: توجه و ارزیابی. اولین مرحله از این مراحل - توجه - به این موضوع مربوط می‌شود که آیا افراد فرصت‌های ارائه شده توسط تغییرات در محیط خود را تشخیص می‌دهند یا خیر. مرحله

1. AFELTOWICZ

2. ALDRICH

3. RIPOLLÉS, M.; BLES, A

4. BAGGIO

5. FINI

6. SPEDALE, S.; WATSON, T. J.

7. GREENMAN

8. WENSLEY

دوم اقدام کارآفرینانه، ارزیابی است. در این مرحله، کارآفرین آینده‌نگر تعیین می‌کند که آیا فرصتی که شناسایی شده است نشان دهنده مسیری جذاب به سوی اقدام است یا خیر (مک‌مولن؛ شپرد، ۲۰۰۶).

ادامه جدول شماره ۲

ردیف	مرجع	مفهوم‌سازی کنش کارآفرینانه
۸	دای ^۲ و همکاران (۲۰۱۱)	رفتار در پاسخ به یک تصمیم قضاوتی که تحت شرایط عدم اطمینان در مورد فرصت سود احتمالی (مک‌مولن؛ شپرد، ۲۰۰۶) یا رفتار تازه شکل گرفته ای است که از طریق آن می‌توان از فرصت‌های نادیده گرفته استفاده کرد (کوراتکو و همکاران، ۲۰۰۱).
۹	کیم ^۳ و همکاران (۲۰۱۹)	رفتار در پاسخ به یک تصمیم قضاوتی که تحت شرایط عدم اطمینان در مورد فرصت سود احتمالی است (مک‌مولن؛ شپرد، ۲۰۰۶).
۱۰	لیو ^۴ و همکاران (۲۰۰۷)	رفتار در پاسخ به یک تصمیم قضاوتی که تحت شرایط عدم اطمینان در مورد فرصت سود احتمالی است (مک‌مولن؛ شپرد، ۲۰۰۶). وسیله‌ای برای جستجوی فرصت برای خلق ارزش. زمانی که کارآفرینان فرصتی را درک کردند، باید مراحل لازم برای بهره‌برداری از آن را شناسایی کنند. این عمل همان چیزی است که واقعاً یک اقدام کارآفرینانه را تشکیل می‌دهد.
۱۱	میک و ویلیامز ^۵ (۲۰۱۸)	رفتار در پاسخ به یک تصمیم قضاوتی که تحت شرایط عدم اطمینان در مورد فرصت سود احتمالی است (مک‌مولن؛ شپرد، ۲۰۰۶).
۱۲	مارکوفسکا ^۶ (۲۰۱۸)	رفتارهای عمدی که توسط اهدافی هدایت می‌شوند که منجر به نتیجه می‌شوند (فرس، ساینی، ۱۹۸۵؛ اسکینر و همکاران، ۱۹۸۸).
۱۳	کاتانی ^۷ و همکاران (۲۰۱۷)	هر گونه فعالیت از سوی کارآفرینانی که می‌توانند متعهد به ایجاد و اکتشاف فرصت‌های جدید باشند (آلوارز؛ بارنی، ۲۰۰۷).
۱۴	کیهانی ^۸ (۲۰۱۹)	ایجاد یا بهره‌برداری از فرصتی که به عنوان یک کشف، یعنی فرآیندهای عدم تعادل در حرکت تلقی می‌شود.
۱۵	هانت و همکاران (۲۰۲۲)	رفتار در پاسخ به یک تصمیم قضاوتی که تحت شرایط عدم اطمینان در مورد فرصت سود احتمالی است (مک‌مولن؛ شپرد، ۲۰۰۶).
۱۶	آلونسو ^۹ و همکاران (۲۰۲۰)	رفتار در پاسخ به یک تصمیم قضاوتی که تحت شرایط عدم اطمینان در مورد فرصت سود احتمالی است (مک‌مولن؛ شپرد، ۲۰۰۶).
۱۷	آلونسو و کوک ^{۱۰} (۲۰۲۰)	رفتار در پاسخ به یک تصمیم قضاوتی که تحت شرایط عدم اطمینان در مورد فرصت سود احتمالی است (مک‌مولن؛ شپرد، ۲۰۰۶).
۱۸	بو ^{۱۱} (۲۰۱۷)	یک نگرش یا گرایش رفتاری مربوط به پتانسیل کارآفرینی برای توسعه فعالیت‌های تجاری.
۱۹	روی ^{۱۲} (۲۰۲۰)	فرآیند مربوط به تمرین فرد کارآفرین در دستیابی به یک هدف تعیین شده، با وجود عدم اطمینان در محیط.
۲۰	توملرو ^{۱۳} و همکاران (۲۰۱۶)	مجموعه‌ای از اقدامات ایجاد شده توسط فرد کارآفرین، که شامل فرصت‌ها و/یا نیازهایی است که در زندگی روزمره یک شرکت با آن مواجه است، که دلالت بر توسعه شیوه‌های کارآفرینی و تخصیص و استفاده از منابع برای پاسخگویی به مطالبات درونی و بیرونی دارد. (دراکر، ۱۹۹۳؛ ام سی مولن؛ شپرد، ۲۰۰۶؛ شین؛ ونکاتارامان، ۲۰۰۰؛ شومپتر، ۱۹۳۹).
۲۱	اویسون و ویتاکر (۲۰۱۵)	راهی برای ایجاد فرصت‌های کارآفرینی زیرا در طی اقدام کارآفرینانه است که فرد می‌تواند با محیط خود تعامل داشته باشد و شناخت خود را توسعه دهد.
۲۲	لاسردا و آندراد ^{۱۴} (۲۰۲۱)	اقدام جمعی که با هدف ارائه ارزش اقتصادی مبتنی بر ایجاد کالاها و خدمات جدید است (بوشوفوسکی؛ تکسریا، ۲۰۱۲).

1. GARRETT, R. P.; HOLLAND, D. V.

2. DAI

3. KIM

4. Liu

5. MEEK, W.; WILLIAMS, D. W

6. MARKOWSKA

7. CATTANI

8. KEYHANI

9. ALONSO

10. ALONSO, A. D.; KOK, S. K.

11. BO

12. ROY

13. TUMELERO

14. LACERDA, G. D.; ANDRADE, D. M

۲۳	اوشی ^۱ و همکاران	رفتار در پاسخ به یک تصمیم قضاوتی که تحت شرایط عدم اطمینان در مورد فرصت سود احتمالی است (مک‌مولن؛ شیرد، ۲۰۰۶).
۲۴	آنگوس ^۲ و همکاران (۲۰۲۲)	تصمیم‌گیری در سرمایه‌گذاری‌های تجاری تحت شرایط عدم قطعیت (وود و همکاران، ۲۰۲۱).

استیونسون و همکاران (۲۰۲۴) کنش کارآفرینانه را به سه شکل مختلف از کنش، تقسیم نموده‌اند: کنش پیشگیرانه، واکنشی و مشکوک اخلاقی.

کنش پیشگیرانه

اقدامات پیشگیرانه، اقداماتی هستند که یک کارآفرین برای استفاده از فرصت‌های جدید، آزمایش ایده‌های نوظهور، یا ثبت نام فعال سهامداران برای حمایت از سرمایه‌گذاری، فوری یا تهاجمی درگیر آن می‌شود. یک مثال واضح از اقدام پیشگیرانه، شتاب کارآفرینی است. شتاب کارآفرینی به عنوان اقدامات فوری و غیرمعارفی است که توسط کارآفرینان برای استفاده سریع از فرصت‌ها استفاده می‌شود.

کنش‌های واکنشی

کنش‌های واکنشی، اقداماتی هستند که در پاسخ به شکست‌هایی انجام می‌شوند که کارآفرین را ملزم به حفظ تلاش و علاقه در مواجهه با ناملایمات، شکست‌ها و فلات‌های در حال پیشرفت می‌کند. یک مثال واضح از کنش واکنشی، انعطاف‌پذیری کارآفرینی است (ویلیامز و شیرد، ۲۰۱۶). تاب‌آوری کارآفرینی به عنوان فرآیندی تعریف می‌شود که طی آن کارآفرینان با استفاده از قابلیت‌های داخلی یا مواهب برای انجام اقدامات اصلاحی به شکست‌ها پاسخ می‌دهند (ویلیامز و شیرد، ۲۰۱۶).

کنش‌های اخلاقی مشکوک

منظور ما از اقدامات اخلاقی مشکوک، اشکال رفتارهای قانون‌شکنی است که کارآفرینان ممکن است در آن انجام دهند که مشکوک تلقی می‌شوند، مانند دروغ‌های مشروعیت، دروغ‌های مشروعیت به عنوان تقلب عمدی از حقایق تعریف می‌شوند، که نتایج این دروغ‌ها از تخلفات جزئی (ظریف) تا فعالیت‌های متقلبانه متغیر است. سیلوا و همکاران (۲۰۲۴) عنوان نموده‌اند که درک کنش کارآفرینانه با ۷ مفهوم کلیدی امکان‌پذیر است که عبارتند از: استفاده از فرصت‌ها، منطق‌های نهادی، رفتار کارآفرینان، عدم اطمینان، ایجاد ارزش، مزیت رقابتی و فرایند کارآفرینی. در جدول ۳ تعاریف مفاهیم کلیدی کنش کارآفرینانه ارائه شده است.

جدول شماره ۳: تعاریف مفاهیم کلیدی کنش کارآفرینانه (سیلوا و همکاران، ۲۰۲۴)

منبع	تعریف	مفهوم
Alvarez and Barney (2007); Liu et al. (2007); Dai et al. (2011); Wensley et al. (2011); Garrett and Holland (2015); Oyson and Whitaker (2015); Tumelero et al. (2016); Meek and Williams (2018); Keyhani (2019); Alonso and Kok (2020); Alonso et al. (2020); Lacerda and Andrade (2021); Hunt et al. (2022).	نتایج یک کشف یا فرآیند تصادفی در طول زمان یا حتی ساخت توسط محصول یا فرآیند توسعه یافته است (ماچادو ^۳ ، ۲۰۱۳، ص ۳). شناسایی یک فرصت می‌تواند از طریق یک جستجوی برنامه‌ریزی شده و از پیش تعیین شده و یا نامعین و اتفاقی رخ دهد (شیرد؛ دیتین ^۴ ، ۲۰۰۵). فرصت چیزی بالقوه است که ارزش‌های جدید را از طریق خدمات یا محصولات به مصرف کنندگان ارائه دهد (چا ^۵ و همکاران، ۲۰۱۰، ص ۳۸). تجربه و دانش قبلی می‌تواند بر فرآیند شناسایی و بهره‌برداری از فرصت‌ها تأثیر بگذارد.	استفاده از فرصت‌ها

1. O'SHEA
2. ANGUS
3. MACHADO
4. SHEPHERD, D. A.; DETIENNE, D. R.
5. CHA

به ویژه در شرایطی که باید متناسب با نیازهای بازار تنظیم شوند. علاوه بر این، شبکه‌های اجتماعی می‌توانند به عنوان ارائه‌دهندگان اطلاعات ضروری مربوط به بهره‌برداری از فرصت‌ها استفاده شوند (ماچادو؛ باساگلیا^۱، ۲۰۱۵).

