

# A VÁLLALKOZÓI TÁRSADALMI IDENTITÁS KÖZVETÍTŐ SZEREPE A SÖTÉT TRIÁDVONÁSOK VÁLLALKOZÓI TELJESÍTMÉNYRE GYAKOROLT HATÁSÁBAN

## THE MEDIATING ROLE OF ENTREPRENEURIAL SOCIAL IDENTITY IN THE IMPACT OF DARK TRIAD TRAITS ON ENTREPRENEURIAL PERFORMANCE

A sötét triádvonások vállalkozói kontextusban történő vizsgálata nem új a szakirodalomban, számos kutatás találta előnyösnek a vállalkozói siker szempontjából ezeket a vonásokat. A szerzők kutatása, a kapcsolat feltárásán túl, a mögöttes mechanizmusok megértésére irányul. A GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey), magyar adatbázisának elemzésével megmutatják, hogy a szubklinikai narcizmus pozitív hatást gyakorol a vállalkozói sikerre. A narcizmuskálán magasabb pontszámot elérő vállalkozók nagyobb valószínűséggel rendelkeznek darwini vállalkozói identitással, azaz elsősorban a siker és a profitszerzés vezérli őket, ami hozzájárul a vállalkozói teljesítmény növekedéséhez. A társadalmi státusz és a figyelem igénye a társadalom által elismert missziós értékeket is felértékeli, így sarkallva jobb teljesítményre ezeket a vállalkozókat. A darwini és a missziós társadalmi identitás tehát részben közvetíti a szubklinikai narcizmus vállalkozói teljesítményre gyakorolt pozitív hatását. A szubklinikai pszichopátia és a machiavellizmus esetén nem mutatható ki szignifikáns közvetlen hatás, de a pszichopátia a darwini és a missziós társadalmi identitásra gyakorolt negatív hatása miatt kedvezőtlenül befolyásolja a vállalkozói teljesítményt.

**Kulcsszavak:** szubklinikai narcizmus, szubklinikai pszichopátia, machiavellizmus, vállalkozói teljesítmény, darwini társadalmi identitás, missziós társadalmi identitás

Examining dark triad traits in an entrepreneurial context is not new in the literature: studies have found these traits beneficial for entrepreneurial success. In addition to exploring this relationship, this research aims to understand the underlying mechanisms. Analyzing the Hungarian database of GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey), the authors found that subclinical narcissism positively affects entrepreneurial success. Entrepreneurs with higher narcissism scores are more likely to have a Darwinian entrepreneurial identity, i.e., they are primarily driven by successful entrepreneurship and profit-making, which in turn contributes to increased entrepreneurial performance. Additionally, the desire for social status and recognition enhances mission-driven values, leading to better performance among those with higher narcissism scores. Both Darwinian and missionary social identities partially mediate the positive impact of subclinical narcissism on entrepreneurial performance. No significant direct effect was found for subclinical psychopathy and Machiavellianism. However, psychopathy negatively affects entrepreneurial performance through its influence on entrepreneurial social identity.

**Keywords:** subclinical narcissism, subclinical psychopathy, Machiavellianism, entrepreneurial performance, Darwinian social identity, missionary social identity

### Finanszírozás/Funding:

A K 147241 számú projekt a Kulturális és Innovációs Minisztérium Nemzeti Kutatási Fejlesztési és Innovációs Alapból nyújtott támogatásával, az „OTKA” kutatási témapályázat (K 23) pályázati program finanszírozásában valósult meg. A K 147241 számú projekt a Nemzeti Kutatási, Fejlesztési és Innovációs Alap „OTKA” (K 23) pályázati programjának keretében finanszírozott, a Kulturális és Innovációs Minisztérium által nyújtott támogatással valósult meg.

Project number K 147241 was implemented with the support of the Ministry of Culture and Innovation from the National Research Development and Innovation Fund, financed by the "OTKA" research theme competition (K 23) application program. Project number K 147241 was implemented with the support of the Ministry of Culture and Innovation, financed within the framework of the National Research, Development and Innovation Fund "OTKA" (K 23) application program.

### Szerzők/Authors:

Dr. S. Gubik Andrea<sup>a</sup> (andrea.gubik@uni-miskolc.hu) egyetemi docens; Dr. Vörös Zsófia<sup>b</sup> (voros.zsolia@ktk.pte.hu) tudományos főmunkatárs

<sup>a</sup>Miskolci Egyetem (University of Miskolc) Magyarország (Hungary); <sup>b</sup>Pécsi Tudományegyetem (University of Pécs) Magyarország (Hungary)

A cikk beérkezett: 2024. 09. 17-én, javítva: 2024. 10. 25-én és 2024. 11. 04-én, elfogadva: 2024. 11. 05-én.

The article was received: 17. 09. 2024, revised: 25. 10. 2024 and 04. 11. 2024, accepted: 05. 11. 2024.

Copyright (c) 2025 Corvinus University of Budapest, publisher of Vezetéstudomány / Budapest Management Review.

This work is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>).

Az, hogy mitől lesz sikeres egy vállalkozó, miközben az új vállalkozásoknak csak egy töredéke bővül dinamikus, és többségük néhány éven belül elbukik, régóta viták tárgya a vállalkozói szakirodalomban (pl. Khelil, 2016; Lee et al., 2021; Nanda, 2016). A befolyásoló tényezők között gyakori kutatási terület az egyéni jellemzők köre. Miután a személyiségvonások közvetetten befolyásolják a viselkedést és a teljesítményt (Kanfer, 1992), a vállalkozói kérdésekkel is összefüggésbe hozhatók, és mint kritikus egyéni jellemzők jelennek meg a vállalkozói szakirodalomban (Wach & Głodowska, 2021). Ugyan a személyiségvonások sokfélesége és összetettsége miatt nem rajzolható meg a sikeres vállalkozó prototípusa, de egyre több vizsgálat igazolja a vállalkozói feladatokhoz jól illeszkedő tulajdonságok körét (Rauch & Frese, 2007).

Brownell és munkatársai (2021) a vállalkozói tevékenységet a hatalom és a társadalmi befolyás kontinuumán belül vizsgálják, és úgy látják, hogy a mások felett megszerzett hatalom életképes előrejelzője lehet a vállalkozói cselekvésnek.

A sötét triádvonások (dark triad) vállalkozói relációban való vizsgálata hasonló feltevésekből indul ki. A sötét triádvonásoknak, azaz a machiavellizmusnak, a szubklinikai pszichopátiának és a szubklinikai narcizmusnak olyan közös jellemzőket tulajdonítanak, mint az alacsony együttműködési hajlandóság és együttérzés, a hatalom, a teljesítmény és a hedonizmus erős preferenciája (Paulhus & Williams, 2002; Krizan & Herlache, 2017; DeShong et al., 2017), stressztűrés, stratégiai gondolkodás, karizmatikus fellépés és meggyőző kommunikáció, amelyek munkahelyi szempontból kívánatos jellemzők (Bereczkei & Czibor, 2018).

Ugyanakkor a vállalkozói siker szempontjából jelentős különbségeket találtak a kutatók a sötét triádvonások egyes megnyilvánulásainak jellegzetes eltéréseinél. A machiavellizmus, amelyet a társadalmi manipuláció, a mások kizsákmányolása és az erős érdekérvényesítés jellemez, összefügg a karrierrel és az üzleti sikerrel (például Aziz, 2005; Furnham et al., 2013), de éppen ezek a jellemzők azok, amelyek egyúttal rombolják is a partnerek és az alkalmazottak közötti együttműködést és bizalmat (Brownell et al., 2021), és így a vállalkozói teljesítmény gátlói is lehetnek. A szubklinikai pszichopátiát az érzéketlenség, az impulzivitás, a felelőtlenség, a nagyképszerűség, a lelkiismeret-furdalás és az empátia hiánya jellemzi (Paulhus & Williams, 2002). E tulajdonságok a hosszú távú stratégia és irányvonal hiányát, valamint a partnerekkel és munkatársakkal való rossz kapcsolat kialakulását eredményezhetik (Hogan & Kaiser, 2005). A szubklinikai narcizmust a nagyképszerűség, az egoizmus, az önzés és a megerősítés igénye jeleníti meg (Paulhus & Williams, 2002). A vállalkozói tevékenységgel összefüggésben a narcizmusskálán magasabb pontszámot elérő egyének számos pozitív és releváns tulajdonsággal rendelkeznek, amelyek háttérbe szorítják a negatívumokat (Brownell et al., 2021; Paulhus & Williams, 2002), ezért e személyek sokszor sikeresebb vállalkozók, mint társaik (Brownell et al., 2021; Gubik & Vörös, 2023; Leung et al., 2021; Shirokova, 2023).

