

УДК: 159.9
JEL: L26

«ХОРОШИЙ, ПЛОХОЙ, ЗЛОЙ»? ВЛИЯНИЕ «ТЕМНОЙ ТРИАДЫ» ЛИЧНОСТИ НА ФОРМИРОВАНИЕ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСКИХ НАМЕРЕНИЙ

К. А. Богатырева, А. К. Ласковая, Т. Н. Клемина, Ю. А. Орехова

Санкт-Петербургский государственный университет,
Российская Федерация, 199034, Санкт-Петербург, Университетская наб., 7–9

Для цитирования: Богатырева К. А., Ласковая А. К., Клемина Т. Н., Орехова Ю. А. 2021. «Хороший, плохой, злой»? Влияние «темной триады» личности на формирование предпринимательских намерений. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент* 20 (3): 293–325. <http://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2021.301>

В статье рассмотрено влияние черт «темной триады» личности — нарциссизма, макиавеллизма и психопатии — на развитие предпринимательских намерений сквозь призму теории запланированного поведения, которая объясняет развитие готовности начать собственный бизнес через становление отношения к предпринимательству, формирования субъективных норм и воспринимаемого поведенческого контроля. Указанные черты личности рассматриваются в исследовании в их неклинических проявлениях. Предложенная теоретическая модель апробирована на выборке, состоящей из 191 студента и выпускника 13 вузов России. Эмпирические данные собраны путем онлайн-опроса. Анализ полученных данных был выполнен при помощи оценки линейной регрессионной модели методом наименьших квадратов. Для оценки медиационных связей (непрямых эффектов) между переменными был использован макрос PROCESS для пакета анализа данных SPSS. В работе выявлена ключевая роль нарциссизма как фактора формирования стремления начать собственный бизнес, тогда как основным элементом теории запланированного поведения, опосредующим психологические эффекты, стало отношение к предпринимательству. Кроме того, установлена отрицательная связь психопатии с субъективными нормами, а также с воспринимаемым поведенческим контролем. Теоретический вклад данного исследования заключается в уточнении теории черт личности в контексте предпринимательства и расширении знаний о роли традиционно негативно воспринимаемых психологических характеристик индивида в предпринимательском процессе. Кроме того, в работе детализируется теория запланированного поведения в части определения возможных факторов формирования отношения к предпринимательству, субъективных

Исследование выполнено при финансовой поддержке Санкт-Петербургского государственного университета (проект № 48952678).

В заголовке статьи использовано название фильма С. Леоне «Хороший, плохой, злой» (Produzioni Europee Associati (PEA), 1966 г.).

© Санкт-Петербургский государственный университет, 2021

норм и воспринимаемого поведенческого контроля. Результаты данного исследования могут быть использованы при разработке программ обучения предпринимательству, а также курсов и тренингов по психологии предпринимательства.

Ключевые слова: предпринимательские намерения, «темная триада» личности, нарциссизм, макиавеллизм, психопатия, теория запланированного поведения, студенческое предпринимательство.

ВВЕДЕНИЕ

Организация — это удлинённая тень одного-единственного человека.

Р. У. Эмерсон

Предпринимательская деятельность является основой экономического благополучия страны. Предприниматели создают рабочие места, способствуют экономическому росту, определяют динамику развития рынков [Van Praag, Versloot, 2008]¹. В то время как роль предпринимательской фирмы в развитии экономики подчеркивается во многих исследованиях (см., напр.: [Wennekers, Thurik, 1999; Acs, László, 2007; Toma, Grigore, Marinescu, 2014]), личности предпринимателя придается гораздо меньшее значение. Вместе с тем личность индивида неразрывно связана с создаваемым им бизнесом и накладывает существенный отпечаток не только на то, как этот бизнес функционирует и какие результаты демонстрирует, но и на изначальный процесс вовлечения в предпринимательскую деятельность, формирование и развитие предпринимательских намерений.