ادامه جدول شماره ۳

منبع	تعریف	مفهوم
Kuratko et al. (2005); Greenman (2013); Spedale and Watson (2014); Oyson and Whittaker (2015); Cattani et al. (2017).	قوانین، شیوه‌ها، دانش و باورهای مشترک که می‌توانند ساختار شناخت و تصمیم‌گیری مستقیم در حوزه سازمانی را تسهیل کنند (لونزبری ^۲ ، ۲۰۰۷) و در نتیجه به عنوان راهنماهای مربوط به واقعیت سازمانی در بین اعضای سازمان عمل کنند (لارنس؛ فیلیپس ^۳ ، ۲۰۰۴). علاوه بر این، این عوامل کنش‌های اجتماعی را هدایت می‌کنند و بازیگران درگیر در این فرآیند را قادر می‌سازند تا واقعیت را درک کنند و رفتار خود را اصلاح کنند (گرین‌وود و همکاران، ۲۰۱۱؛ تورنتون ^۴ ، ۲۰۰۴).	منطق‌های نهادی
Kuratko et al. (2005); Liu et al. (2007); Oyson and Whittaker (2015); Bo (2017); Markowska (2018); Hunt et al. (2022).	شرکت‌ها در صورتی می‌توانند تجدید شوند که در شیوه‌های اداری خود بر پایه‌ها و نگرش‌های کارآفرینی تکیه کنند. کارآفرینان قادر به ایجاد تغییرات، تولید و کاوش ایده‌ها و پذیرش خطرات در طول فرآیند کشف فرصت‌ها هستند (شومپتر، ۱۹۵۴؛ فیلیون ^۵ ، ۱۹۹۸). از این منظر، شرکت‌ها ممکن است آماده سازگاری با سناریوهای دارای بی‌ثباتی و عدم اطمینان و ترویج توسعه باشند که ممکن است از طریق فرصت‌های جدید رخ دهد (تومی، فراری ^۶ ، ۲۰۰۸).	رفتار کارآفرینان
Liu et al. (2007); Garrett and Holland (2015); Kim et al. (2019); Roy (2020); Alonso and Kok (2020); O'Shea et al. (2021); Angus et al. (2022).	در محیط‌های پویا و پیچیده، عوامل متعددی که به فرآیندهای اداری مربوط می‌شوند به وضوح آشکار نمی‌شوند، که در این زمینه انتخاب و شناسایی جایگزین‌های مؤثر، پاسخگویی به خواسته‌های محیطی را تسهیل می‌کند. در نتیجه، پیش‌بینی نتایج یا اثرات تصمیمات برای مدیران مشکل است (النادی ^۷ ، ۲۰۰۷). عدم قطعیت نشان‌دهنده ماهیت فرآیند اداری است زیرا مشکلی است که باید مدیریت شود و ممکن است مانع توانایی متخصصان برای برنامه ریزی شود که ممکن است منجر به موفقیت یا شکست از سوی مدیران شود (تامپسون ^۸ ، ۱۹۶۷).	عدم اطمینان
Kuratko et al. (2005); Liu et al. (2007); Fini et al. (2012).	هدف اصلی که باید توسط شرکت‌ها و سازمان‌ها از طریق استراتژی‌هایی که در حوزه‌های عملکردی مختلف پیاده‌سازی می‌شوند دنبال شود (گارتنر و گارسیا ^۹ ، ۲۰۰۵). بنابراین، در بیشتر تصمیم‌ها، شایستگی‌ها، منابع، فرآیندها، فعالیت‌های تاکتیکی و تمرکز پتانسیل‌ها با توجه به شرح و بسط و ارائه محصولات یا خدمات با ارزش مورد نظر مشتری مرتبط هستند (لوسون ^{۱۰} ، ۲۰۰۱).	ایجاد ارزش
Kuratko et al. (2005); Liu et al. (2007)	استفاده از استراتژی‌های رقابتی برای به دست آوردن موقعیت مطلوب در میان رقبای، به عنوان مثال، اتخاذ شیوه‌های مختلف که می‌تواند دستیابی به اهداف سازمانی را ارتقا دهد، زیرا این دستاوردها اغلب به دلیل ظرفیت واکنش بخش محدود می‌شود (پورتر ^{۱۱} ، ۱۹۹۸). علاوه بر این، مفهوم مزیت رقابتی را می‌توان بر حسب فاصله بین هزینه‌های متحمل شده با توجه به مشتریان و هزینه‌های فرصتی که تامین‌کنندگان با آن مواجه	مزیت رقابتی

1. MACHADO, H. P. V.; BASAGLIA, M. M.
2. Lounsbury
3. LAWRENCE, T. B.; PHILIPS, N.
4. THORNTON
5. FILION
6. TOMEI, P. A.; FERRARI, P. J
7. EL-NADI
8. THOMPSON
9. GARTNER, I. R.; GARCIA, F. G.
10. LOWSON
11. PORTER

می‌شوند، تحلیل کرد که به سناریویی که شرکت در آن درگیر است و روابط آن در زنجیره عمودی بستگی دارد. (براندنبرگر؛ استوارت^۱، ۱۹۹۶؛ آدنی؛ زمسکی^۲، ۲۰۰۶؛ آدگبسان^۳، ۲۰۰۹). در این زمینه، جنبه‌های اجتماعی و پویا بر نحوه تشخیص ارزش ایجاد شده توسط بازیگران درگیر در این فرآیند تأثیر می‌گذارند (بلیلر، کاف^۴، ۲۰۰۳).

ادامه جدول شماره ۳

مفهوم	تعریف	منبع
فرایند کارآفرینی	گروه بندی چند فرد تحت یک شکل قانونی؛ با این حال، این فرآیند ممکن است به صورت جداگانه با هدف ایجاد یک طرح کسب و کار اجرا شود و در نتیجه یک ایده جدید یا موجود را به کار گیرد. لازم است فرد کارآفرین بداند که چگونه مراحل ایجاد کسب و کار خود و استراتژی‌های آتی را که سازمان را به سمت نتایج رضایت بخش هدایت می‌کند، برنامه‌ریزی کند. کارآفرین باید بتواند فرصت‌ها و ایده‌ها را شناسایی و ارزیابی کند، یک طرح کسب و کار توسعه دهد، منابع لازم را شناسایی و به دست آورد و شرکت را رهبری کند (گاسپار ^۵ ، ۲۰۰۹).	Kuratko et al. (2005); Liu et al. (2007); Oyson and Whittaker (2015); Keyhani (2019); Roy (2020); Lacerda and Andrade (2021)

معضل اقدام کارآفرینانه فقط این نیست که آیا تغییر سریع در مدل کسب و کار ممکن است به اندازه کافی خوب باشد، همانطور که برخی از سرمایه‌گذاران پیشنهاد می‌کنند (گوزمان^۶، ۲۰۲۰). اما، بیشتر درک این موضوع است که برای سازمان آنها (در داخل) و محیط آنها (نگاه به بیرون)، قبل، در حین و پس از تنظیم برنامه‌ها یا مدل کسب و کارشان چه معنایی دارد (گوینس^۷ و همکاران، ۲۰۲۰).

از نظر دیمو و پیستروی (۲۰۲۰) کنش ستون اصلی برای درک وقوع کارآفرینی است. زیرا فرآیند کارآفرینی مستلزم یک هدف اساسی برای یک اقدام منطقی و جهت‌دار است. به گفته نویسندگان، کنش کارآفرینانه می‌تواند نشان‌دهنده منافع، مقاصد یا اهداف باشد که با کنش عقلانی افراد در یک زمینه خاص سازگار است، که ترکیبی از منافع سازمانی منجر به یک مفهوم اجتماعی می‌شود. بنابراین، می‌توان استنباط کرد که اقدامات مربوط به یک شرکت می‌تواند از ساختارهای مختلف سازمانی و اجتماعی فراتر رود.

با مرور ادبیات مربوط به کنش کارآفرینانه و مفاهیم کلیدی آن، مشخص شد هنگامی که یک فرصت توسط کارآفرین کشف می‌گردد، افراد نقش ریسک‌پذیری را بر عهده می‌گیرند، زیرا ابزارهای شناخته شده و ساختار یافته‌ای برای ترسیم گزینه‌های جایگزین برای دستیابی به نتایج مورد انتظار برای کسب‌وکارشان وجود دارد (ساراسواتی، ۲۰۰۱؛ مک‌مولن و شپرد، ۲۰۰۶؛ آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷؛ کالاین، ۲۰۰۸). بنابراین، استنباط شد که اقدام بر اساس یک انتخاب منطقی و در رابطه با اهدافی است که قبلاً توسط سازمان شناخته شده است. و به نوعی می‌توان گفت که این کنش منشاء سازمانی دارد، زیرا از قبل در استراتژی‌ها و اهداف سازمانی گنجانده شده است، که ناشی از فرآیند علیت است که در آن افراد بر اساس منطق پیش‌بینی و کنترل عمل می‌کنند.

آنچه مشاهده شد این است که فرصت‌های کشف‌شده می‌توانند تا حدی منجر به اقدامات کارآفرینانه شوند زیرا آنها شروع چیزی جدید یا ورود یک تجارت به بازار را پیشنهاد می‌کنند (مک‌مولن و شپرد، ۲۰۰۶؛ آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷؛ تاونسند^۸

1. BRANDENBURGER, A. M.; STUART, J. H. W

2. ADNER, R.; ZEMSKY, P

3. ADEGBESAN

4. BLYLER, M.; COFF, R. W

5. GASPARD

6. Guzman

7. Giones

تاونسند^۱ و همکاران، ۲۰۱۸؛ اوشی و همکاران، ۲۰۲۱). این به این دلیل است که در زمینه کشف، فرصت‌ها مقدم بر اعمال هستند (ساراسواتی، ۲۰۰۱). با این حال، استنباط می‌شود که وقتی این اقدامات عادی و معمول می‌شوند، به اقدامات اداری تبدیل می‌شوند، زیرا هدف آن‌ها ایجاد سود برای کارآفرینان است که با زمینه‌های به خوبی ساختاریافته و ثابت سازگار است. از سوی دیگر، نظریه خلقت بر این نظر است که عمل مقدم بر بهره‌برداری از فرصت است (آلورز و بارنی، ۲۰۰۷) و فرصت بر عدم قطعیت متمرکز است. پس افراد در یک محیط نامطمئن و بدون ساختار عمل می‌کنند، و باید از ابزارهای موجود برای دستیابی به نتایج غیرقابل پیش‌بینی برای وضعیت موجود استفاده کنند (مک مولن و شپرد، ۲۰۰۶؛ آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷؛ تاونسند و همکاران، ۲۰۱۸؛ اوشی و همکاران، ۲۰۲۱؛ وود و همکاران، ۲۰۲۱) و تصمیم‌گیرندگان از طریق اقدام منطقی و برنامه‌ریزی شده عمل می‌کنند، نه فقط انتخاب. این ایده مربوط به فرآیند اثرگذاری است که در آن وسایل موجود باید برای رویارویی با محیطی پویا، نامطمئن و اغلب ساختار ضعیف مناسب باشند (ساراسواتی، ۲۰۰۱). سفر کارآفرینی را نمی‌توان از پیش تعریف کرد، زیرا عاملان هدف از پیش تعریف شده‌ای ندارند. آن‌ها فرصت‌ها را ایجاد می‌کنند (مک مولن و شپرد، ۲۰۰۶؛ آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷؛ کلاین، ۲۰۰۸). تأثیرگذاران آرزوهای احتمالی و مبهمی دارند، زیرا اندازه‌گیری تأثیرات مطلوب اعمال آن‌ها ممکن نیست (ساراسواتی، ۲۰۰۱). در این دیدگاه، استنباط می‌شود که کارآفرینی می‌تواند بخشی جدایی‌ناپذیر از سایر شیوه‌های فراتر از ایجاد کسب‌وکارهای جدید، مانند فرمول‌بندی مجدد رویه‌ها، ایجاد استراتژی‌ها، مدیریت پروژه‌ها و سایر دستاوردها باشد. بنابراین، محققان باید کل فرآیند کارآفرینی را درک کنند تا بتوان اقدامات کارآفرینانه را به‌عنوان ابزار کافی و ضروری برای تحقق واقعی کارآفرینی شناسایی کرد (آویلا و همکاران، ۲۰۲۳).

روش‌شناسی

پژوهش حاضر به روش توصیفی، تحلیلی انجام شده است که در آن گردآوری اطلاعات به روش کتابخانه‌ای صورت پذیرفته است. برای اطمینان از اعتبار و دقت نتایج این تحقیق، از دو مؤلفه اصلی یعنی روایی و پایایی پیروی شده است:

۱- پایایی

در این پژوهش، برای اطمینان از پایایی (قابلیت تکرار نتایج در شرایط مشابه)، از منابع معتبر و به‌روز در زمینه کنش‌های کارآفرینانه و نظریات ماکس وبر استفاده شده است. تمامی اطلاعات جمع‌آوری شده از طریق منابع کتابخانه‌ای شامل مقالات علمی، کتب مرجع و گزارش‌های معتبر حاصل گردیده که قابلیت استناد و اعتبار بالایی دارند. از آنجا که تحقیق به صورت توصیفی و تحلیلی انجام شده است، تلاش شده است که از تمامی منابع موجود برای تجزیه و تحلیل دقیق و جامع استفاده شود، به‌طوری‌که تمامی داده‌ها و یافته‌ها بر اساس بررسی‌ها و تحلیل‌های متعدد به دست آمده است.

۲- روایی

در این تحقیق، روایی (اعتبار مفهومی و محتوایی) از طریق انتخاب دقیق و هدفمند منابع علمی و تطبیق آن‌ها با پرسش‌های تحقیقاتی تأمین شده است. برای اطمینان از روایی محتوایی، مطالب از منابع معتبر علمی و تخصصی که در زمینه‌های جامعه‌شناسی، کارآفرینی و نظریات ماکس وبر شناخته شده هستند، استخراج گردید. همچنین، مقایسه و تحلیل‌های انجام شده میان انواع مختلف کنش‌های اجتماعی و کنش کارآفرینانه به‌گونه‌ای انجام شده که تمامی جنبه‌های مختلف هر کدام از کنش‌ها را در بر بگیرد و به سؤالات تحقیق پاسخ دقیق و علمی بدهد. در نهایت، تمامی منابع و مراجع به‌طور شفاف و با دقت بررسی شده‌اند تا نتیجه‌گیری‌های حاصل از تحقیق قابل اطمینان و معتبر باشند.