A növekvő kutatási érdeklődés ellenére továbbra is keveset tudunk a fenti jellemzők vállalkozói sikerre gyakorolt hatásának mechanizmusáról, azokról a csatornákról, amelyeken keresztül a sötét triádvonások kifejtik hatásukat a vállalkozói sikerre, továbbá arról is, hogy ezek hogyan kapcsolódnak más személyiségjellemzőkhöz a vállalkozói siker kialakításában (Brownell et al., 2021; Liu et al., 2021; Wu et al., 2022).

Cikkünkben a személyiségjegyek vállalkozói sikerben betöltött szerepével foglalkozó irodalmat továbbfejlesztve azt vizsgáljuk, hogy a vállalkozói társadalmi identitás miért és hogyan jelent utat a sötét triádvonások vállalkozói sikerre gyakorolt hatásának közvetítésére az egyetemi vállalkozók kisvállalkozásai esetében.

## Szakirodalmi áttekintés

### A sötét triádvonások és a vállalkozói teljesítmény

A kis- és fiatal cégek esetében az alapítók/vezetők személyiségjegyei, értékei akadálytalanul megjelenhetnek, és tükröződhetnek a vállalat jellemzőiben (pl. Wu et al., 2022). A vállalkozói jellemzők közül a sötét triádvonások, a machiavellizmus, a szubklinikai pszichopátia és a szubklinikai narcizmus keltették fel a közelmúltban a vállalkozói siker variációival foglalkozó kutatók figyelmét. A machiavellizmust társadalmi manipuláció, mások kizsákmányolása és jó érdekérvényesítő képesség jellemzi, a szubklinikai narcizmust pedig a nagyképszerűséggel, az egoizmussal, a fontosság és a csodálat keresésével és a megerősítés igényével lehet összekapcsolni. A szubklinikai pszichopátia pedig érzéketlenséggel, impulzivitással, felelőtlenséggel, nagyképszerűséggel, valamint a lelkiismeret-furdalás és az empátia hiányával írható le (Krizan & Herlache, 2018; Miller et al., 2016; Paulhus & Williams, 2002). A három sötét triádvonásnak közös alapja van, főként a HEXACO személyiségmodell őszinteség/alázat tényezőjéhez fűződő szoros kapcsolatuk révén fedik át egymást (Book et al., 2015), és érzéketlen, manipulatív interperszonális viselkedésben nyilvánulnak meg (Furnham et al., 2013; Zuroff et al., 2010). A sötét triádvonások skáláin magasabb pontszámot elérő egyének a siker érdekében hajlamosabbak az önzésre, az agresszióra és a korrupcióra (Szabó et al., 2021).

Vállalkozói kontextusban számos tanulmány talált pozitív kapcsolatot a sötét triádvonások, a vállalkozói szándék és a lehetőségek felismerése között (Brownell et al., 2021; Hoang et al., 2022; Leung et al., 2020; Tucker et al., 2016; McLarty et al., 2021). A feltételezések szerint a hatalom, az irányítás, a gazdagság és a csodálat észlelt vonzereje táplálja a magas sötét triádvonás-jellemzőkkel rendelkező egyének vágyát a vállalkozói magatartás iránt (Brownell et al., 2021). E motivációk szerepére utalhat az a tény is, hogy szervezeti keretek között is nagyobb eséllyel találjuk a magas sötét triádvonásértékekkel jellemezhető egyéneket vezetői, mint alkalmazotti szerepben (Czibor et al., 2019).

Noha a sötét triádvonásoknak számos közös jellemzőjük van, így például a hatalom, a teljesítmény és a

hedonizmus erős preferenciája (Paulhus & Williams, 2002), magas stressztűrés, stratégiai gondolkodás, karizmatikus fellépés és meggyőző kommunikáció, (Bereczkei & Czibor, 2018), a három különböző megjelenési formája jelentős különbségeket mutat a vállalkozói siker eléréséhez szükséges jellemzők terén.

Brownell és munkatársai metaanalízisükben (2021) azt találták, hogy a szubklinikai narcizmuskálán magasabb pontszámot elérő egyének sikerebb vállalkozók, mint társaik, de a machiavellizmus és a szubklinikai pszichopátia negatívan kapcsolódik a vállalkozói sikerhez. Egyes esetekben kimutatták, hogy a machiavellizmus összefügg a karrierrel és az üzleti sikerrel (például Aziz, 2005; Furnham et al., 2013). A machiavellizmuskálán magasabb pontszámot elérők azonban jellemzően tönkreteszik a partnerek és az alkalmazottak közötti együttműködést és bizalmat (Brownell et al., 2021). A szubklinikai pszichopátiakálán magasabb pontszámot elérők agresszív és impulzív viselkedése, valamint az énközpontú döntéshozatal a hosszú távú stratégia és irányvonal hiányát eredményezi, valamint rossz kapcsolatokhoz vezet a partnerekkel és az alkalmazottakkal (Hogan & Kaiser, 2005).

A machiavellizmussal és a szubklinikai pszichopátiával ellentétben a szubklinikai narcizmus pozitív hatásai felülmúlhatják annak kedvezőtlen hatásait a vállalkozói folyamatok kontextusában, így a narcizmuskálán magas pontszámmal rendelkezők sikerebb vállalkozónak bizonyulhatnak, mint társaik (Brownell et al., 2021; Gubik & Vörös, 2023; Leung et al., 2021; Shirokova, 2023). A magasabb narcizmusérték olyan karizmatikus viselkedéssel párosul, amely elősegíti a társas kapcsolatokat, barátságokat teremt, és támogatja az alkalmazottakat (Campbell & Campbell, 2009; Jonason & Schmitt, 2012). Céljaik elérése, az önmegerősítés és a hatalom érdekében a narcizmuskálán magas pontszámot elérő vállalkozók ambíciózusak, erősen motiváltak, rugalmasak és erős vállalkozói orientációval jellemezhetők (Szabó et al., 2023; Altinay et al., 2012; Paulhus & Williams, 2002; Raskin & Terry, 1988; Wales et al., 2013). Stöckmann et al. (2015) azt találta, hogy a magas szubklinikai narcizmus növeli az üzleti tervezés teljesítményét azáltal, hogy fokozza a csapat vállalkozói én-hatékonyságát és vállalkozói orientációját. Hirschi és Jaensch (2015) kimutatták, hogy a magas narcizmusérték pozitív hatását a magasabb szakmai én-hatékonyság mellett a karrier iránti elkötelezettség közvetíti, amely utóbbi alatt egyfajta proaktív karriermagatartást értettek. Szabó et al. (2022) kutatásai a narcizmus mentális keménységgel és magasabb rezilienciával való összefüggését emelik ki.

A szubklinikai narcizmus mértéke és a vállalkozói siker közötti kapcsolatra vonatkozó eredmények azonban kétértelműek, mivel egyes kutatások a narcizmus árnyoldalát is felvillantják a vállalkozói teljesítmény egyes aspektusaiban (pl. Bollaert et al., 2020; Creek et al., 2019). A narcisztikusok elsődleges célja, hogy megőrizték magas, de instabil önképüket (Chatterjee & Hambrick, 2007). Az önmegvalósítás védelme a narcisztikus rajongás és rivalizálás folyamatán keresztül valósul meg (Back et al., 2013). Míg a csodálatot nagyképűség, egyediség és

báj révén érik el, a rivalizálást leértékelés, felsőbbrendűség és agresszivitás kíséri (Back et al., 2013; Grove et al., 2019). Így önképük megőrzése érdekében a szubklinikai narcizmuskálán magasabb pontszámmal jellemezhető egyének lehetőséget kereshetnek arra, hogy demonstrálják felsőbbrendűségüket másokkal szemben, és megvédjék magukat a megfélemlítő körülményektől.