Исследования личностных черт предпринимателей фокусируются в основном на выявлении тех характеристик, которые традиционно присущи индивидам, вовлеченным в предпринимательскую деятельность, и определяют их предрасположенность к самозанятости, а также вероятность успеха их начинаний и достижения высоких результатов функционирования создаваемой фирмы. К таким чертам обычно относят готовность к риску, креативность, самоэффективность, внутренний локус контроля, уверенность в собственных знаниях и навыках [Littunen, Storhammar, 2000; Fillis, Rentschler, 2010; Ferreira et al., 2012; Newman et al., 2019]. Кроме того, определенное внимание уделяется личной мотивации [DeTienne et al., 2008; Kibler et al., 2019] и различным психотипам предпринимателей [Minniti, Lévesque, 2010]. Одновременно с этим лишь в небольшом числе исследований рассматриваются неоднозначные стороны личности, которые традиционно имеют негативную коннотацию и вместе с тем потенциал для оказания положительного влияния на предпринимательский процесс [Wales, Patel, Lumpkin, 2013; Tucker, Lowman, Marino, 2016; Lerner, Hunt, Verheul, 2018; Wiklund et al., 2018]. На современном этапе развития рассматриваемой области вопрос, связанный с определением механизмов влияния указанных черт личности на принятие решения об открытии собственного бизнеса, остается открытым.

¹ В контексте данного исследования предприниматель — человек, создающий и ведущий собственный бизнес. В свою очередь, под предпринимательской деятельностью понимается деятельность индивида, направленная на создание и развитие его собственного бизнеса.

Цель статьи — основываясь на ключевых положениях теории запланированного поведения (theory of planned behavior) [Ajzen, 1991], заполнить указанный пробел, определив роль психологических характеристик индивида, относящихся к «темной триаде» личности, в становлении предпринимательских намерений. Понятие «темной триады» личности включает в себя такие психологические черты, как нарциссизм, макиавеллизм и психопатия в их неклинических проявлениях [Егорова, Ситникова, 2014, с. 12]. Под нарциссизмом понимаются завышенная самооценка индивида, чрезмерная самовлюбленность, чувство доминантности, стремление стать предметом восхищения, отсутствие эмпатии [Lee, Ashton, 2005]. Макиавеллизм — это склонность к манипулированию другими, циничное отношение к окружающим, а также пренебрежительное отношение к существующим моральным устоям [Christie, Geis, 1970; Tucker, Lowman, Marino, 2016]. Психопатия подразумевает эгоизм, повышенную нервную возбудимость, асоциальное поведение, агрессивность и беспощадность [Paulhus, Williams, 2002]. Несмотря на то что эти личностные характеристики обычно воспринимаются в негативном контексте, они тем не менее могут оказаться полезными в случае вовлечения индивида в предпринимательскую деятельность. Так, в ряде работ отмечается, что люди, обладающие указанными чертами, чаще бывают более креативны, энергичны, а также легче принимают спонтанные решения [Lerner, Hunt, Verheul, 2018; Wiklund et al., 2018].

Научная новизна исследования заключается в уточнении теории черт личности в контексте предпринимательства и расширении знаний о роли традиционно негативно воспринимаемых психологических характеристик индивида в предпринимательском процессе. Кроме того, в работе детализируется теория запланированного поведения в части определения возможных факторов формирования отношения к предпринимательству, субъективных норм и воспринимаемого поведенческого контроля, которые, в свою очередь, оказывают влияние на становление предпринимательских намерений.

Статья имеет следующую структуру. В первом разделе приводится обзор исследований о роли черт «темной триады» личности в предпринимательстве, во втором — раскрывается теоретическая основа исследования и формулируются гипотезы, в третьем — описывается методология исследования, в четвертом — содержатся результаты эмпирического анализа. В пятом разделе приведены результаты исследования. В заключении указаны ограничения и направления дальнейших исследований в рассматриваемой области.

ПСИХОЛОГИЯ ПРЕДПРИНИМАТЕЛЬСТВА И РОЛЬ «ТЕМНОЙ ТРИАДЫ» ЛИЧНОСТИ

Феномен предпринимательства начал анализироваться сквозь призму психологии и психологических черт достаточно давно. Так, предприниматель может рассматриваться как человек, обладающий определенными характерными черта-

ми, включая инициативность, готовность к риску, креативность, целеустремленность и др. [Китова, Дышеков, 2011]. Психология предпринимательства является одним из важнейших разделов экономической психологии. Одно из направлений исследований в этой области — изучение социально-психологических характеристик людей, выбравших карьеру предпринимателя и добившихся определенных успехов, с целью определить влияние их личностных черт на их экономическое поведение [Завьялова, Посохова, 2004; Журавлев, Позняков, 2012]. Необходимо отметить исследования, в которых анализируется мотивация предпринимательской деятельности. Значительное внимание в публикациях отводится готовности к риску и особенностям данной черты у предпринимателей в сравнении с другими экономическими агентами [Задорожнюк, 1991]. Кроме того, авторы фокусируются на предпринимательской самооэффективности, локусе контроля и ценностных ориентациях предпринимателей [Позняков, 2013; Широкова, Цуканова, Богатырева, 2015].