یافته‌های پژوهش

در جدول ۴ ابتدا به طور اجمالی وجوه شباهت و افتراق هریک از ۴ کنش اجتماعی و کنش اقتصادی ماکس وبر ارائه شده و در ادامه به طور مشروح این مقایسه صورت پذیرفته است.

جدول شماره ۴: مقایسه ۴ نوع کنش اجتماعی و کنش اقتصادی از نگاه ماکس وبر با کنش کارآفرینانه

معیار مقایسه	کنش کارآفرینانه	کنش عقلانی معطوف به هدف	کنش عقلانی معطوف به ارزش	کنش عاطفی	کنش سنتی	کنش اقتصادی
هدف	شکل‌گیری هدف در حین اقدام؛ تمرکز بر ایجاد ارزش	دستیابی به هدف از پیش تعیین شده	تحقق ارزش‌های درونی	پاسخ به احساسات لحظه‌ای	پیروی از سنت‌ها و رسوم	رسیدن به سود اقتصادی مشخص
ادامه جدول شماره ۴						
معیار مقایسه	کنش کارآفرینانه	کنش عقلانی معطوف به هدف	کنش عقلانی معطوف به ارزش	کنش عاطفی	کنش سنتی	کنش اقتصادی
مبنای تصمیم‌گیری	اقدام اولیه و سپس کشف فرصت و هدف	انتخاب عقلانی ابزار برای دستیابی به هدف	پایبندی به ارزش‌های فردی	واکنش هیجانی و احساسی	عمل بر اساس عادت	تحلیل هزینه-فایده اقتصادی
نقش عقلانیت	عقلانیت نسبی در انتخاب ابزار و مسیر تحت عدم قطعیت	عقلانیت کامل و منطقی در انتخاب هدف و وسیله	عقلانیت در پیروی از ارزش بدون توجه به پیامدها	عقلانیت کم‌رنگ یا غایب	بدون استفاده از عقلانیت	عقلانیت ابزاری و سودمحور
تعامل با عدم قطعیت	بسیار بالا؛ عمل در محیط‌های پویا و نامطمئن	فرض بر وجود قطعیت	بی‌توجه به عدم قطعیت	مستقیم از عدم قطعیت بر احساسات	بی‌تأثیر از تغییرات محیطی	تخمین احتمالی عدم قطعیت بازار
نقش احساسات	نقش مهم در فرآیند تصمیم‌گیری کارآفرینان	بسیار محدود	بی‌تأثیر	محور اصلی عمل	بی‌تأثیر	در تحلیل‌های عقلانی نقشی ندارد
ارزیابی فرصت‌ها	ارزیابی مداوم فرصت‌ها و محیط	فرصت به عنوان وسیله رسیدن به هدف	فرصت در جهت تحقق ارزش‌ها	فرصت تحت تأثیر احساسات درک می‌شود	فرصت معنایی ندارد	فرصت براساس سود اقتصادی تحلیل می‌شود
رابطه با تغییر اجتماعی	عامل نوآوری و تحول اجتماعی	کمتر محرک تغییر؛ بیشتر تحقق هدف	تغییر در راستای ارزش‌های آرمانی	تغییرات لحظه‌ای و غیرپایدار	حفظ وضعیت موجود	تغییرات اقتصادی در پاسخ به تقاضا
نوع انگیزش	ارزش‌آفرینی، نوآوری، کشف فرصت	دستیابی به هدف مشخص	پایبندی به ارزش‌های فردی	هیجان‌های لحظه‌ای	اطاعت از سنت	سودآوری اقتصادی
مثال	تأسیس استارت‌آپ نوآورانه در شرایط عدم قطعیت	اجرای یک پروژه ساختمانی بر اساس طرح دقیق	فداکاری برای هدف معنوی یا اخلاقی	انفجار خشم یا شادی بدون تفکر	انجام مراسم سنتی	تصمیم تولید محصول بر اساس تحلیل بازار

مقایسه کنش کارآفرینانه با کنش عقلانی معطوف به هدف وبر

سفر کارآفرینی را نمی‌توان از پیش تعریف کرد؛ زیرا عاملان، هدف از پیش تعریف شده‌ای ندارند. آنها فرصت‌ها را ایجاد می‌کنند (مک مولن و شپرد، ۲۰۰۶؛ آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷؛ کلاین، ۲۰۰۸). تأثیرگذاران آرزوهای احتمالی و مبهمی دارند، زیرا اندازه‌گیری تأثیرات مطلوب اعمال آنها ممکن نیست (ساراسواتی، ۲۰۰۱). در این دیدگاه، استنباط می‌شود که کارآفرینی می‌تواند بخشی جدایی‌ناپذیر از سایر شیوه‌های فراتر از ایجاد کسب‌وکارهای جدید، مانند فرمول‌بندی مجدد رویه‌ها، ایجاد

استراتژی‌ها، مدیریت پروژه‌ها و سایر دستاوردها باشد. بنابراین، محققان باید کل فرآیند کارآفرینی را درک کنند تا بتوان اقدامات کارآفرینانه را به‌عنوان ابزار کافی و ضروری برای تحقق واقعی کارآفرینی شناسایی کرد. (آویلا و همکاران، ۲۰۲۳). از نظر دیموف و پیستروی (۲۰۲۰)، اقدام ستون اصلی برای درک وقوع کارآفرینی است. زیرا فرآیند کارآفرینی مستلزم یک هدف اساسی برای یک اقدام منطقی و جهت‌دار است. به گفته نویسندگان، کنش کارآفرینانه می‌تواند نشان‌دهنده منافع، مقاصد یا اهداف باشد که با کنش عقلانی افراد در یک زمینه خاص سازگار است.

کنش کارآفرینانه نمونه‌ای از کنش هدفمند-عقلانی است و سؤالی که وبر برای این اقدام مشخص می‌کند، این نیست که با توجه به هدف، ابزار عقلانی برای دستیابی به آن چیست، بلکه با توجه به ابزارها و اهداف ممکن تصور شده، چه اهدافی می‌تواند عقلانی باشد؟ از آنجایی که کنش هدفمند-عقلانی به انتخاب پایان سوال مربوط می‌شود، وبر صریحاً این را به ایده هزینه فرصت مرتبط می‌کند. سؤال این است: هزینه دستیابی به هدف مورد نظر، چیست؟ (وبر ۲۰۱۲ [۱۹۰۴]: ۱۰۲).

هزینه‌های فرصت از نظر کنش‌های اقتصادی در مورد سنجش اهداف جایگزین در رابطه با یکدیگر و هزینه‌های آنهاست صحبت می‌کند (وبر ۱۹۹۹: ۲۰۳). در مورد اقدام کارآفرینانه در اقتصاد پولی، می‌توان برای هزینه‌های فرصت ارزش پولی قائل شد. این ایده از اقدام کارآفرینانه در انتقادات وبر از اقتصادهای برنامه‌ریزی متمرکز محور است (استفن، ۲۰۲۰).

در این کنش ترجیحات نسبت به جایگزین‌ها رتبه‌بندی می‌شوند. از آنجایی که باورها در مدل معمولاً به فرصت‌های موجود برای افراد مربوط می‌شوند، این نظریه ادعا می‌کند که یک عامل منطقی ترجیح‌داده‌ترین عنصر را در مجموعه فرصت‌های خود انتخاب می‌کند. از سوی دیگر، نظریه خلقت بر این نظر است که عمل مقدم بر بهره‌برداری از فرصت است (آلورز و بارنی، ۲۰۰۷) و فرصت بر عدم قطعیت متمرکز است. پس افراد در یک محیط نامطمئن و بدون ساختار عمل می‌کنند، و باید از ابزارهای موجود برای دستیابی به نتایج غیرقابل پیش‌بینی برای وضعیت موجود استفاده کنند (مک مولن و شپرد، ۲۰۰۶؛ آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷؛ تاونسند و همکاران، ۲۰۱۸؛ اوشی و همکاران، ۲۰۲۱؛ وود و همکاران، ۲۰۲۱) و تصمیم‌گیرندگان از طریق اقدام منطقی و برنامه‌ریزی شده عمل می‌کنند، نه فقط انتخاب.

وبر اقدامات سیاسی و کارآفرینانه را اینگونه تعریف می‌کند:

مبارزه برای قدرت و پذیرش مسئولیت کامل برای دستیابی به هدف خود عنصری است که سیاستمدار و کارآفرین در آن زندگی می‌کنند و نفس می‌کشند (وبر ۱۹۹۴: ۱۶۱).

وبر در مقاله سیاست به مثابه یک حرفه، به طور معروف بین اعمالی که بر اساس اخلاق اعتقادی هدایت می‌شوند و اعمالی که اخلاق مسئولیت‌پذیری را هدایت می‌کنند، تمایز قائل شد. از نظر وبر، هم کنش سیاسی پیرو اخلاق مسئولیت است و هم کنش کارآفرینانه که هر دو نمونه‌هایی از کنش هدفمند-عقلانی هستند که در آن افراد باید پاسخگوی پیامدهای (قابل پیش‌بینی) کنش باشند (وبر ۲۰۰۴ [۱۹۱۹]: ۸۳).

از سوی دیگر، نظریه خلقت بر این نظر است که عمل مقدم بر بهره‌برداری از فرصت است (آلورز و بارنی، ۲۰۰۷) و فرصت بر عدم قطعیت متمرکز است. پس افراد در یک محیط نامطمئن و بدون ساختار عمل می‌کنند، و باید از ابزارهای موجود برای دستیابی به نتایج غیرقابل پیش‌بینی برای وضعیت موجود استفاده کنند (مک مولن و شپرد، ۲۰۰۶؛ آلوارز و بارنی، ۲۰۰۷؛ تاونسند و همکاران، ۲۰۱۸؛ اوشی و همکاران، ۲۰۲۱؛ وود و همکاران، ۲۰۲۱). در این سناریو، تصمیم‌گیرندگان از طریق اقدام منطقی و برنامه‌ریزی شده عمل می‌کنند، نه فقط انتخاب. این ایده مربوط به فرآیند اثرگذاری است که در آن وسایل موجود باید برای رویارویی با محیطی پویا، نامطمئن و اغلب ساختار ضعیف مناسب باشند (ساراسواتی، ۲۰۰۱).

در کتاب اقتصاد و جامعه، وبر مجدداً به صراحت کنش عقلانی-هدفمند را به انتخاب ابزار و هدف مرتبط می‌داند و خاطرنشان می‌کند که با این شکل از کنش، هدف، ابزار و آثار ثانویه، همگی به طور عقلانی در نظر گرفته می‌شوند و سنجیده می‌شوند (وبر ۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۲۶). از آنجایی که کنش هدفمند-عقلانی، بنا به تعریف، کنش عقلانی است، پس انتخاب کارآفرینانه ابزار و هدف، مبنایی عقلانی دارد.

پس می‌توان نتیجه گرفت که از بعد عقلانیت و توجه به هدف، کنش کارآفرینانه با کنش علانیت معطوف به هدف مشابه است ولی برای کنش کارآفرینانه همیشه هدف واضح و روشن نیست و اول باید کنش صورت بگیرد تا درکی از آن حاصل شود و بعد بتوان به اهداف دست یافت.