Amellett érvelünk, hogy a sikeres vállalkozás vonzó társadalmi színtér a magas sötét triádvonásokat mutató egyének számára. A vállalkozás hozzájuttatja őket a vágyott hatalomhoz és sikerhez, amelynek elérésében személyiségjegyeik előnyösek lehetnek (kockázatvállalás, jó fellépés, hatékony kommunikáció, reziliencia) (Szabó et al., 2022; Bereczkei & Czibor, 2018).

Kevés kutatás foglalkozik ugyanakkor azzal, hogy milyen mechanizmusokon keresztül járulnak hozzá a sötét triádvonások a vállalkozói folyamatokhoz és a vállalkozói sikerhez. Cikkünkben erre fókuszálva a sötét triádvonások vállalkozói társadalmi identitás által közvetített hatását vizsgáljuk meg.

### A sötét triádvonások és a vállalkozók társadalmi identitása

Észszerű azt gondolni, hogy a sötét triádvonásokkal jellemezhető egyének énközpontú, önmagukat előtérbe állító és hatalomra törekvő magatartása befolyásolja azt is, hogy ezek az egyének vállalkozóként hogyan viszonyulnak a társadalom többi tagjához, azaz befolyásolja vállalkozói társadalmi identitásukat.

Tajfel és Turner (2004) társadalmi identitáselmélete alapján Fauchart és Gruber (2011) a vállalkozói társadalmi identitást a szerint határozza meg, hogy a vállalkozók hogyan értelmezik tapasztalataikat és viselkedési lehetőségeiket a csoporttagságuk alapján. Három különböző vállalkozói identitást vázoltak fel: a darwini, a közösségi és a missziós identitást.

A darwini alapítók a hagyományos üzletorientált jelentésekkel társítják. Az ebbe a kategóriába tartozó alapítók elsősorban erős és nyereséges vállalatok létrehozására koncentrálnak. Elsődleges indítékuk a nyereségszerzés és a személyes vagyon felhalmozása. Szilárd üzleti elvek mentén irányítják cégeiket. Számukra a verseny a fő referenciapont a piacon, a többi vállalatra, mint vetélytársra tekintenek, igyekeznek megkülönböztetni magukat tőlük.

A közösségi alapítók az motiválja, hogy innovatív termékekkel hozzájárulhatnak a közösség életéhez. Vállalkozási tevékenységükben nagyra értékelik a közösség tagjaitól kapott támogatást. Alapító tevékenységüket fontos katalizátornak tekintik a közösség fejlődésében és társaik elismerésében. A közösség tagjai elsődleges referenciakeretként szolgálnak.

A missziós alapítók úgy vélik, hogy a vállalkozások a társadalmi változások erőteljes előmozdítói lehetnek. Ennek megfelelően azért alapítják meg cégeiket, hogy egy olyan platformot hozzanak létre, amelyen keresztül megvalósíthatják politikai elképzeléseiket, és előmozdíthatnak bizonyos, általában társadalmi vagy környezeti célokat. A missziós alapítók úgy érzik, tevékenységükkel hozzájárulnak mások jólétének növeléséhez, és képesek hozzájárulni

egy jobb világ megteremtéséhez. A közösségekkel ellentétben a missziós alapítók számára az egész társadalom a referenciacsoport, meg akarják mutatni, hogy vannak jó gyakorlatok a társadalmi és környezeti kérdések előmozdítására.

Fauchart és Gruber (2011) elismerik, hogy az alapítók jelentős része hibrid társadalmi identitású, azaz több elsődleges típus jellemzőit is felöleli (Sieger et al., 2016). Mind a hibrid típusok megléte, mind az identitások között megfigyelt összefüggések alátámasztják, hogy az alapító társadalmi identitások mögött általános vállalkozói identitás áll. Valójában Fauchart és Gruber (2011) kihangsúlyozza, hogy a társadalmi értékek előállítására irányuló kereskedelmi vállalkozások iránti növekvő igény növeli a hibrid identitással rendelkező vállalkozók számát.

Ami a különböző identitással rendelkező vállalkozók sikerességét illeti, a kutatások arra jutottak, hogy a három tiszta kategória által képviselt értékek alapján a darwini alapítók bizonyulnak a legsikeresebb vállalkozóknak pénzügyi értelemben, felülmúlják a közösségi és a missziós identitással rendelkezőket (Brändle et al., 2019; Decker, 2017; Fauchart et al., 2019; Chen et al., 2021; de la Cruz et al., 2018). Ennek oka, hogy elsődleges indítékuk a nyereségszerzés, a személyes felhalmozás és jólét.

Hiányosak az arra irányuló kutatások, hogy a vállalkozók társadalmi identitása és a sötét triádvonások hogyan viszonyulnak egymáshoz. Azonban, mivel a darwini vállalkozók alapvető társadalmi motivációját a gazdasági önérték és az anyagiakban kifejezhető siker határozza meg, a versengés, a teljesítmény elsődlegesek számukra, így azt feltételezzük, hogy a darwini vállalkozói identitás nagyobb valószínűséggel párosul sötét triádvonásokkal. A magas szubklinikai narcizmussal jellemezhető vállalkozók ambíciózussága, motiváltsága, a machiavellisták másokat kizsákmányoló, önértékkövető magatartása megfigyelhető a versengő, anyagi sikereket elérni akaró vállalkozó képének. A szubklinikai pszichopátia esetén ezt a pozitív kapcsolatot kevésbé tartjuk logikusnak az impulzivitás, a hosszú távú stratégiák hiánya és egyéb, a szubklinikai pszichopátiáskálán magas pontszámot elérő vállalkozók személyiségjegyei okán.

Ami a missziós és közösségi társadalmi identitást illeti, a közösségért és a szélesebb társadalomért való cselekvés a narcizmusskálán magasabb pontszámot elérő vállalkozók esetén a presztízs és a jó hírnév forrása lehet, amely a vállalkozót reflektorfénybe állítja és hősként tünteti fel, így vonzó viselkedést jelent számukra. A machiavellizmusskálán magas pontszámot elérő vállalkozók számára sokkal inkább a hatalom, az irányítás és a verseny(előny) a fő motiváció, a missziós és közösségi célok akkor lehetnek fontosak számukra, ha azok eszközként szolgálhatnak céljaik eléréséhez. A szubklinikai pszichopátiáskálán magasabb pontszámot elérők impulzivitása, énközpontúsága, stratégiát nélkülöző gondolkodása azt valószínűsíti, hogy még a machiavellistákat jellemző kontextuális hozzáállás sem jelenik meg a közösségi és missziós motivációkkal összefüggésben.

A sötét triádvonások és a vállalkozói társadalmi identitások összefüggését a vállalkozói teljesítmény

vonatkozásában a következőkben mediációs modellel vizsgáljuk.

## Adatbázis és módszertan

### Résztvevők

A hipotézisek tesztelésére a GUESSS (Global University Entrepreneurial Spirit Students' Survey) magyarországi adatbázisát használtuk fel. A GUESSS a világ egyik legjelentősebb vállalkozói kutatása, amely mintegy ötven ország bevonásával vizsgálja a hallgatók karrierelképzeléseit, vállalkozói szándékát és tevékenységét, valamint a hallgatók döntéseinek fő befolyásoló tényezőit. Az általunk elemzett 2021-es mintában 10.104 magyar diák választ szerepel 25 magyar felsőoktatási intézményből. Közülük 659, saját vállalkozásról beszámoló hallgató választai alapján végeztük el az elemzéseinket.