و بر با تعریف کنش کارآفرینانه بر حسب انتخاب ابزار و هدف، تعریف کنش انسانی ارائه شده در مقاله قبلی خود «عینیت دانش» را منعکس می‌کند. هرگونه تأمل آگاهانه در مورد اساسی ترین عناصر کنش معنادار انسانی از ابتدا به مقوله‌های «غایت» و «وسیله» گره خورده است... ما در محدوده دانش خود در هر زمان معینی قادریم اظهارات معتبری درباره آنچه ابزار مناسب یا نامناسب برای دستیابی به یک هدف تصور شده است، به این ترتیب می‌توانیم شانس دستیابی به یک هدف خاص را با ابزار خاصی که در اختیار داریم تخمین بزنیم. و در نتیجه ما می‌توانیم ... ارزیابی انتقادی از انتخاب خود هدف داشته باشیم. (ویر ۲۰۱۲ [۱۹۰۴]: ۱۰۲)

مقایسه کنش کارآفرینانه با کنش عقلانی معطوف به ارزش ویر

در رویکرد کنش عقلانی معطوف به ارزش عملکرد مبتنی بر تمایل انسانی، عاملیت نامیده می‌شود. امیال (یعنی ترجیحات) و باورها، اعمال را از طریق نشان دادن انگیزه عمل و دلیل انجام آن عمل توضیح می‌دهند. به عنوان مثال اقدام فردی که از خیابان عبور می‌کند با تمایل فرد به خرید روزنامه و اعتقاد به اینکه عبور از خیابان، به مغازه مربوطه منتهی می‌شود، توضیح داده می‌شود. از آنجایی که میل و باور هر دو دلیل و انگیزه فرد را برای عبور از خیابان می‌باشند، آنها به عنوان دلیل انگیزشی برای این کنش در نظر گرفته می‌شوند (واتسون، ۲۰۱۳). از طرفی یکی از مفاهیم کلیدی کنش کارآفرینانه ایجاد ارزش است و همانطور که در جدول ۳ آورده شده از منظر کنش کارآفرینانه هدف اصلی که باید توسط شرکت‌ها و سازمان‌ها از طریق استراتژی‌هایی که در حوزه‌های عملکردی مختلف پیاده‌سازی می‌شوند دنبال شود، ایجاد ارزش است (گارتنر و گارسپا، ۲۰۰۵). در پژوهش‌های بررسی شده در پیشینه پژوهش تاکید بر مفهوم ارزش در تعریف کنش کارآفرینانه مورد توجه است. آفلتوویچ^۱ (۲۰۲۴) در توافق با آلدريج^۲ (۲۰۰۵)، پیشنهاد می‌کند که کنش کارآفرینانه را می‌توان به عنوان اقدامی که توسط کنشگران اجتماعی با هدف ایجاد ارزش تولید می‌شود درک کرد که شامل جنبه‌هایی مانند علایق فردی، منابع فناورانه، کارآفرینان (بازیگران)، سازمانی است. فینی و همکاران (۲۰۱۲) نیز عنوان نموده‌اند هدف اقدامات کارآفرینانه، ایجاد ارزش جدید در شرکت‌ها با تشویق رفتارهای نوآورانه، پیشگیرانه و مخاطره‌آمیز است. لیو و همکاران (۲۰۰۷) در پژوهش خود بیان داشته‌اند که کنش کارآفرینانه وسیله‌ای است برای جستجوی فرصت برای خلق ارزش. از نظر لاسردا و آندراد (۲۰۲۱) کنش کارآفرینانه اقدام جمعی که با هدف ارائه ارزش اقتصادی مبتنی بر ایجاد کالاها و خدمات جدید است. سیلوا و همکاران (۲۰۲۴) عنوان نموده‌اند که درک کنش کارآفرینانه با ۷ مفهوم کلیدی امکان‌پذیر است که عبارتند از: استفاده از فرصت‌ها، منطق‌های نهادی، رفتار کارآفرینان، عدم اطمینان، ایجاد ارزش، مزیت رقابتی و فرایند کارآفرینی که در این ۷ مفهوم کلیدی هم ایجاد ارزش مورد توجه است و حتی در تعریف استفاده از فرصت‌ها در پژوهش سیلوا و همکاران (۲۰۲۴) نیز استفاده از مفهوم ارزش مورد توجه است که بیان نموده فرصت چیزی بالقوه است که ارزش‌های جدید را از طریق خدمات یا محصولات به مصرف‌کنندگان ارائه دهد (چا و همکاران، ۲۰۱۰).

بنابراین، در بیشتر تصمیم‌ها، شایستگی‌ها، منابع، فرآیندها، فعالیت‌های تاکتیکی و تمرکز پتانسیل‌ها با توجه به شرح و بسط و ارائه محصولات یا خدمات با ارزش مورد نظر مشتری مرتبط هستند (لوسون، ۲۰۰۱). و از اینرو کنش کارآفرینانه نیز با کنش عقلانی معطوف به ارزش مشابهت دارد ولی برخلاف کنش معطوف به ارزش به یک هدف واحد متمرکز نیست و اهداف و ابزار مختلف را بر اساس ارزش مورد نظر ارزیابی نموده و پیامدهای آن را در نظر می‌گیرد.

مقایسه کنش کارآفرینانه با کنش عاطفی وبر

در این رابطه برون‌دین و گوستافسون (۲۰۱۳) و منسا و همکاران (۲۰۲۱) تأکید می‌کنند که احساسات کارآفرینان چه در تأیید یا رد یک سرمایه‌گذاری در شرایط عدم اطمینان، نقش مهمی در فرآیندهای تصمیم‌گیری آنها ایفا می‌کند. احساساتی مانند امید و اطمینان عناصر ضروری برای تصمیمات سرمایه‌گذاری این افراد در ریسک است و احساسی مثل خجالت و ناامیدی کارآفرینان را در زمینه‌های تصمیم‌گیری دلسرد می‌کند.

با توجه به عدم قطعیت محیطی مفهوم کنش کارآفرینانه را می‌توان به عنوان پاسخی به یک تصمیم قضاوتی تحت شرایط عدم قطعیت، در مورد یک فرصت سود بالقوه تحلیل کرد (مک مولن؛ شپرد^۱، ۲۰۰۶؛ یانگ و همکاران، ۲۰۲۴). مک مولن و شپرد (۲۰۰۶) نیز مطالعه‌ای در مورد اقدام کارآفرینانه انجام دادند که می‌توان کنش کارآفرینانه را از طریق دو مرحله مرتبط با فرصت که توجه و ارزیابی است، درک کرد: که توجه به شناسایی فرصت‌ها مربوط است در حالی که ارزیابی مربوط به کشف یک فرصت خاص است (مک‌مولن، شپرد، ۲۰۰۶). مطالعه باربوسا و اسمیت^۲ (۲۰۲۴) بر ارزیابی فرصت متمرکز است که فرد کارآفرین این مرحله را در محیطی که با عدم قطعیت مشخص می‌شود، طی می‌کند و آنها تفسیری از دانش کنش کارآفرینانه را توسعه دادند تا تأکید کنند که این شکل از کنش توسط اطلاعاتی که کارآفرینان دارند پشتیبانی می‌شود، که اغلب توسط باورها و فرآیندهای شناختی آنها شکل می‌گیرد. در این رابطه برون‌دین و گوستافسون^۳ (۲۰۱۳) و منسا^۴ و همکاران (۲۰۲۱) تأکید می‌کنند که احساسات کارآفرینان چه در تأیید یا رد یک سرمایه‌گذاری در شرایط عدم اطمینان، نقش مهمی در فرآیندهای تصمیم‌گیری آنها ایفا می‌کند. احساساتی مانند امید و اطمینان عناصر ضروری برای تصمیمات سرمایه‌گذاری این افراد در ریسک است و احساسی مثل خجالت و ناامیدی کارآفرینان را در زمینه‌های تصمیم‌گیری دلسرد می‌کند.

در اینجا مفید است که به گزارش ساراسواتی (۱۹۹۹، ص ۶۴) از کنش انسانی اشاره کنیم، جایی که او خاطر نشان می‌کند که عقل تعیین نمی‌کند که چه کاری باید انجام شود، بلکه طیف وسیعی از گزینه‌های واجد شرایط تعیین می‌کند. این بیانیه را می‌توان اصلاح کرد تا هم دیدگاه وبر در مورد کنش کارآفرینانه و هم تأکید کلی او بر ایده «معنای ذهنی» را نشان دهد. کارآفرین قبل از ارزیابی پیامدهای احتمالی هر یک از دوره‌های تصویری، از طریق استفاده از عقل، مسیرهای ممکن مختلف یا اهداف عمل را تصور می‌کند.

هر یک از کارآفرینان بدون شک این دوره‌های عمل ممکن را متفاوت تصور و ارزیابی می‌کنند. از این رو به "معنای ذهنی" توجه می‌شود. با این حال، عقل فقط احتمالات مختلف عمل را آنگونه که کارآفرین تصور می‌کند، ارزیابی می‌کند: هیچ عمل خاصی را دیکته نمی‌کند یا باعث نمی‌شود. باز هم، مشاهدات شاکل آموزنده است:

ما به سادگی نمی‌توانیم درون شرایط خود را در چیزی مانند درجه‌ای ببینیم که اگر بخواهیم ادعا کنیم در هر موقعیتی یک اقدام و تنها یکی «عقلانی» است، لازم است. ما باید هر لحظه در مورد معنای چیزها حدس بزنیم، حدس هر فرد، از قبل، به خوبی حدس دیگران است.

اگرچه وبر نقش احساسات در کنش را عقلانی نمی‌داند ولی در کنش کارآفرینانه احساسات و ذهن نقش پررنگی را ایفاکنند.

مقایسه کنش کارآفرینانه با کنش سنتی وبر

نخستین پدیده‌های نظم‌دهنده بی‌واسطه در رابطه اجتماعی را آداب و رسوم و عرف می‌داند (استفن، ۲۰۲۰). در این کنش فرد به دلیل عادات کسب شده از افراد قبلی، بدون تأمل و برنامه‌ریزی آگاهانه، کارهای خاصی را انجام می‌دهد (فکریا، ۲۰۲۴). در این کنش فرد بدون تأمل صرفاً بر اساس آداب و رسوم و عرف و بعضاً پایبندی به یک ارزش خاص اقدام می‌کند. در حالی

1. MC MULLEN, J. S.; SHEPHERD

2. BARBOSA, S. D.; SMITH, B. R

3. BRUNDIN, E.; GUSTAFSSON, V

4. MENSAH

که مشخصه کنش کارآفرینانه ارزیابی و قضاوت بین فرصت‌های پیش روی فرد کارآفرین است که با توجه به عدم قطعیت محیطی مفهوم کنش کارآفرینانه به عنوان پاسخی به یک تصمیم قضاوتی تحت شرایط عدم قطعیت، در مورد یک فرصت سود بالقوه تحلیل گردید (مک مولن؛ شپرد^۱، ۲۰۰۶؛ یانگ و همکاران، ۲۰۲۴). در تعریف بررسی شده از پیشینه پژوهش در خصوص کنش کارآفرینانه تاکید به ارزیابی و قضاوت فرصت‌ها مورد توجه است. کیم و همکاران (۲۰۱۹) رفتار کارآفرینانه را پاسخ به یک تصمیم قضاوتی که تحت شرایط عدم اطمینان در مورد فرصت سود احتمالی است، می‌دانند. همچنین علاوه بر ارزیابی و قضاوت فرصت‌ها در عریف مفهوم کارآفرینی و رفتار کارآفرینانه به تغییر و نوآوری هم توجه شده است. یک مفهوم از کارآفرینی مربوط به شیوه‌هایی است که بر اصول خلاقیت و نوآوری تمرکز می‌کنند، که ممکن است با دگرگونی‌هایی که در جامعه اتفاق می‌افتد مرتبط باشد، که به نوبه خود با ایده‌ها و رفتارهایی که افراد هنگام امتحان روش‌های جدید انجام کارها ایجاد می‌کنند مرتبط است و فرصت‌هایی را که دیگران نمی‌توانند ببینند را تشخیص می‌دهند و دگرگونی‌های اجتماعی نتیجه کنش کارآفرینانه است (سیلوا، ۲۰۲۴). علاوه بر این، کارآفرینان در یک محیط نامطمئن با چالش‌های قابل توجهی مواجه می‌شوند که ویژگی‌های آن تغییرات سریع و حتی کمبود منابع و اطلاعات است (بوئا و پیترسن^۲، ۲۰۲۲). دیمو و پیستروی^۳، (۲۰۲۰)، لاکردا و آندراد^۴ (۲۰۲۱)، آویلا^۵ و همکاران، (۲۰۲۳) و وود^۶ و همکاران (۲۰۲۱) کنش کارآفرینانه را به عنوان یک فعالیت عمدی توسط افراد بیان می‌کنند که در آن کارآفرینان به دنبال معرفی چیزی نوآورانه در جهان هستند. گرت و هلند (۲۰۱۵) عنوان نموده‌اند که کنش کارآفرینانه شامل دو مرحله است: توجه و ارزیابی. اولین مرحله توجه است که به این موضوع مربوط می‌شود که آیا افراد فرصت‌های ارائه شده توسط تغییرات در محیط خود را تشخیص می‌دهند یا خیر. مرحله دوم اقدام کارآفرینانه، ارزیابی است. در این مرحله، کارآفرین آینده نگر تعیین می‌کند که آیا فرصتی که شناسایی شده است نشان دهنده مسیری جذاب به سوی اقدام است یا خیر (مک‌مولن؛ شپرد، ۲۰۰۶). شومپتر نیز بیان نموده است که کارآفرینان قادر به ایجاد تغییرات، تولید و کاوش ایده‌ها و پذیرش خطرات در طول فرآیند کشف فرصت‌ها هستند (شومپتر، ۱۹۵۴؛ فیلیون، ۱۹۹۸).

از آنجاییکه یکی از مشخصات اصلی کارآفرینی تغییر و نوآوری و خلاقیت است لذا کنش کارآفرینانه با این نوع کنش همخوانی و سنخیت ندارد.

مقایسه کنش کارآفرینانه با کنش اقتصادی ماکس وبر

کنش اقتصادی یک اقدام اقتصادی برای اهداف عملی با انتخاب محتاطانه بین اهداف است. از طرفی رفتار کارآفرینانه به طور مستقیم به معنای رفع نیاز کارآفرین نیست و محاسبات کارآفرین به سمت سودآوری است و در اقدام کارآفرینانه، مسئله انتخاب اهداف نمی‌تواند توسط ساختار خواسته‌های کارآفرینانه تعیین شود (استفن، ۲۰۲۰). وبر استدلال می‌کند که کارآفرینان تولید را بر اساس انتظارات تقاضای مؤثر سازمان‌دهی می‌کنند و این تقاضای مؤثر است که تولید کالاها را توسط شرکت‌های سودآور تنظیم می‌کند (وبر ۱۹۹۹: ۲۲۸). وبر با بیان مفهوم تقاضای مؤثر، تقاضای مبتنی بر توانایی خرید را نشان می‌دهد. و با این تعریف کنش کارآفرینانه به صراحت شکلی از کنش اجتماعی است که توسط وبر (۲۰۰۳: ۳۲۷-۳۳۰) به عنوان کنشی که اعمال دیگران را در نظر می‌گیرد، تعریف می‌شود. بنابراین تصمیمات کارآفرینانه توسط خواسته‌ها تعیین نمی‌شوند، بلکه توسط مزایای واقعی یا خیالی و فرصت‌ها برای کسب سود هدایت می‌شوند (وبر ۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۶۸).

1. MC MULLEN, J. S.; SHEPHERD

2 BOTH, M.; PIETERSEN, M

3 DIMOV, D.; PISTRUI, J.

4 LACERDA, G. D.; ANDRADE, D. M

5 ÁVILA

6 WOOD

کارآفرینان در مورد سودآوری احتمالی دوره‌های مختلف اقدام کارآفرینانه پیش‌بینی می‌کنند و سود مراحل مختلف را تخمین می‌زنند. در این خصوص وبر (۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۹۲) استدلال می‌کند که: در اقتصاد بازار، هر شکلی از محاسبه منطقی، به ویژه حسابداری سرمایه، معطوف به انتظارات از قیمت‌ها و تغییرات آن است. پس می‌توان گفت که کارآفرینان فرصت‌های سود احتمالی متفاوتی را که در نظر می‌گیرند، همان سود مورد انتظار هر اقدام ممکن است و بر اساس این محاسبات است که انتخاب می‌کنند. بنابراین، اهداف اقدام کارآفرینانه با انتخاب‌های عملی بر اساس فرصت‌های سود واقعی و ذهنی به دست می‌آیند. وبر نشان می‌دهد که از منظر جامعه‌شناختی نباید فراموش کرد که در اقتصاد سرمایه‌داری (الف) خواسته‌های جدید ایجاد می‌شود و جایگزین خواسته‌های قبلی می‌گردد و (ب) بنگاه‌های سرمایه‌داری از طریق سیاست‌های تبلیغاتی خود تأثیر مهمی بر ایجاد تقاضا دارند (وبر ۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۹۹-۱۰۰). از این رو، دیدگاه جامعه‌شناختی در مورد اقتصاد تشخیص می‌دهد که خواسته‌ها می‌توانند تحت تأثیر کنش کارآفرینانه قرار گیرند چراکه این خواسته‌ها توسط کارآفرین بیدار و هدایت می‌شوند (وبر ۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۹۲). از آنجایی که خواسته‌های مصرف‌کننده ممکن است توسط کارآفرینان هدایت شود، کارآفرینان تصمیمات تولیدی را بر اساس خواسته‌های موجود نمی‌گیرند، بلکه بر اساس خواسته‌های مصرف‌کننده که ممکن است تحت تأثیر فعالیت‌های کارآفرینانه در آینده ایجاد شوند تصمیم‌گیری می‌کنند. در نتیجه، از منظر جامعه‌شناختی، تصمیم‌گیری مستلزم آن است که کارآفرینان تخمین‌هایی را در مورد اینکه چگونه می‌توانند از طریق فعالیت‌های تولیدی خود بر تقاضای آینده تأثیر بگذارند، تشکیل می‌دهند (استفن، ۲۰۲۰). از طرفی کارآفرینان ممکن است در تخمین و پیش‌بینی اشتباه کنند و یا با دغدغه‌های غیراقتصادی انگیزه پیدا کنند، که این امر با عدم اطمینان مرتبط است. (منگر ۱۹۶۳ [۱۸۸۳]: ۵).

در این خصوص توجه به ادعای وبر مبنی بر اینکه کنش اقتصادی مستلزم انتخاب نهایی است، مفید است: این یک مشکل اقتصادی است که آیا با فرض اقتصاد بازار، هزینه‌ها بر حسب پولی که از طریق فروش کالا به دست می‌آید تأمین می‌شود؟ و این مشکل مقایسه اهداف است. کنش اقتصادی در درجه اول معطوف به مسئله انتخاب هدفی است که یک چیز باید برای آن اعمال شود. (وبر ۱۹۹۹: ۲۰۳)

باتوجه به مطالب گفته شده در خصوص کنش اقتصادی، مشخص می‌گردد که این کنش وبر به کنش کارآفرینانه نزدیک بوده و می‌توان به عنوان معیاری برای تحلیل آن از نگاه اقتصادی و اجتماعی باشد.

در جدول ۴ مشخصات هریک از کنش‌های اجتماعی، اقتصادی ماکس وبر و کنش کارآفرینانه که از مطالب فوق استخراج شده برای مقایسه بهتر ارائه گردیده است:

جدول شماره ۴: مشخصات ۴ کنش اجتماعی، کنش اقتصادی از نگاه ماکس وبر و کنش کارآفرینانه

کنش	کنش عقلانی معطوف به هدف	کنش عقلانی معطوف به ارزش	کنش عاطفی	کنش سنتی	کنش اقتصادی	کنش کارآفرینانه
ارزیابی هدف	در نظر گرفتن تنها یک هدف ذاتی	در نظر گرفتن تنها یک هدف ذاتی	در نظر گرفتن احساسات	اطاعات ناآگاهانه از سنت‌ها	ارزیابی هدف	توجه و شناسایی اهداف
انتخاب ابزار مناسب	انتخاب ابزار مناسب با آن	انتخاب ابزار مناسب با آن	بدون سبک و سنگین کردن اهداف	کنش ماشینی	انتخاب ابزار مناسب	ارزیابی اهداف
در نظر گرفتن پیامدها	متناسب‌سازی کنش با اعتقادات	متناسب‌سازی کنش با اعتقادات	بدون سبک و سنگین کردن ابزار	در مرز کنش معطوف به ارزش	ارزیابی پیامدهای احتمالی هر کنش	انتخاب ابزار مناسب
مکانیکی	عقلانی	عقلانی	عمل کردن بی‌چون چرا بر اساس علاقه	عمل کردن بی‌چون چرا بر اساس ارزش	غیرتجربی	ارزیابی محیط
کمی‌پذیر	غیرعقلانی	غیرعقلانی	گنگ و مبهم	در شرایط عدم قطعیت	عقلانی	در نظر گرفتن پیامدها
تکرارپذیر			غیرعقلانی			در شرایط عدم قطعیت
محاسبه‌پذیر						نوآوری

پشتیبانی توسط اطلاعات

و دانش قبلی و تجربه

دخالت احساسات در

تصمیم‌گیری

شناخت مشارکتی

ارزش مدنظری مشتری

مبنای کنش کارآفرینانه

عقلانی

تجربی

عقلانی

منبع: یافته‌های پژوهش

بحث و نتیجه‌گیری

در ابتدای پژوهش به معرفی کنش‌های اجتماعی و اقتصادی ماکس وبر پرداخته شد و بیان شد که ماکس وبر کنش اجتماعی را به چهار دسته: ۱- کنش عقلانی معطوف به هدف، ۲- کنش عقلانی معطوف به ارزش، ۳- کنش عاطفی و ۴- کنش سنتی، تقسیم نموده است که کنش عقلانی معطوف به ارزش بدون اعتناء به پیامدهای قابل پیش‌بینی، عمل تنها از اعتقاد کنشگر الهام می‌گیرد. در این حالت، فرد با اخلاص کامل، خود را در خدمت یک ارزش یا یک آرمان دینی، سیاسی و ... قرار می‌دهد و خود را برای انجام فلان عمل بی‌چون و چرا مکلف می‌بیند. برخی این کنش را از آن‌رو که منحصر به دنبال موفقیت است، و سعی می‌کند به هنجارهای رایج، به وسیله آمالی سازگار با اعتقادش، یک انسجام درونی بدهد، عقلانی می‌شمرند اما از دیدگاه‌های دیگر این رفتار غیرعقلانی است زیرا به یک هدف اهمیت می‌دهد (عشقی، ۱۴۰۰). وبر کنش نظریه اجتماعی عقلانی معطوف به هدف را کنشی، مکانیکی، تکرارپذیر، کمی‌پذیر و محاسبه‌پذیرترین نوع کنش‌ها می‌داند (اباذری، ۱۳۸۹: ۱۹۶). در واقع در این کنش، فرد بر اساس ملاحظات و آگاهی‌های مرتبط با هدف عمل و در دسترس بودن ابزارهایی که از دستیابی به هدف حمایت می‌کند، انجام می‌دهد (فکریا، ۲۰۲۴). در کنش عقلانی معطوف به هدف بر خلاف کنش عقلانی معطوف به ارزش، عقلانیت اولویت بیشتری دارد. زیرا واجد بالاترین درجه بدهات عقلانی است. در این کنش، هدف با تفکر عمیق تعیین می‌گردد و وسایل لازم با پیش‌بینی پیامدهای احتمالی در روند کار انتخاب می‌شود. بدهات موجود در این کنش با تجربه عام و نه اطاعت کورکورانه فراهم می‌آید (عشقی، ۱۴۰۰). تالکوت پارسونز، یکی از پیروان وبر در این مورد کتابی نوشت و شاگرد او رابرت کی مرتن یکی از نمایندگان اصلی جامعه‌شناسی کارکردگرا، در کنار گسترش برخی مطالعات امیل دورکیم، با نظریه اهمیت هدف‌ها و وسایل در کنش‌های اجتماعی ادعا کرد: ناسازگاری میان این پدیده‌ها فرد را در گرداب بی‌هنجاری فرو می‌برد. برای روشن کردن رابطه عقلانیت با هدف و وسیله باید گفت عقلانی به کنشی اطلاق می‌شود که در رابطه با هدف خواسته شده، وسایل متناسب برای رسیدن به آن را که در دسترس است برگزیند. چنین کنشی در انحصار هیچ رده خاصی از انسان‌ها نیست (استفن، ۲۰۲۰). کنش عاطفی نیز به خاطر برخورداری از عناصری غیرقابل فهم چون غریزه، حس، تأثیر هیجانی، باید از راه روان‌شناسی یا روانکاوی تبیین گردد. لذت‌جویی، کینه‌جویی و آرامش‌خواهی نفسانی همه در دایره کنش عاطفی قرار می‌گیرد (عشقی، ۱۴۰۰). در واقع اعمالی که تحت سلطه احساسات یا عواطف، بدون تأمل فکری یا برنامه‌ریزی آگاهانه هستند، کنش‌های عاطفی نامیده می‌شوند که خود به خود، غیرمنطقی و جلوه‌ای از احساسات فرد است (فکریا، ۲۰۲۴). کنش سنتی را نخستین پدیده‌های نظم‌دهنده بی‌واسطه در رابطه اجتماعی را آداب و رسوم و عرف می‌داند (استفن، ۲۰۲۰). کنش سنتی، روشنی کمتری از دیگر کنش‌ها دارد و بیشتر بر یک کنش ماشینی و اطاعت ناآگاه از سنن اجتماعی استوار می‌گردد. از این رو همه عناصر این کنش قابل فهم نیست. وقتی سنت برای کنشگر دارای ارزشی شود که کنشگر مجبور شود آن را مراعات کند، این کنش در مرز کنش معطوف به ارزش قرار می‌گیرد (عشقی، ۱۴۰۰). در این کنش فرد به دلیل عادات کسب شده از افراد قبلی، بدون تأمل و برنامه‌ریزی آگاهانه، کارهای خاصی را انجام می‌دهد (فکریا، ۲۰۲۴).