A megkérdezettek összetétele szakonként a következő: gazdálkodás és menedzsment, közgazdaság-tudományok 20,9%, műszaki tudományok (beleértve építészeti), 17,0%; társadalomtudományok (pl. pszichológia, politológia, oktatástudomány) 10,8%, orvostudományok és egészség-tudományok 9,7%, bölcsészettudományok (nyelvtudomány és kultúraorientált tanulmányok, vallás, filozófia, történelem) 9,3%, állam- és jogtudományok 7,3%, számítástechnika/informatika 6,5%, természettudományok 5,6%, művészettudományok (pl. művészet, dizájn, színművészet, zene) 1,4%, matematika 0,5%, egyéb 11,1%.

A válaszadók 51%-a BSc, 24,9%-a MSc, 5,2%-a PhD, 18,8%-a egyéb (pl. MBA) szinten tanul. A nemek szerinti megoszlást tekintve a nő-férfi arány 51,3%, illetve 48,7%. A cégek 15%-a az adatfelvétel évében, 2021-ben alakult, a három évnél nem régebbi cégek aránya pedig 49%. A cégméretet tekintve a cégek túlnyomó többségének nincs alkalmazottja vagy egy alkalmazottja van (80,4%), a mikrovállalkozások aránya 97,6%.

### Változók

Valamennyi általunk használt változó korábbi kutatásokra támaszkodik. Minden változót Likert-skálán mértünk 1-től (egyáltalán nem értek egyet) 7-ig (teljes mértékben egyetértek). Kiszámítottuk a változók számtani átlagait, és ezeket használtuk fel a statisztikai modellekben. A sötét triádvonások, a narcizmus (Cronbach-alfa ( $\alpha$ )=0,848), a machiavellizmus ( $\alpha$ =0,864) és a pszichopátia ( $\alpha$ =0,796) mérése Jonason és Webster (2010) által kidolgozott Dirty Dozen skálával történt. Az alapító társadalmi identitások három formáját, a darwini ( $\alpha$ = 0,818), a közösségi ( $\alpha$ =0,855) és a missziós ( $\alpha$ =0,878) identitást a Sieger és munkatársai (2016) által kidolgozott skálán mértük. A szubjektív vállalkozói teljesítményt Dess és Robertson (1984), valamint Eddleston és munkatársai (2008) munkái alapján számszerűsítettük ( $\alpha$ = 0,864). A versenytársakhoz viszonyított szubjektív teljesítményértékelést gyakran használják a szakirodalomban (Wu et al., 2022; Brändle et al., 2019; de la Cruz et al., 2018; Wiklund & Shepherd, 2005), és szoros összefüggést mutat az objektív teljesítménnyel (Vij & Bedi, 2016; Wall et al., 2004).

Megerősítő faktorelemzéssel ellenőriztük, hogy az elemzésbe bevont változók illeszkednek-e a szakirodalomból átvett modellekre. Az eredmények értékeléséhez a  $\chi^2$ , a reziduumok négyzetes középértéke (RMSEA), az összehasonlító illeszkedési index (CFI), a Tucker-Lewis-index (TLI), a standardizált reziduális négyzetes középérték (SRMR) és a determinációs együttható (CD) értékeket használtuk fel (Fornell & Larcker, 1981; Geldhof et al., 2014; Hu & Bentler, 1999; Pituch & Stevens, 2015).

A sötét triádvonások esetében a háromfaktoros modell ( $\chi^2(46)=246,264$ ,  $p=0,000$ , RMSEA=0,081, CFI=0,952, TLI=0,932, SRMR=0,062) szignifikánsan jobban illeszkedett az egyfaktoros modellel összevetve ( $\chi^2(54)=1314,601$ ,  $p=0,000$ , RMSEA=0,188, CFI=0,699, TLI=0,633, SRMR=0,1140). Az alapító társadalmi identitást tekintve elfogadható illeszkedést találtunk a faktortervezéshez ( $\chi^2(124)=629,779$ ,  $p=0,000$ , RMSEA=0,079, CFI=0,924, TLI=0,906, SRMR=0,0561), amely szignifikánsan jobbnak bizonyult, mint a változók egyfaktoros verziója ( $\chi^2(135)=2432,238$ ,  $p=0,000$ , RMSEA=0,161, CFI=0,655, TLI=0,609, SRMR=0,1735).

Ami a kontrollváltozókat illeti, a vállalkozások teljesítményével kapcsolatos kutatások számos egyéni szintű tényezőt vizsgálnak, mint például a nem (Hoang et al., 2022), az életkor (Brändle et al., 2019), a családi háttér (Hoang et al., 2022; Wu et al., 2022), valamint a múltbeli tapasztalatok (Wu et al., 2022). A vállalati szintű tényezők közül a cég mérete és kora (Wu et al., 2022; Brändle et al., 2019; Eddleston et al., 2008; Wiklund & Sheperd, 2005), a tevékenységi kör (Wiklund & Sheperd, 2005), a K+F tevékenység (Wu et al., 2022) és az alapító csapat mérete (Wu et al., 2022) jelenik meg. Mivel a korábbi tanulmányok nagyszámú kovariánst használtak, de a vizsgálatok különböző kovariánskészletekkel dolgoztak, és hallgatói adatbázisunk néhány mérőszámában (pl. iskolai végzettség) viszonylag alacsony szórást mutat, először is megvizsgáltuk, hogy a kiválasztott kovariánsok szignifikáns hatással vannak-e a vállalkozás teljesítményére. Az adatbázis lehetővé tette, hogy teszteljük a nemet, az életkort, a családi vállalkozói hátteret, a korábbi vállalkozói tapasztalatokat, a vállalat életkorát, méretét és iparágát. A nem (51,3% nő és 48,7% férfi) és

a foglalkoztatottak száma (dichotóm változóként kifejezve: van (49,2%) vagy nincs alkalmazottja (50,8%)) befolyásolta a teljesítményt, ezért ezeket építettük be a tanulmányban bemutatott modellekbe.

Eredmények

A változók és összefüggéseik leíró statisztikáit az 1. táblázat mutatja be.

A sötét triádvonások közötti kapcsolatokat leíró korrelációs együtthatók szignifikáns értékei igazolják a szakirodalom által is hangsúlyozott közös tartomány meglétét, így a végső modellváltozók kialakítása érdekében a vállalkozói teljesítményre gyakorolt parciális hatásukat is ellenőriztük. Elemzéseink a szubklinikai narcizmus szignifikáns pozitív hatását erősítették meg ( $B=0,251$ ,  $p<0,001$ ), ugyanakkor a machiavellizmus és a szubklinikai pszichopátia a narcizmus jelenlétében már nem bizonyult a vállalkozói teljesítmény érdemi magyarázójának (machiavellizmus  $B=0,004$ ,  $p=0,931$ ; pszichopátia  $B=-0,089$ ,  $p=0,085$ ). Ezért a mediációs elemzésben kizárólag a szubklinikai narcizmust szerepeltettük magyarázó változóként.

A vállalkozói társadalmi identitások közötti, és különösen a közösségi és a missziós társadalmi identitás közötti magas korrelációs együttható okán ( $r=0,772$ ,  $p<0,01$ ) a regressziós elemzésekben szignifikáns részt meg nem testesítő identitás elhagyása mellett döntöttünk. Ennek megfelelően a végső mediációs modellben a darwini és a missziós társadalmi identitás szerepel mediátorként.

A sötét triádvonások és a vállalkozói társadalmi identitások összefüggéseit leíró elemzések azt mutatják, hogy a pszichopátia mindhárom vállalkozói társadalmi identitás esetén negatív szignifikáns hatást gyakorol (darwini identitás:  $B=-0,148$ ,  $p=0,001$ , közösségi identitás:  $B=-0,243$ ,  $p<0,001$ , missziós identitás:  $B=-0,304$ ,  $p<0,001$ ), míg a machiavellizmus a másik két sötét triádvonás jelenlétében már nem testesít meg további magyarázóerőt. E miatt a pszichopátiát kovariánsként szerepeltetjük a mediációs modellben, a machiavellizmust pedig elhagyjuk az elemzésből.

A 2. és a 3. táblázat a végső modellváltozók kialakítására vonatkozó döntések részeredményeit tartalmazza.