از سوی دیگر ماکس وبر برای نشان دادن انواع سازه‌هایی که جوامع متغیر در طول تاریخ بر روی آنها استوار است، نخستین عنصر مؤثر بر رابطه اجتماعی را رفتار انبوهی از افراد، که به وسیله محتوای معنادار کنش‌ها به ارتباط و تعامل متقابل میان خود نظم می‌دهند، بیان می‌کند و نمونه‌های اصلی کنش اجتماعی را در چهار نوع کنش‌های جامعه‌ای، تفاهمی، نهادی و گروهی تقسیم و معرفی می‌کند. این کنش‌های اجتماعی جهت‌دهنده به رفتارها، جوهره اصلی روابط اجتماعی است که وبر آن را به عنوان مناسبات معناداری می‌شمارد که به مقتضای آن افراد متقابلاً رفتارشان را نسبت به یکدیگر جهت می‌دهند. برای نشان دادن دو جانبه بودن رفتار از دو حریفی مثال می‌زنند که در برابر رفتارشان، رابطه هر یک از آنان با دیگری جهت پیدا می‌کند (عشقی، ۱۴۰۰). با توجه به دسته‌بندی کنش از نگاه وبر به دو دسته عقلانی و غیرعقلانی، دو نوع اول یعنی کنش عقلانی معطوف به هدف و کنش عقلانی معطوف به ارزش جزو کنش‌های عقلانی محسوب شده و دو نوع کنش عاطفی و سنتی جزو دسته غیرعقلانی طبقه‌بندی می‌گردند.

ماکس وبر در کتاب «اقتصاد و جامعه» تحلیلی جامعه‌شناختی از کنش اقتصادی ایجاد می‌کند، که بر اساس ایده‌های توسعه‌یافته در مکتب اقتصاد اتریش است. توصیف وبر از کنش کارآفرینانه، درک تمایز تحلیل جامعه‌شناختی او از کنش اقتصادی را ممکن می‌سازد. وبر استدلال می‌کند که کارآفرینان تصمیمات تولیدی را تحت شرایط عدم قطعیت می‌گیرند، جایی که اهداف عمل منوط به انتخاب است و جایی که خواسته‌های مصرف‌کننده می‌تواند از طریق اقدام کارآفرینانه شکل بگیرد. وبر در توسعه تحقیق خود در تصمیم‌گیری کارآفرینانه، توصیفی از کنش اقتصادی ارائه می‌کند که از کنش اقتصادی غالب در اقتصاد کلان و نظریه اقتصادی اتریش متمایز است. از نظر وبر، اهداف کارآفرینی تصور می‌شوند و عقل اعمال را تعیین نمی‌کند، بلکه پیامدهای احتمالی احتمالات مختلف برای عمل را ارزیابی می‌کند. اقتصاد پولی اجازه می‌دهد تا این ارزیابی به شیوه‌ای منطقی‌تر پیش برود. این استدلال برای انتقادات او از اقتصادهای برنامه‌ریزی متمرکز قابل توجه است (استفن، ۲۰۲۰).

اگرچه وبر (۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۶۸) ادعا می‌کند که تحقیقاتش ماهیت جامعه‌شناختی دارد، ولی کاملاً واضح است که بینش‌های نظری نظریه اقتصادی است که پایه جامعه‌شناسی کنش اقتصادی را فراهم می‌کند. بینش‌های نظری که به تحلیل وبر کمک نموده، از تحولات اقتصاد کنونی اتریش استخراج شده است. تأثیر اقتصاد اتریشی بر کار وبر در مقاله او در مورد نظریه مطلوبیت حاشیه‌ای نشان داده شده است (وبر ۲۰۱۲ [۱۹۰۸]: ۲۴۲).

تحقیقات در زمینه کنش اقتصادی در اقتصاد و جامعه به مفهوم تصویر ذهنی متوسل می‌شود، یعنی فرد نیازهایی را که به طور ذهنی احساس می‌شود، تکرار می‌کند. با این نگاه تولید کالاها، قیمت‌ها یا حتی ارزش‌گذاری ذهنی کالاها نوع خاصی از تصویر ذهنی است (وبر ۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۶۴) و مطابق با تحولات بعدی در نظریه اقتصادی اتریش، وبر ایده قبلی خود را در مورد کنش اقتصادی اصلاح نموده و خاطرنشان می‌کند (استفن، ۲۰۲۰):

تعریف کنش اقتصادی باید به گونه‌ای تدوین شود که شامل عملیات یک شرکت تجاری مدرن که برای کسب سود انجام می‌شود، باشد. از این رو نمی‌توان این تعریف را مستقیماً بر اساس نیازهای مصرف و ارضاء این نیازها استوار کرد، بلکه باید از یک سو با وجود تمایل (تقاضا) برای خدمات عمومی و از سوی دیگر اندیشیدن تمهیداتی برای تامین منابع برای پاسخ دادن به تقاضا، را در نظر گرفت (وبر ۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۶۴). بنابراین وبر اذعان می‌کند که هر گونه گزارشی از اقدام اقتصادی باید تصمیمات تولید را در نظر بگیرد. او استدلال می‌کند که افراد ممکن است اهداف کنش را بر حسب خواسته‌های ذهنی خود که در مقیاسی از فوریت نسبی که آگاهانه ارزیابی شده است، در نظر بگیرند (وبر ۱۹۷۸ [۱۹۲۱]: ۲۶). پس کنش اقتصادی یک اقدام اقتصادی برای اهداف عملی با انتخاب محتاطانه بین اهداف است (استفن، ۲۰۲۰).

از طرفی در این پژوهش مفاهیم مربوط به کارآفرینی و کنش کارآفرینانه بررسی نموده و عنوان گردید که یک مفهوم از کارآفرینی مربوط به شیوه‌هایی است که بر اصول خلاقیت و نوآوری تمرکز می‌کنند، که ممکن است با دگرگونی‌هایی که در جامعه اتفاق می‌افتد مرتبط باشد، که به نوبه خود با ایده‌ها و رفتارهایی که افراد هنگام امتحان روش‌های جدید انجام کارها ایجاد می‌کنند مرتبط است و فرصت‌هایی را که دیگران نمی‌توانند ببینند را تشخیص می‌دهند (سیلوا، ۲۰۲۴). از تغییرات

اجتماعی که نتیجه کنش کارآفرینانه است می‌توان به میزان تأثیرگذاری آن بر جامعه پی برد و این رو می‌توان به آن با لنز مطالعات جامعه‌شناسی نگاه کرد. به همین دلیل است که در این پژوهش با کنش‌های اجتماعی و اقتصادی از نگاه ماکس وبر مقایسه‌ای انجام شده تا مشخص شود که کنش کارآفرینانه را از نگاه اجتماعی جزو کدام یک از کنش‌های ماکس وبر می‌توان دسته‌بندی نمود.

گفته شد که کنش کارآفرینانه دارای تعاریف متعددی است از جمله: هر گونه فعالیت کارآفرینی که به شکل گیری و بهره برداری از فرصت‌ها کمک می‌کند (شین؛ ونکاتارامان، ۲۰۰۰؛ شین، ۲۰۰۳). کنش کارآفرینانه در بستر ارتباط بین کنش هدفمند فردی و ارزش‌های فرهنگی جمعی رخ می‌دهد و بنابراین می‌تواند فرآیند نهادسازی را مختل کند. در عوض، می‌تواند به بازتولید منطق‌های نهادی مسلط بر اساس فشارهای هم‌شکل کمک کند. (مگور، هاردی، ۲۰۰۸). نتیجه اقدام رفتاری از سوی کارآفرین؛ در سطح فردی، می‌تواند منجر به ارتقاء، اسناد جدید و پاداش‌های مالی شود، در حالی که در سطح سازمانی، می‌تواند استقرار فرهنگ سازمانی کارآفرینانه را تسهیل کند، بنابراین سازمان‌ها را قادر می‌سازد تا مزیت‌های رقابتی به دست آورند و شهرت خود را در بین سهامداران بهبود بخشند (کوراتکو و همکاران، ۲۰۰۵). مبادلات (یا توافقات) ماجراجویانه، خلاقانه یا نوآورانه بین شرکت بازیگر کارآفرین و سایر طرف‌هایی که شرکت با آنها معامله می‌کند (واتسون، ۲۰۱۳). هر مجموعه‌ای از اقدامات تازه شکل گرفته که از طریق آن شرکت‌ها به دنبال استفاده از فرصت‌های کارآفرینی هستند که رقبا به آن توجه نکرده‌اند (کوراتکو و همکاران، ۲۰۰۵). این شامل دو مرحله است: توجه و ارزیابی. اولین مرحله از این مراحل - توجه - به این موضوع مربوط می‌شود که آیا افراد فرصت‌های ارائه شده توسط تغییرات در محیط خود را تشخیص می‌دهند یا خیر. مرحله دوم اقدام کارآفرینانه، ارزیابی است. در این مرحله، کارآفرین آینده‌نگر تعیین می‌کند که آیا فرصتی که شناسایی شده است نشان دهنده مسیری جذاب به سوی اقدام است یا خیر (مک‌مولن؛ شیرد، ۲۰۰۶). رفتار در پاسخ به یک تصمیم قضاوتی که تحت شرایط عدم اطمینان در مورد فرصت سود احتمالی است (مک‌مولن؛ شیرد، ۲۰۰۶). مفاهیم اصلی کنش کارآفرینانه نیز مشخص گردید که عبارتند از: استفاده از فرصت‌ها، منطق‌های نهادی، رفتار کارآفرینان، عدم اطمینان، ایجاد ارزش، مزیت رقابتی و فرایند کارآفرینی (سیلوا و همکاران، ۲۰۲۴). حال با توجه به تعاریف و مشخصات کنش‌های ماکس وبر و کنش کارآفرینانه می‌توان به مقایسه آنها پرداخت و می‌توان به نتایج زیر دست یافت:

با بیان کنش اقتصادی ماکس وبر که هم کنشی عقلانی هدفمند بود و هم با ارزیابی و تحلیل شرایط محیطی به انتخاب ابزار مناسب و انتخاب هدف مناسب تأکید داشت، می‌توان نتیجه گرفت کنش کارآفرینانه با کنش اقتصادی ماکس وبر بیشترین مشابهت را دارد و در مقایسه کنش کارآفرینانه با کنش عقلانی معطوف به هدف باید گفت که کنش کارآفرینانه برخلاف کنش عقلانی معطوف به هدف، یک فرآیند تکراری نیست زیرا در شرایط عدم قطعیت اجرا می‌شود و مشخصه اصلی آن تغییر است. در مقایسه کنش کارآفرینانه با همچنین احساسات در کنش کارآفرینانه نقش پررنگی دارد در صورتی که ماکس وبر آنرا غیرعقلانی می‌نامد و در آخر نیز باید گفت که کنش کارآفرینانه برخلاف کنش سنتی که مبتنی بر عادت و تقلید است بر پایه خلاقیت، نوآوری و تغییر استوار است. برای مقایسه بهتر این کنش‌ها در جدول ۵ وجوه مشابهت و افتراق هر یک از کنش‌ها مشخص گردیده است.

جدول شماره ۵: وجوه مشابهت و افتراق کنش کارآفرینانه با هر یک از انواع کنش‌های اجتماعی و کنش اقتصادی از نگاه ماکس وبر

انواع کنش‌ها	وجوه مشابهت	وجوه افتراق
	- هر دو هدفمند و عقلانی هستند.	- در کنش کارآفرینانه هدف به صورت ثابت وجود ندارد و در طول فرآیند شکل می‌گیرد.
	- هر دو در پی استفاده از ابزارهای مناسب برای دستیابی به هدف هستند.	- در کنش عقلانی معطوف به هدف، هدف از پیش تعریف شده است، ولی در کارآفرینی اینگونه نیست.

کنش کارآفرینانه و کنش عقلانی معطوف به ارزش	- هر دو عقلانی هستند. - هر دو به انتخاب و ارزیابی ابزارها برای دستیابی به اهداف مربوط می‌شوند.	- کنش کارآفرینانه به اهداف متعدد و ارزش‌های مختلف توجه دارد، ولی کنش عقلانی معطوف به ارزش فقط بر اساس یک ارزش متمرکز است. - در کنش کارآفرینانه، ارزش‌ها ممکن است تغییر کنند و هدف واحدی وجود ندارد.
کنش کارآفرینانه و کنش عاطفی	- هر دو به تصمیم‌گیری در شرایط عدم قطعیت مربوط می‌شوند. - هر دو نوع کنش به وضعیت‌های متغیر و نامطمئن واکنش نشان می‌دهند.	- در کنش عاطفی، تصمیمات تحت تأثیر احساسات لحظه‌ای هستند، اما در کنش کارآفرینانه احساسات به عنوان عامل کمکی در تصمیم‌گیری هستند. - در کنش کارآفرینانه، بیشتر به ارزیابی و تحلیل فرصت‌ها توجه می‌شود، در حالی که در کنش عاطفی احساسات بر فرآیند تصمیم‌گیری غالب هستند.

ادامه جدول شماره ۵

انواع کنش‌ها	وجوه مشابهت	وجوه افتراق
کنش کارآفرینانه و کنش سنتی	- هر دو نوع کنش در جامعه‌شناسی کاربرد دارند. - هر دو نوع کنش می‌توانند در فرآیندهای اجتماعی تأثیرگذار باشند.	- در کنش سنتی، تصمیمات تحت تأثیر عرف و رسوم هستند، ولی در کنش کارآفرینانه، تصمیمات بیشتر مبتنی بر نوآوری و ارزیابی فرصت‌ها هستند. - کنش کارآفرینانه تغییر و نوآوری را به همراه دارد، در حالی که کنش سنتی بیشتر بر حفظ وضعیت موجود تمرکز دارد.
کنش کارآفرینانه و کنش اقتصادی	- هر دو شامل ارزیابی فرصت‌ها و انتخاب ابزار برای دستیابی به اهداف هستند. - هر دو به بررسی هزینه‌های فرصت و انتخاب بهترین گزینه برای رسیدن به هدف مربوط می‌شوند.	- در کنش اقتصادی، تصمیمات بر اساس سودآوری اقتصادی هستند، در حالی که در کنش کارآفرینانه، بیشتر بر ایجاد ارزش تأکید می‌شود. - در کنش کارآفرینانه، اهداف به طور مداوم ارزیابی می‌شوند و همیشه یک هدف ثابت وجود ندارد.

با توجه به جدول ۵ مشخص می‌گردد که کنش کارآفرینانه بیشترین مشابهت را با کنش عقلانی معطوف به هدف و کنش اقتصادی ماکس وبر دارد و با کنش سنتی هیچ وجه تشابهی ندارد.

پیشنهادهای برای تحقیقات آتی

۱- بر اساس تحلیل‌های صورت‌گرفته، یکی از جنبه‌های کلیدی کنش کارآفرینانه، ارزیابی مداوم فرصت‌ها در شرایط عدم قطعیت است. پیشنهاد می‌شود که پژوهش‌های آینده به دقت به بررسی فرآیند شناسایی فرصت‌ها در محیط‌های غیرقطعی بپردازند. در این راستا، بررسی نقش استراتژی‌های مدیریتی و رفتارهای ریسک‌پذیری می‌تواند به درک بهتر پویایی‌های کارآفرینی کمک کند.

۲- همان‌طور که در مقاله ذکر شد، کنش کارآفرینانه شباهت‌های زیادی با کنش عقلانی معطوف به هدف دارد، اما در عین حال تفاوت‌هایی نیز در نحوه تعریف و شکل‌گیری اهداف وجود دارد. توصیه می‌شود پژوهش‌های آینده به بررسی دقیق‌تر تعاملات بین کنش‌های عقلانی و غیرعقلانی در فرآیندهای کارآفرینی بپردازند، به‌ویژه بررسی اینکه چگونه احساسات می‌توانند در جهت‌گیری‌های کارآفرینانه نقش داشته باشند.

۳- مقاله همچنین بر نقش اجتماعی کارآفرینی تأکید کرده است. با توجه به اینکه کارآفرینی می‌تواند از ویژگی‌های جامعه‌شناختی و فرهنگی خاصی تأثیر بپذیرد، پیشنهاد می‌شود پژوهش‌های آتی به بررسی ساختارهای نهادی و اجتماعی که

کارآفرینی در آن‌ها شکل می‌گیرد، توجه بیشتری داشته باشند. در این زمینه، نقش فرهنگ کارآفرینی و نهادهای حمایتی در شکل‌گیری تصمیمات کارآفرینانه می‌تواند موضوع پژوهش‌های آینده باشد.

۴- با توجه به تداخل‌هایی که میان کنش‌های اقتصادی و کنش‌های کارآفرینانه وجود دارد، پیشنهاد می‌شود که مدل‌های ترکیبی برای تحلیل رفتار کارآفرینانه توسعه داده شوند که هم ابعاد اجتماعی و هم ابعاد اقتصادی را در نظر بگیرند. این مدل‌ها می‌توانند شامل تحلیل‌های جامعه‌شناختی و اقتصادی به‌طور همزمان باشند تا بتوانند تصمیمات کارآفرینانه را در بسترهای مختلف به‌طور دقیق‌تری ارزیابی کنند.

با این پیشنهادات، می‌توانید مباحث تکمیلی و دیدگاه‌های جدیدی را در مقاله خود بیان کنید که موجب غنای بیشتر تحقیق و درک بهتر ابعاد مختلف کنش کارآفرینانه و کنش‌های اجتماعی می‌شود.

منابع

- Abazari, Y. (2010). **Sociological reason** (3rd ed.). Tehran, Iran: Tarh-e No. [In Persian]
- Adegbesan, J. A. (2009). On the origins of competitive advantage: Strategic factor markets and heterogeneous resource complementarity. *Academy of Management Review*, 34(3), 463–475.
- Adner, R., & Zemsky, P. (2006). A demand-based perspective on sustainable competitive advantage. *Strategic Management Journal*, 27(3), 215–239.
- Afeltowicz, L., Brzozowski, M., & Nowak, M. (2024). Entrepreneurial actions in energy transition: A study of three local energy clusters in Poland. *European Urban and Regional Studies*, 31(2), 182–200.
- Aldrich, H. E. (2005). Entrepreneurship. In N. J. Smelser & R. Swedberg (Eds.), *The handbook of economic sociology* (pp. 451–477). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Alonso, A. D., Kok, S. K., & O'Brien, S. (2020). Understanding entrepreneurial deviance through social learning and entrepreneurial action theory: An empirical study. *European Business Review*, 32(4), 643–666.
- Alonso, A. D., & Kok, S. K. (2020). Sense of place and certainty in uncertain socioeconomic conditions: Contributions of local cuisine to culinary tourism. *Journal of Heritage Tourism*, 16(3), 289–304.
- Alvarez, S. A., & Barney, J. B. (2007). Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 1(1–2), 11–26.
- Angus, R. W., Hunt, R. A., & Townsend, D. M. (2022). Distinguishing unpredictability from uncertainty in entrepreneurial action theory. *Small Business Economics*, 60(3), 1157–1179.
- Ávila, M. A., Santos, J. L., & Oliveira, S. R. (2021). A ação empreendedora sob uma perspectiva bibliométrica. *Anais dos XXIV Seminários em Administração*. São Paulo, Brazil: USP.
- Baggio, A. F., & Baggio, D. K. (2014). Empreendedorismo: Conceitos e definições. *Revista de Empreendedorismo, Inovação e Tecnologia*, 1(1), 25–38.
- Barbosa, S. D., & Smith, B. R. (2024). Specifying the role of religion in entrepreneurial action: A cognitive perspective. *Small Business Economics*, 62(2), 689–710.
- Blyler, M., & Coff, R. W. (2003). Dynamic capabilities, social capital, and rent appropriation: Ties that split pies. *Strategic Management Journal*, 24(7), 677–686.
- Bo, Z. (2017). Research on cultivation scheme based on TPB of entrepreneurial talents in Chinese local application-oriented universities. *Eurasia Journal of Mathematics, Science and Technology Education*, 13(8), 5629–5638.
- Botha, M., & Pietersen, M. (2022). Entrepreneurial action and competencies: Exploring pathways to venturing accomplishments. *Entrepreneurship Research Journal*, 12(4), 529–554.
- Boudon, R., & Bourricaud, F. (2006). *A critical dictionary of sociology* (A. Nikgozar, Trans.). Tehran, Iran: Farhang-e Moaser. [In Persian]
- Brandenburger, A. M., & Stuart, H. W., Jr. (1996). Value-based business strategy. *Journal of Economics & Management Strategy*, 5(1), 5–24.
- Brundin, E., & Gustafsson, V. (2013). Entrepreneurs' decision making under different levels of uncertainty: The role of emotions. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 19(6), 568–591.
- Caputo, A., & Pellegrini, M. M. (Eds.). (2020). *The entrepreneurial behaviour: Unveiling the cognitive and emotional aspect of entrepreneurship*. London, England: Emerald Publishing Limited.
- Cattani, G., Ferriani, S., & Lanza, A. (2017). Deconstructing the outsider puzzle: The legitimation journey of novelty. *Organization Science*, 28(6), 965–992.

- Cha, M. S., Lee, J. H., & Lee, J. Y. (2010). The entrepreneurial journey: From entrepreneurial intent to opportunity realization. *Journal of High Technology Management Research*, 21(1), 31–42.
- Chen, J. S., Klyver, K., & Audretsch, D. B. (2024). Programs of experimentation and pivoting for (overconfident) entrepreneurs. *Academy of Management Review*, 49(1), 83–103.
- Cordero, A. M. (2023). Community and aftershock: New venture founding in the wake of deadly natural disasters. *Journal of Business Venturing*, 38(2), 106278.
- Dai, F., Teo, S. T. T., & Wang, K. Y. (2011). Chinese immigrants in network marketing business in Western host country context. *International Business Review*, 20(6), 659–669.
- Dimov, D., & Pistrui, J. (2020). Recursive and discursive model of and for entrepreneurial action. *European Management Review*, 17(1), 267–277.
- El-Nadi, F. (2007). Organizational environmental uncertainties. *Fathielnadi*. <http://www.fathielnadi.blogspot.com>
- Fikria, M., & Moefad, A. M. (2024). Analisis teori tindakan sosial Max Weber dan fakta sosial Emile Durkheim dalam pengenalan tradisi lokal kemasyarakatan. *Analisis Teori Tindakan Sosial*, 11(1), 45–60.
- Filion, L. J. (1998). *From entrepreneurship to entreprenology*. Montreal, Canada: HEC, The University of Montreal Business School.
- Fini, R., Grimaldi, R., Santoni, S., & Sobrero, M. (2012). The determinants of corporate entrepreneurial intention within small and newly established firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 36(2), 387–414.
- Frese, M., & Gielnik, M. M. (2023). The psychology of entrepreneurship: Action and process. *Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior*, 10(1), 137–164.
- Garrett, R. P., & Holland, D. V. (2015). Environmental effects on the cognitions of corporate and independent entrepreneurs. *Small Business Economics*, 45(2), 369–381.
- Gartner, I. R., & Garcia, F. G. (2005). Criação de valor e estratégia de operações: Um estudo do setor químico e petroquímico brasileiro. *Revista Gestão e Produção*, 12(3), 387–398.
- Gaspar, F. (2009). *O processo empreendedor e a criação de empresas de sucesso*. Lisboa, Portugal: Edições Sílabo.
- Giones, F.), Brem, A., Pollack, J. M., Michaelis, T. L., Klyver, K., & Brinckmann, J. (2020). Revising entrepreneurial action in response to exogenous shocks: Considering the COVID-19 pandemic. *Journal of Business Venturing Insights*, 14, e00186. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00186>
- Gomes, A. F., Baggio, D. K., & Stadler, A. (2013). Do empreendedorismo a noção de ações empreendedoras: Reflexões teóricas. *Revista Alcance*, 20(2), 238–255.
- Göttel, V., Audretsch, D. B., & Schwarz, E. (2024). Rethinking new venture growth: A time series cluster analysis of biotech startups' heterogeneous growth trajectories. *Long Range Planning*, 57(2), 102423. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2023.102423>
- Greenman, A. (2013). Everyday entrepreneurial action and cultural embeddedness: An institutional logics perspective. *Entrepreneurship & Regional Development*, 25(7–8), 631–653.
- Greenwood, R., Raynard, M., Kodeih, F., Micelotta, E. R., & Lounsbury, M. (2011). Institutional complexity and organizational responses. *The Academy of Management Annals*, 5(1), 317–371.
- Guzman, Z. (2020, May 19). Barbara Corcoran says majority of her Shark Tank companies won't make it through the virus. *Yahoo! Finance*. <https://finance.yahoo.com/news/barbara-corcoran-says-majority-of-her-shark-tank-companies-wont-make-it-through-coronavirus-trough-120214825.html>
- Hardy, C., & Maguire, S. (2008). Institutional entrepreneurship. In C. Greenwood, R. Oliver, K. Sahlin, & R. Suddaby (Eds.), *The SAGE handbook of organizational institutionalism* (pp. 198–217). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Huang, Y., Li, P., & Wang, J. (2024). Similar but yet different: Individual cognitive traits and family contingencies as antecedents of intrapreneurship and self-employment. *Humanities and Social Sciences Communications*, 11(657), 1–12. <https://doi.org/10.1057/s41599-024-03118-8>.
- Hunt, R. A., Townsend, D. M., & Lerner, D. A. (2022). Cracks in the wall: Entrepreneurial action theory and the weakening presumption of intended rationality. *Journal of Business Venturing*, 37(3), 106208.
- Keyhani, M. (2019). Computational modeling of entrepreneurship grounded in Austrian economics: Insights for strategic entrepreneurship and the opportunity debate. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 13(2), 221–240.
- Kim, P. H., Longest, K. C., & Lippmann, S. (2019). Taking leaps of faith: Evaluation criteria and resource commitments for early-stage inventions. *Research Policy*, 48(6), 1429–1440.
- Kirzner, I. M. (1997). Entrepreneurial discovery and the competitive market process: An Austrian approach. *Journal of Economic Literature*, 35(1), 60–85.
- Kuratko, D. F., Hornsby, J. S., & Goldsby, M. G. (2005). A model of middle-level managers' entrepreneurial behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(6), 699–716.
- Kuratko, D. F., Ireland, R. D., & Hornsby, J. S. (2001). Improving firm performance through entrepreneurial actions: Acordia's corporate entrepreneurship strategy. *Academy of Management Executive*, 15(4), 60–71.