1. táblázat

Átlagok, szórások, korrelációs együtthatók

|                                  | Átlag | Szórás | 1       | 2       | 3        | 4      | 5       | 6       | 7 |
|----------------------------------|-------|--------|---------|---------|----------|--------|---------|---------|---|
| 1 Teljesítmény                   | 3,96  | 1,36   | 1       |         |          |        |         |         |   |
| 2 Machiavellizmus                | 2,69  | 1,55   | 0,133** | 1       |          |        |         |         |   |
| 3 Pszichopátia                   | 2,34  | 1,32   | 0,078*  | 0,661** | 1        |        |         |         |   |
| 4 Narcizmus                      | 3,38  | 1,54   | 0,265** | 0,492** | 0,408**  | 1      |         |         |   |
| 5 Darwini társadalmi identitás   | 5,22  | 1,17   | 0,447** | 0,131** | 0,022    | ,235** | 1       |         |   |
| 6 Közösségi társadalmi identitás | 5,13  | 1,33   | 0,395** | -0,050  | -0,157** | 0,094* | 0,555** | 1       |   |
| 7 Missziós társadalmi identitás  | 4,67  | 1,52   | 0,377** | -0,076  | -0,186** | 0,091* | 0,466** | 0,772** | 1 |

N=659, \*\*  $p<0,01$ , \*  $p<0,05$   
Forrás: saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján

2. táblázat

## A sötét triádvonások és a vállalkozói társadalmi identitások hatása a vállalkozói teljesítményre

| OLS elemek                     | Teljesítmény                      |                         |                                   |                         |
|--------------------------------|-----------------------------------|-------------------------|-----------------------------------|-------------------------|
|                                | Nem standardizált együtthatók (B) | Szignifikanciaszint (p) | Nem standardizált együtthatók (B) | Szignifikanciaszint (p) |
| Konstans                       | 2,908                             | <0,001                  | 0,641                             | 0,005                   |
| Machiavellizmus                | 0,004                             | 0,931                   |                                   |                         |
| Pszichopátia                   | -0,089                            | 0,085                   |                                   |                         |
| Narcizmus                      | 0,251                             | <0,001                  |                                   |                         |
| Darwini társadalmi identitás   |                                   |                         | 0,340                             | <0,001                  |
| Közösségi társadalmi identitás |                                   |                         | 0,109                             | 0,060                   |
| Missziós társadalmi identitás  |                                   |                         | 0,142                             | 0,003                   |
| Nem                            | 0,333                             | 0,001                   | 0,352                             | <0,001                  |
| Foglalkoztatottak              | 0,488                             | <0,001                  | 0,303                             | 0,001                   |
| Korrigált R-négyzet            | 0,110                             |                         | 0,263                             |                         |
| Durbin-Watson teszt            | 1,997                             |                         | 1,955                             |                         |
| F-próba                        | 17,319                            |                         | 47,982                            |                         |
| Szignifikanciaérték            | <0,001                            |                         | <0,001                            |                         |

Forrás: saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján

3. táblázat

## A sötét triádvonások hatása a vállalkozói társadalmi identitásokra

| OLS elemek          | Darwini társadalmi identitás |        | Közösségi társadalmi identitás |        | Missziós társadalmi identitás |        |
|---------------------|------------------------------|--------|--------------------------------|--------|-------------------------------|--------|
|                     | B                            | p      | B                              | p      | B                             | p      |
| Konstans            | 4,530                        | <0,001 | 4,982                          | <0,001 | 4,584                         | <0,001 |
| Machiavellizmus     | 0,067                        | 0,095  | 0,007                          | 0,874  | -0,006                        | 0,901  |
| Pszichopátia        | -0,148                       | 0,001  | -0,243                         | <0,001 | -0,304                        | <0,001 |
| Narcizmus           | 0,190                        | <0,001 | 0,163                          | <0,001 | 0,200                         | <0,001 |
| Nem                 | 0,168                        | 0,065  | -0,088                         | 0,396  | -0,121                        | 0,308  |
| Foglalkoztatottak   | 0,278                        | 0,002  | 0,384                          | <0,001 | 0,402                         | <0,001 |
| Korrigált R-négyzet | 0,079                        |        | ,070                           |        | ,080                          |        |
| Durbin-Watson teszt | 1,975                        |        | 1,906                          |        | 2,030                         |        |
| F                   | 12,301                       |        | 10,916                         |        | 12,460                        |        |
| Szignifikanciaérték | <0,001                       |        | <0,001                         |        | <0,001                        |        |

Forrás: saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján

Annak eldöntésére, hogy a sötét triádvonások és a vállalkozói társadalmi identitások együttesen hogyan jelennek meg a teljesítmény vonatkozásában, ismételt regressziós elemzéseket végeztünk, ezúttal a Hayes macro 4-es modellt (Hayes, 2022). Ebben a modellben a független változó (szubklinikai narcizmus) függő változóira (vállalkozói teljesítmény) gyakorolt teljes hatását közvetlen és közvetett összetevőkre osztjuk fel, ami lehetővé teszi a közvetítő változók, jelen esetben a darwini és a missziós társadalmi identitás szerepének értékelését. A végső modellben három kovariánst szerepeltettünk: a nemet és az alkalmazottak számát, mindkettőt dichotóm változóként (nem: nő/férfi; alkalmazottak: nincs/van alkalmazottja

a vállalkozásnak), továbbá a szubklinikai pszichopátiát. A 4. táblázat a modell legfontosabb adatait tartalmazza.

Az eredmények arra utalnak, hogy a szubklinikai narcizmus teljesítményre gyakorolt teljes hatása két részből tevődik össze. Egyfelől megfigyelhető a narcisztikus értékek vállalkozói teljesítményre kifejtett szignifikáns közvetlen hatása ( $b=0,143$ ,  $p=0,000$ ), de e mellett megfigyelhető a darwini társadalmi identitáson ( $b=0,068$ ,  $t=4,669$ ) és a missziós társadalmi identitáson ( $b=0,041$ ,  $t=3,914$ ) keresztül megvalósuló közvetett hatása is, azaz a darwini és a missziós identitás részben közvetíti a szubklinikai narcizmus vállalkozói teljesítményre gyakorolt hatását (5. táblázat).

Regressziós együtthatók, standard hibák és a modell összefoglaló információi

| Változók                      | Modellek                     |                    |       |                               |                    |       |                            |                    |       |
|-------------------------------|------------------------------|--------------------|-------|-------------------------------|--------------------|-------|----------------------------|--------------------|-------|
|                               | Darwini társadalmi identitás |                    |       | Missziós társadalmi identitás |                    |       | Teljesítmény               |                    |       |
|                               | Coeff - együttható           | SE - standard hiba | p     | Coeff - együttható            | SE - standard hiba | p     | Coeff - együttható         | SE - standard hiba | p     |
| Narcizmus                     | 0,208                        | 0,032              | 0,000 | 0,199                         | 0,040              | 0,000 | 0,143                      | 0,033              | 0,000 |
| Darwini társadalmi identitás  | -                            | -                  | -     | -                             | -                  | -     | 0,326                      | 0,045              | 0,000 |
| Missziós társadalmi identitás | -                            | -                  | -     | -                             | -                  | -     | 0,207                      | 0,035              | 0,000 |
| Konstans                      | 4,539                        | 0,123              | 0,000 | 4,583                         | 0,159              | 0,000 | 0,481                      | 0,231              | 0,038 |
| Pszichopátia                  | -0,106                       | 0,038              | 0,005 | -0,308                        | 0,049              | 0,000 | 0,011                      | 0,034              | 0,780 |
| Nem                           | 0,180                        | 0,091              | 0,048 | -0,122                        | 0,118              | 0,302 | 0,301                      | 0,094              | 0,001 |
| Alkalmazottak                 | 0,291                        | 0,088              | 0,001 | 0,400                         | 0,114              | 0,000 | 0,312                      | 0,091              | 0,000 |
|                               | R²=0,0822                    |                    |       | R²=0,0871                     |                    |       | R²=0,2907                  |                    |       |
|                               | F(4, 654)=14,636, p=0,000    |                    |       | F(4, 654)=15,6595, p=0,000    |                    |       | F(6, 652)=44,5292, p=0,000 |                    |       |