- Lacerda, G. D., & Andrade, D. M. (2021). Entrepreneurial action in the public sector: The “post-purchase” sector of a public university of Minas Gerais. *Revista Contabilidade, Gestão e Governança*, 24(2), 175–191.
- Li, H., Yang, J., & Wu, Y. (2023). Merely folklore? The role of a growth mindset in the taking and timing of entrepreneurial actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 47(6), 2077–2107.
- Liu, T. H., Chu, Y. Y., Hung, S. C., & Wu, S. Y. (2007). Environmental jolts, entrepreneurial actions and value creation: A case study of Trend Micro. *Technological Forecasting and Social Change*, 74(8), 1447–1460.
- Lounsbury, M. (2001). Institutional sources of practice variation: Staffing college and university recycling programs. *Administrative Science Quarterly*, 46(1), 29–56.
- Lounsbury, M. (2007). A tale of two cities: Competing logics and practice variation in the professionalizing of mutual funds. *Academy of Management Journal*, 50(2), 289–307.
- Lounsbury, M., & Glynn, M. A. (2001). Cultural entrepreneurship: Stories, legitimacy, and the acquisition of resources. *Strategic Management Journal*, 22(6–7), 545–564.
- Lounsbury, M., Ventresca, M., & Hirsch, P. (2003). Social movements, field frames and industry emergence: A cultural-political perspective on U.S. recycling. *Socio-Economic Review*, 1(1), 71–104.
- Lowson, R. H. (2001). Retail operational strategies in complex supply chains. *The International Journal of Logistics Management*, 12(1), 97–111.
- Machado, H. P. V. (2013). *Empreendedorismo, oportunidades e cultura: Seleção de casos no contexto brasileiro*. Maringá, Brazil: Editora da UEM.
- Machado, H. P. V., & Basaglia, M. M. (2015). Identificação e exploração de oportunidades: Estudos de casos no Paraná e em Quebec. *Revista Gestão e Regionalidade*, 31(92), 74–89.
- Markowska, M. (2018). The role of action-control beliefs in developing entrepreneurial expertise. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 25(2), 222–240.
- McMullen, J. S., & Shepherd, D. A. (2006). Entrepreneurial action and the role of uncertainty in the theory of the entrepreneur. *Academy of Management Review*, 31(1), 132–152.
- Meek, W., & Williams, D. W. (2018). Venture creation persistence: Overcoming stage-gate issues. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 24(5), 1016–1035.
- Mensah, E. K., Asamoah, L. A., & Jafari, A. (2021). Entrepreneurial opportunity decisions under uncertainty: Recognizing the complementing role of personality traits and cognitive skills. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 17(1), 25–55.
- Nozari, H. (2017). Analytical and applied sociological concepts in explaining and teaching entrepreneurship. *Journal of Welfare and Social Development Planning*, 8(33), 1–30. [In Persian]
- O’Shea, M., Hicks, J., & Basit, T. (2021). Entrepreneurial action and unprecedented uncertainty: The cases of New South Wales regional hospitality and tourism firms. *Tourism and Hospitality Research*, 22(3), 347–360.
- Parsons, S. D. (2020). Entrepreneurs and uncertainty: Max Weber and the sociology of economic action. *Review of Political Economy*, 32(2), 149–162. <https://doi.org/10.1080/09538259.2020.1754367>
- Porter, M. E. (1998). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Rio de Janeiro, Brazil: Editora Campus.
- Rahmat, A. F. (2024). Recognize Max Weber’s social action theory in individual social transformation. *International Journal of Multidisciplinary Approach Research and Science*, 2(2), 659–666.
- Rindova, V., Barry, D., & Ketchen, D. J. (2009). Entrepreneurship as emancipation. *Academy of Management Review*, 34(3), 477–491.
- Ripollés, M., & Blesa, A. (2024). The role of teaching methods and students’ learning motivation in turning an environmental mindset into entrepreneurial actions. *The International Journal of Management Education*, 22(2), 100948. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.100948>.
- Roy, N. (2020). Uncertainty as entrepreneurial motivation: Tuche, karma and the necessity of action. *Philosophy of Management*, 19(1), 89–98.
- Ruef, M. (2000). The emergence of organizational forms: A community ecology approach. *American Journal of Sociology*, 106(3), 658–714.
- Ruef, M. (2002). Strong ties, weak ties and islands: Structural and cultural predictors of organizational innovation. *Industrial and Corporate Change*, 11(3), 427–449.
- Ruef, M., & Lounsbury, M. (2007). Introduction: The sociology of entrepreneurship. *Research in the Sociology of Organizations*, 25, 1–29.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Schumpeter, J. A. (1939). *Business cycles: A theoretical, historical, and statistical analysis of the capitalist process*. London, England: McGraw-Hill.
- Seif, A. A. (1996). *Educational psychology* (15th ed.). Tehran, Iran: Agah. [In Persian]

- Sentanin, V. L. H., & Barboza, R. J. (2005). Conceitos de empreendedorismo. *Revista Científica Eletrônica de Administração*, 5(9), 1–12.
- Silva, C. A., Andrade, D. M., & Alcântara, V. C. (2024). Perspectives on entrepreneurial action: A scoping review of the literature. *Boletim de Conjuntura (BOCA)*, 6(18), 53.
- Silveira, A. C., Oliveira, M. R., & Almeida, M. I. (2007). Empreendedorismo: A necessidade de se aprender a empreender. *Revista Foco*, 2(1), 45–56.
- Spedale, S., & Watson, T. J. (2014). The emergence of entrepreneurial action: At the crossroads between institutional logics and individual life-orientation. *International Small Business Journal*, 32(7), 759–776.
- Stevenson, R., Josefy, M., & McMullen, J. S. (2024). Entrepreneurial identity and entrepreneurial action: A within-person field study. *Personnel Psychology*, 77(1), 183–213.
- Thompson, J. D. (1967). *Organizations in action*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Thorgren, S., & Williams, T. A. (2023). Progress without a venture? Individual benefits of post-disruption entrepreneuring. *Journal of Business Venturing*, 38(3), 106299.
- Thornton, P. H. (2004). *Markets from culture: Institutional logics and organizational decisions in higher education publishing*. Stanford, CA: Stanford University Press.
- Tomei, P. A., & Ferrari, P. J. (2008). Perfil e comportamento empreendedor no gerenciamento cultural e desenvolvimento de uma pequena empresa familiar: Um estudo de caso. *Anais do V Encontro sobre Empreendedorismo e Gestão de Pequenas Empresas*. São Paulo, Brazil: Universidade Presbiteriana Mackenzie.
- Townsend, D. M., Hunt, R. A., McMullen, J. S., & Sarasvathy, S. D. (2018). Uncertainty, knowledge problems, and entrepreneurial action. *Academy of Management Annals*, 12(2), 659–687. <https://doi.org/10.5465/annals.2016.0109>
- Tumelero, C., Santos, S. C., & Kuniyoshi, M. S. (2016). Survival of post-incubated technology-based companies: Study of the entrepreneurial action mobilization and use of resources. *Revista de Gestão da USP*, 23(1), 45–58.
- Watson, T. J. (2013). Entrepreneurial action and the Euro-American social science tradition: Pragmatism, realism and looking beyond ‘the entrepreneur’. *Entrepreneurship and Regional Development*, 25(1–2), 16–33.
- Weber, M. (1978). *Economy and society* (G. Roth & C. Wittich, Eds.). Berkeley, CA: University of California Press.
- Weber, M. (1994). *Political writings* (P. Lassman & R. Spiers, Eds.). Cambridge, England: Cambridge University Press.
- Weber, M. (1999). *Essays in economic sociology* (R. Swedberg, Ed.). Princeton, NJ: Princeton University Press.
- Weber, M. (2003). *The essential Weber: A reader* (S. Whimster, Ed.). London, England: Routledge.
- Weber, M. (2004). Politics as a vocation. In D. Owen & T. B. Strong (Eds.), *The vocation lectures*. Indianapolis, IN: Hackett.
- Weber, M. (2012). The “objectivity” of knowledge in social science and social policy. In H. H. Bruun & S. Whimster (Eds.), *Max Weber: Collected methodological writings*. London, England: Routledge.
- Weber, M. (2012). The theory of marginal utility and the “fundamental law of psychophysics”. In H. H. Bruun & S. Whimster (Eds.), *Max Weber: Collected methodological writings*. London, England: Routledge.
- Wensley, A. K. P., Woschke, T., & Brown, J. (2011). How entrepreneurial actions transform customer capital through time: Exploring and exploiting knowledge in an open-mindedness context. *International Journal of Manpower*, 32(1), 47–68.
- Wood, M., Williams, D. W., & Drover, W. (2021). Back to the future: A time-calibrated theory of entrepreneurial action. *Academy of Management Review*, 46(1), 147–170.
- Yang, S. J. S., Yang, J., & Zhang, Y. (2024). The virtue of calculative mindset: A community-based view of entrepreneurial and its implications to altruistic venturing. *Journal of General Management*. Advance online publication.

Comparative Study of Max Weber's Social Actions and the Characteristics of Entrepreneurial Action

Zeinab Mohammadi¹ *  | Farhad Bayani² 

1. Corresponding Author*, PhD Student in Entrepreneurship, Faculty of Entrepreneurship, University of Tehran, Tehran, Iran. Email: zemohammadi@ut.ac.ir

2. Faculty Member, Department of Science and Technology Studies, Institute for Cultural, Social and Civilizational Studies, Tehran, Iran. Email: bayani892@gmail.com

ARTICLE INFO

Article type:

Research Paper

Article History:

Received: 1 February 2025

Accepted: 09 June 2025

Published: August, 2025

Keywords:

Types of action, Max Weber, Max Weber's social action, economic action, entrepreneurial action, entrepreneurship.

ABSTRACT

Introduction: This article, compares entrepreneurial action with four types of social and economic actions from Max Weber's perspective. In this context, the characteristics of social actions, including goal-oriented rational action, value-oriented rational action, emotional action, and traditional action, were first examined, and then the similarities and differences between these actions and entrepreneurial action were analyzed.

Methodology: The research was conducted using an analytical-descriptive method, and data were collected through the review and analysis of existing literature and documents related to Weber's social actions.

Results: The research found that entrepreneurial action shares rational and goal-oriented characteristics with both goal-oriented rational action and economic action; however, it shows significant differences in emotional and traditional aspects. The findings of the research revealed that, compared to goal-oriented rational action, entrepreneurial action pays more attention to uncertain environments and social changes, and does not rely on a repetitive process. In comparison with value-oriented rational action, entrepreneurial action selects multiple goals and evaluates their consequences according to market and customer needs. Moreover, in comparison with emotional action, entrepreneurial action depends on logical and informational evaluation, and unlike traditional action, which is based on habits, it emphasizes innovation and creativity.

Conclusions: The conclusion of this article shows that entrepreneurial action, with its rational and goal-oriented characteristics, resembles some of Weber's types of actions, but at the same time, it has notable differences from other types of actions, especially emotional and traditional actions.

Cite this article: Mohammadi, Z., Bayani, F., (2024). Comparative Study of Max Weber's Social Actions and the Characteristics of Entrepreneurial Action. *Journal of Economic & Developmental Sociology*, 14 (1), 51-80.



© The Author(s). Publisher: University of Tabriz Press.



[10.22034/jeds.2025.65730.1848](https://doi.org/10.22034/jeds.2025.65730.1848)