Forrás: saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján

5. táblázat

A kapcsolatok értékelése

|                 |                                                          | Hatás         | BootLLCI | BootULCI |
|-----------------|----------------------------------------------------------|---------------|----------|----------|
| Teljes hatás    | Narcizmus → Teljesítmény                                 | 0,252 (0,000) |          |          |
| Közvetlen hatás | Narcizmus → Teljesítmény                                 | 0,143 (0,000) |          |          |
| Közvetett hatás | Narcizmus → darwini társadalmi identitás → Teljesítmény  | 0,068         | 0,041    | 0,098    |
| Közvetett hatás | Narcizmus → missziós társadalmi identitás → Teljesítmény | 0,041         | 0,023    | 0,064    |

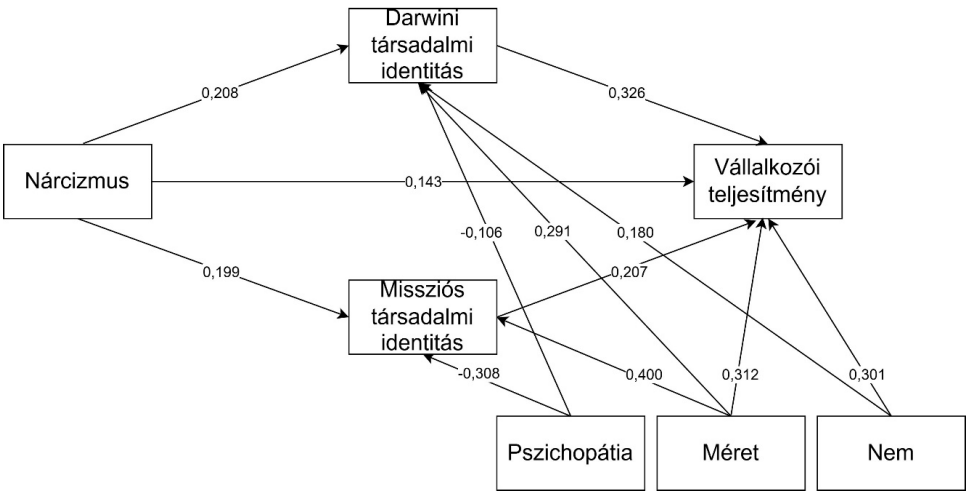
Forrás: saját számítás a GUESSS 2021 adatbázis alapján

A 4. táblázatból az is leolvasható, hogy a szubklinikai pszichopátia mind a darwini, mind pedig a missziós vállalkozói társadalmi identitásra negatív hatással van. Így hiába nem igazolható a teljesítményre gyakorolt direkt hatása (ahogy ezt már a 2. táblázat segítségével is megállapítottuk), a társadalmi identitásokon keresztül, közvetve, mégis csökkenti a vállalkozói teljesítményt. A vállalatméret, amit dichotóm változóként vontunk be a vizsgálatba (nincs vagy van alkalmazottja) pozitív és szignifikáns összefüggést mutat mind a vállalkozói társadalmi identitásokkal, mind pedig a vállalkozói teljesítménnyel. A nem változó a darwini identitás és a vállalkozói teljesítmény esetén bizonyult szignifikánsnak, ami a férfiak teljesítmény terén megnyilvánuló előnyére utal.

Az 1. ábra a változók közötti összefüggések grafikus ábrázolását tartalmazza.

1. ábra

A sötét triádvonások teljesítményre gyakorolt hatása



Forrás: saját szerkesztés

## Összefoglalás

Eredményeink megerősítik a sötét triádvonások eltérő hatását a vállalkozói teljesítmény vonatkozásában. A szakirodalom többnyire egységes a narcisztikus személyiségjegyek vállalkozói kérdésekkel való kapcsolatát tekintve. A szerzők szerint a narcizmus pozitív összefüggést mutat a vállalkozói szándékkal, a vállalkozói lehetőségek felismerésével (Brownell et al., 2021; Hoang et al., 2022; Leung et al., 2021), az üzleti tervezés eredményességével (Stöckmann et al., 2015), a társas kapcsolatok kiépítésével (Campbell & Campbell, 2009; Jonason & Schmitt, 2012) és a vállalkozói sikerrel (Brownell et al., 2021; Gubik & Vörös, 2023; Leung et al., 2021; Shirokova, 2023). Eredményeink ugyanezt a pozitív hatást támasztják alá a vállalkozói teljesítmény összefüggésében. A sikeres vállalkozás vonzó társadalmi szintér a narcizmusskálán magas értékekkel jellemezhető egyének számára, mivel a narcizmus megőrizhető az elért sikereken és mások csodálatán keresztül, amelyeket a siker valószínűleg generál.

A machiavellizmus vállalkozói relációban megosztó eredményekkel szerepel a szakirodalomban. Míg egyes kutatások a machiavellizmus pozitív hatását bizonyítják a karrier és az üzleti siker vonatkozásában (például Aziz, 2005; Furnham et al., 2013), mások szerint a machiavellizmus tönkreteszi a partnerek és alkalmazottak közötti együttműködést és bizalmat (Brownell et al., 2021), így negatív hatással van a teljesítményre. Eredményeink nem tudták igazolni a machiavellizmus és a vállalkozói teljesítmény közötti összefüggést. Úgy érvelünk, hogy vállalkozói relációban eredményes lehet a machiavellista vállalkozó manipulatív, hidegvérű érdekérvényesítése, kockázatvállalóbb, számítóbb viselkedése, de a vállalkozói siker szempontjából jelentős bizalom és együttműködés hiánya ezt az előnyt nivellálja.

A szubklinikai pszichopátiaskálán magas pontszámmal jellemezhető egyének agresszív és impulzív viselkedése, valamint az énközpontú döntéshozatal a hosszú távú stratégia és irányvonal hiányát eredményezi, valamint rossz kapcsolatokat a partnerekkel és az alkalmazottakkal (Hogan & Kaiser, 2005), így a teljesítményre negatív hatással lehet. Elemzéseink nem találtak szignifikáns összefüggést a vállalkozói teljesítmény és a szubklinikai pszichopátia között, ugyanakkor igazoltuk, hogy a vállalkozói társadalmi identitásra gyakorolt negatív hatásán keresztül közvetett módon kedvezőtlenül befolyásolja a vállalkozói teljesítményt.

Megerősítettük a vállalkozói társadalmi identitás és a vállalkozói teljesítmény közötti pozitív összefüggést, amely szintén megtalálható a szakirodalomban (Chen et al., 2021; de la Cruz et al., 2018; Fauchart et al., 2019), majd felhasználtuk a sötét triádvonások és a vállalkozói teljesítmény közötti kapcsolat mechanizmusának megértéséhez. Eredményeink arra utalnak, hogy a narcizmusskálán magasabb pontszámot elérő vállalkozók nagyobb valószínűséggel rendelkeznek darwini vállalkozói motívációkkal, azaz elsősorban a sikeres vállalkozás és a profitszerzés vezérli őket, ami viszont hozzájárul a vállalkozói teljesítmény növekedéséhez. A magasabb missziós

értékeket a vágyott társadalmi státusz és a figyelem igénye generálhatja, és ezek az erőfeszítések végül magasabb vállalkozói teljesítményben is megtestesülnek.

A modellekben a nem és a foglalkoztatottak változóit is megjelenítettük (mindkettőt dichotóm változóként (nő/férfi; nincs alkalmazottja/van alkalmazottja)), és azt találtuk, hogy az alkalmazottak megléte együtt járt mind a vállalkozói identitások, mind a teljesítmény magasabb értékeivel. A nem változó viszont csak a darwini vállalkozói identitás és a vállalkozói teljesítmény esetén bizonyult szignifikánsnak.

Az eredmények felhívják a figyelmet arra, hogy vállalkozói kontextusban a sötét triádvonások komplex hatással rendelkeznek. A szubklinikai narcizmus vállalkozói kontextusban kifejezetten előnyös személyiségvonás, amely egyúttal társadalmi célok megvalósulását is elősegítheti. A szubklinikai pszichopátia vállalkozói társadalmi identitásokra gyakorolt negatív hatása a teljesítményben is megjelenik az identitások és a teljesítmény összefüggése miatt. A machiavellizmus esetén pedig sem direkt, sem indirekt összefüggést nem sikerült kimutatnunk.

A kutatás számos korláttal rendelkezik. Az első ezek közül, hogy a vállalkozói mintánk a magyar felsőoktatásban tanulók közül kerül ki, tehát a vállalkozóknak egy sajátos almintáját adja. Ezek a vállalkozók jellemzően fiatal és kisméretű vállalkozásokat vezetnek. Továbbá a kutatás keresztmetszeti jellege lehetetlenné teszi, hogy a sötét triádvonások szerepét a vállalkozási folyamat során (dinamikusan) vegyük figyelembe. Végül az a tény, hogy a vizsgálatokat a magyar adatbázison végeztük el, így a magyar társadalom sajátosságai (vállalkozói kultúra és általában véve a társadalom jellemzői) lenyomatot hagynak az eredményeken, megnehezíti az eredmények általánosítását.

## Felhasznált irodalom

- Altinay, L., Madanoglu, M., Daniele, R., & Lashley, C. (2012). The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention. *International Journal of Hospitality Management*, 31(2), 489–499.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2011.07.007>
- Aziz, A. (2005). Relationship between Machiavellianism scores and performance of real estate salespersons. *Psychological Reports*, 96(1), 235–238.  
<https://doi.org/10.2466/pr0.96.1.235-238>
- Back, M.D., Küfner, A.C., Dufner, M., Gerlach, T.M., Rauthmann, J.F., & Denissen, J.J. (2013). Narcissistic admiration and rivalry: disentangling the bright and dark sides of narcissism. *Journal of Personality and Social Psychology*, 105(6), 1013–1037.  
<https://doi.org/10.1037/a0034431>
- Bereczkei, T., & Czibor, A. (2018). Sötét vonások a munkahelyen. *Psychiatria Hungarica*, 33(4), 359–373.
- Bollaert, H., Leboeuf, G., & Schwienbacher, A. (2020). The narcissism of crowdfunding entrepreneurs. *Small Business Economics*, 55(1), 57–76.  
<https://doi.org/10.1007/s11187-019-00164-0>

- Book, A., Visser, B.A., & Volk, A.A. (2015). Unpacking "evil": Claiming the core of the Dark Triad. *Personality and Individual Differences*, 73, 29-38.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.09.016>
- Brändle, L., Golla, S., & Kuckertz, A. (2019). How entrepreneurial orientation translates social identities into performance. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(7), 1433-1451.  
<https://doi.org/10.1108/IJEBr-06-2018-0369>
- Brownell, K.M., McMullen, J.S., & O'Boyle Jr, E.H. (2021). Fatal attraction: A systematic review and research agenda of the dark triad in entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 36(3), 106106.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2021.106106>
- Campbell, W.K., & Campbell, S.M. (2009). On the self-regulatory dynamics created by the peculiar benefits and costs of narcissism: A contextual reinforcement model and examination of leadership. *Self and Identity*, 8(2-3), 214-232.  
<https://doi.org/10.1080/15298860802505129>
- Chatterjee, A., & Hambrick, D.C. (2007). It's all about me: Narcissistic chief executive officers and their effects on company strategy and performance. *Administrative Science Quarterly*, 52(3), 351-386.  
<https://doi.org/10.2189/asqu.52.3.351>
- Chen, J., Chen, N.C., Yu, K., & Hall, C.M. (2021). Does entrepreneurs' Darwinian identity contribute to business performance via corporate social responsibility in China? The role of entrepreneurs' well-being. *Frontiers in Psychology*, 5864.  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.658640>
- Czibor, A., Szabó, Zs.P., & Restás, P. (2019). Sötét vonások a szervezetekben: tapasztalatok magyar munkavállalók körében. *Replika*, 111, 105-117.  
<https://doi.org/10.32564/111.7>
- Creek, S., Allison, T.H., Sahaym, A., Hmieleski, K., & Maurer, J. (2019). The dark triad and entrepreneurial crowdfunding: A comparison of rewards-based vs equity campaigns. *Academy of Management Proceedings*, 1, 15932.  
<https://doi.org/10.5465/AMBPP.2019.15932abstract>
- de la Cruz, M.E., Jover, A.J.V., & Gras, J.M.G. (2018). Influence of the entrepreneur's social identity on business performance through effectuation. *European Research on Management and Business Economics*, 24(2), 90-96.  
<https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2017.11.003>
- Decker, V.S. (2017). *From fidgeter to entrepreneur? A cross-sectional study examining the relationship between Attention Deficit Hyperactivity Disorder, Entrepreneurial Orientation, Entrepreneurial Social Identity, Entrepreneurial Passion and Entrepreneurial Performance* (Master's thesis). University of Twente.  
<https://essay.utwente.nl/72455/>
- DeShong, H.L., Helle, A.C., Lengel, G.J., Meyer, N., & Mullins-Sweatt, S.N. (2017). Facets of the Dark Triad: Utilizing the Five-Factor Model to describe Machiavellianism. *Personality and Individual Differences*, 105, 218-223.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.09.053>
- Dess, G.D., & Robinson Jr, R.B. (1984). Measuring Organizational Performance in the Absence of Objective Measures: The Case of the Privately Held Firm and Conglomerate Business Unit. *Strategic Management Journal*, 5(3), 265-273.  
<https://doi.org/10.1002/smj.4250050306>
- Eddleston, K., Kellermanns, F.W., & Sarathy, R. (2008). Resource configuration in family firms: Linking resources, strategic planning and environmental dynamism to performance. *Journal of Management Studies*, 45(1), 26-50.  
<https://doi.org/10.1111/j.1467-6486.2007.00739.x>
- Fauchart, E., & Gruber, M. (2011). Darwinians, communitarians, and missionaries: the role of founder identity in entrepreneurship. *Academy of Management Journal*, 54(5), 935-957.  
<https://doi.org/10.5465/amj.2009.0211>
- Fauchart, E., Sieger, P., & Zellweger, T.M. (2019). Founder social identity and the financial performance of new ventures. *Academy of Management Proceedings*, 1, 12833.  
<https://doi.org/10.5465/AMBPP.2019.12833abstract>
- Fornell, C., & Larcker, D.F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50.  
<https://doi.org/10.1177/002224378101800104>
- Furnham, A., Richards, S.C., & Paulhus, D.L. (2013). The Dark Triad of personality: A 10-year review. *Social and Personality Psychology Compass*, 7(3), 199-216.  
<https://doi.org/10.1111/spc3.12018>
- Geldhof, G.J., Preacher, K.J., & Zyphur, M.J. (2014). Reliability estimation in a multilevel confirmatory factor analysis framework. *Psychological Methods*, 19(1), 72-91.  
<https://doi.org/10.1037/a0032138>
- Grove, J.L., Smith, T.W., Girard, J.M., & Wright, A.G. (2019). Narcissistic admiration and rivalry: An interpersonal approach to construct validation. *Journal of Personality Disorders*, 33(6), 751-775.  
[https://doi.org/10.1521/pedi\\_2019\\_33\\_429](https://doi.org/10.1521/pedi_2019_33_429)
- Gubik, A.S., & Vörös, Z. (2023). Why narcissists may be successful entrepreneurs: The role of entrepreneurial social identity and overwork. *Journal of Business Venturing Insights*, 19, e00364.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2023.e00364>
- Hayes, A.F. (2022). *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach* (Vol. 3). The Guilford Press.
- Hirschi, A., & Jaensch, V.K. (2015). Narcissism and career success: Occupational self-efficacy and career engagement as mediators. *Personality and Individual Differences*, 77, 205-208.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2014.12.021>
- Hoang, G., Luu, T.T., Le, T.T.T., & Tran, A.K.T. (2022). Dark Triad traits affecting entrepreneurial intentions: The roles of opportunity recognition and locus of control. *Journal of Business Venturing Insights*, 17.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2022.e00310>

- Hogan, R., & Kaiser, R.B. (2005). What we know about leadership. *Review of General Psychology*, 9(2), 169–180.  
<https://doi.org/10.1037/1089-2680.9.2.169>
- Jonason, P.K., & Schmitt, D.P. (2012). What have you done for me lately? Friendship-selection in the shadow of the Dark Triad traits. *Evolutionary Psychology*, 10(3), 400–421.  
<https://doi.org/10.1177/147470491201000303>
- Jonason, P.K., & Webster, G.D. (2010). The dirty dozen: A concise measure of the dark triad. *Psychological Assessment*, 22(2), 420–432.  
<https://doi.org/10.1037/a0019265>
- Kanfer, R. (1992). Work motivation: New directions in theory and research. In Cooper, C.L., & Robertson, I.T. (Eds.), *Key reviews in managerial psychology: Concepts and research for practice* (1-53). London: John Wiley & Sons, Ltd. [https://www.researchgate.net/publication/232575544\\_Work\\_motivation\\_New\\_directions\\_in\\_theory\\_and\\_research](https://www.researchgate.net/publication/232575544_Work_motivation_New_directions_in_theory_and_research)
- Khelil, N. (2016). The many faces of entrepreneurial failure: Insights from an empirical taxonomy. *Journal of Business Venturing*, 31(1), 72–94.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2015.08.001>
- Krizan, Z., & Herlache, A.D. (2018). The narcissism spectrum model: A synthetic view of narcissistic personality. *Personality and Social Psychology Review*, 22(1), 3–31.  
<https://doi.org/10.1177/1088868316685018>
- Lee, C.K., Wiklund, J., Amezcua, A., Bae, T.J., & Palubinskas, A. (2021). Business failure and institutions in entrepreneurship: A systematic review and research agenda. *Small Business Economics*, 58, 1997–2023.  
<https://doi.org/10.1007/s11187-021-00507-4>
- Leung, Y.K., Franken, I.H.A., & Thurik, A.R. (2020). Psychiatric symptoms and entrepreneurial intention: The role of the behavioral activation system. *Journal of Business Venturing Insights*, 13, e00153.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00153>
- Leung, Y.K., Franken, I., Thurik, R., Driessen, M., Kamei, K., Torrès, O., & Verheul, I. (2021). Narcissism and entrepreneurship: Evidence from six datasets. *Journal of Business Venturing Insights*, 15, e00216.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00216>
- Liu, D., Zhu, T., Huang, X., Wang, M., & Huang, M. (2021). Narcissism and entrepreneurship: A systematic review and an agenda for future research. *Frontiers in Psychology*, 12, 657681.  
<https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.657681>
- McLarty, B.D., Skorodzyevskiy, V., & Muldoon, J. (2021). The Dark Triad's incremental influence on entrepreneurial intentions. *Journal of Small Business Management*, 61(4), 2097–2125.  
<https://doi.org/10.1080/00472778.2021.1883042>
- Miller, J.D., Back, M.D., Lynam, D.R., & Wright, A.G.C. (2021). Narcissism today: What we know and what we need to learn. *Current Directions in Psychological Science*, 30(6), 519–525.  
<https://doi.org/10.1177/096372142111032172>
- Nanda, R. (2016). Financing high-potential entrepreneurship. *IZA World of Labour*.  
<https://doi.org/10.15185/izawol.252>
- Paulhus, D.L., & Williams, K.M. (2002). The dark triad of personality: Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy. *Journal of Research in Personality*, 36(6), 556–563.  
[https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00505-6](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00505-6)
- Pituch, K.A., & Stevens, J.P. (2015). *Applied multivariate statistics for the social sciences* (6th ed.). Routledge.
- Raskin, R., & Terry, H. (1988). A principal-components analysis of the Narcissistic Personality Inventory and further evidence of its construct validity. *Journal of Personality and Social Psychology*, 54(5), 890–902.  
<https://doi.org/10.1037/0022-3514.54.5.890>
- Rauch, A., & Frese, M. (2007). Let's put the person back into entrepreneurship research: A meta-analysis on the relationship between business owners' personality traits, business creation, and success. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16(4), 353–385.  
<https://doi.org/10.1080/13594320701595438>
- Shirokova, G., Galieva, N., White, J.V., & Doktorova, D. (2023). Narcissism, workaholism, family support and new venture performance: A moderated mediation model. *Small Business Economics*, 63, 379–419.  
<https://doi.org/10.1007/s11187-023-00831-w>
- Sieger, F., Gruber, M., Fauchart, E., & Zellweger, T. (2016). Measuring the social identity of entrepreneurs: Scale development and international validation. *Journal of Business Venturing*, 31(5), 542–572.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2016.07.001>
- Stöckmann, C., Kollmann, T., Linstaedt, J.W., & Peschl, A. (2015). Linking narcissism and business planning via self-efficacy and entrepreneurial orientation. *Academy of Management Proceedings*, 2015(1), 16684.  
<https://doi.org/10.5465/ambpp.2015.16684abstract>
- Szabó, Z.P., Diller, S.J., Czibor, A., Restás, P., Jonas, E., & Frey, D. (2023). “One of these things is not like the others”: The associations between dark triad personality traits, work attitudes, and work-related motivation. *Personality and Individual Differences*, 205, 112098.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2023.112098>
- Szabó, Z.P., Kun, A., Balogh, B.E., Simon, E., & Csike, T. (2022). Dark and Strong?! The associations between dark personality traits, mental toughness and resilience in Hungarian student, employee, leader, and military samples. *Personality and Individual Differences*, 186, 111339.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111339>
- Szabó, Z.P., Simon, E., Czibor, A., Restás, P., & Bereczkei, T. (2021). The importance of dark personality traits in predicting workplace outcomes. *Personality and Individual Differences*, 183, 111112.  
<https://doi.org/10.1016/j.paid.2021.111112>
- Tajfel, H., & Turner, J.C. (2004). The social identity theory of intergroup behavior. In J. T. Jost & J. Sidanius (Eds.), *Political psychology: Key readings* (pp. 276–293). Psychology Press.

- Tucker, R.L., Lowman, G.H., & Marino, L.D. (2016). Dark Triad Traits and the Entrepreneurial Process: A Person-Entrepreneurship Perspective. *Research in Personnel and Human Resources Management*, 34, 245-290.  
<https://doi.org/10.1108/S0742-730120160000034013>
- Vij, S., & Bedi, H.S. (2016). Are subjective business performance measures justified? *International Journal of Productivity and Performance Management*, 65(5), 603–621.  
<https://doi.org/10.1108/IJPPM-12-2014-0196>
- Wach, K., & Głodowska, A. (2021). How do demographics and basic traits of an entrepreneur impact the internationalisation of firms? *Oeconomia Copernicana*, 12(2), 399–424.  
<https://doi.org/10.24136/oc.2021.013>
- Wales, W.J., Patel, P.C., & Lumpkin, G.T. (2013). In pursuit of greatness: CEO narcissism, entrepreneurial orientation, and firm performance variance. *Journal of Management Studies*, 50(6), 1041–1069.  
<https://doi.org/10.1111/joms.12034>
- Wall, T.D., Michie, J., Patterson, M., Wood, S.J., Sheehan, M., Clegg, C.W., & West, M. (2004). On the validity of subjective measures of company performance. *Personnel Psychology*, 57(1), 95–118.  
<https://doi.org/10.1111/j.1744-6570.2004.tb02485.x>
- Wiklund, J., & Shepherd, D. (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: A configurational approach. *Journal of Business Venturing*, 20(1), 71–89.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2004.01.001>
- Wu, W., Wang, H., & Wang, X. (2022). Entrepreneur narcissism and new venture performance: A learning perspective. *Journal of Business Research*, 149, 901–915.  
<https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2022.05.018>
- Zuroff, D.C., Fournier, M.A., Patall, E.A., & Leybman, M.J. (2010). Steps toward an evolutionary personality psychology: Individual differences in the social rank domain. *Canadian Psychology/Psychologie Canadienne*, 51(1), 58–66.  
<https://doi.org/10.1037/a0018472>