Преобладание на протяжении длительного времени в потоке научных исследований позитивного восприятия феномена предпринимательства в целом и личности предпринимателей в частности носит закономерный характер: роль предпринимательства в обеспечении развития экономики и роста благосостояния общества очевидна и никем не отрицается. Однако относительно недавно наметилось движение в сторону более пристального изучения негативных аспектов предпринимательства, одним из катализаторов которого стал мировой финансовый кризис 2008 г., вызванный в том числе рядом неэтичных решений и продуктивных мотивов деятельности владельцев и руководителей бизнеса [Kraus et al., 2018].

Теоретическая основа таких исследований заложена в трудах социального психолога и психоаналитика Э. Фромма, где рассмотрена типология социальных характеров, в число которых входит так называемый рыночный тип, описывающий личностные черты человека, включенного в рыночные отношения [Фромм, 2016]. Индивиды, обладающие рыночным типом характера, рассматривают собственную личность как товар. Они склонны к оппортунистическому поведению и готовы продемонстрировать любую черту характера, чтобы повысить свои шансы на коммерческий успех.

Анализируя текущее состояние исследований в области предпринимательства, следует обратить внимание на необходимость более интенсивного изучения «темной», обратной и деструктивной его сторон, оказывающих негативное влияние как на самих предпринимателей, так и на других членов общества. В частности, «темная» сторона предпринимательства (dark side) характеризует негативные психологические реакции индивида на проблемы, с которыми он сталкивается в ходе своей предпринимательской деятельности (стрессы, депрессия, тревожные расстройства, вызванные неудачами в бизнесе, и т. д.). Обратная сторона (downside) связана с риском потери своего финансового и социального капитала (понижение социоэкономического статуса), а под деструктивной стороной

(destructive side of entrepreneurship) понимается ущерб, который деятельность предпринимателя может наносить другим индивидам. Он может быть вызван в том числе контрпродуктивными мотивами занятия предпринимательской деятельностью, проявляющимися в стремлении к присвоению уже существующей стоимости, а не к ее созданию путем предоставления обществу необходимых ему продуктов и услуг [Hmieleski, Lerner, 2016]. Интенсификация исследований в сфере негативных сторон предпринимательства будет способствовать формированию целостной картины предпринимательства как вида деятельности и роли предпринимателей в развитии экономики и жизни общества в целом, лучшему пониманию масштаба и остроты существующих проблем и более эффективному поиску способов их решения.

К данному направлению исследований в области предпринимательства относятся и работы, посвященные анализу отрицательных в традиционном понимании психологических характеристик, которые часто ассоциируются именно с предпринимателями (излишняя самоуверенность, одержимость идеей, агрессивность и др.) и могут повлечь за собой серьезные негативные последствия для самих предпринимателей, их бизнесов и общества в целом [Miller, 2014]. Парадоксально противоречивая роль данных характеристик в развитии предпринимательства была отчетливо сформулирована следующим образом: «Порой та самая креативная энергия, которая движет предпринимателем, имеет своим источником деструктивные внутренние потребности, которые могут погубить карьеру или компанию» [Kets de Vries, 1985, p. 160].

Особое внимание в этой связи отводится так называемой темной триаде личности, ставшей в настоящее время фактически лидирующей парадигмой изучения негативных психологических характеристик в рамках организационных исследований и анализа предпринимательства [Hmieleski, Lerner, 2016]. В исследованиях «темной триады» можно выделить два основных направления. Первое касается оценки влияния выраженности отдельных составляющих и триады в целом у руководителей и владельцев бизнеса на показатели деятельности возглавляемых ими организаций, результаты которой неоднозначны. Так, в [Engelen, Neumann, Schmidt, 2016] сделан вывод о модулирующем воздействии нарциссизма руководителей на взаимосвязь между предпринимательской ориентацией фирмы и результатами ее функционирования, в то время как в [Kraus et al., 2018] гипотеза о негативном влиянии каждой составляющей триады на данную связь не подтвердилась. Возможными объяснениями подобных расхождений могут служить как характеристики выборки, так и многогранность самих составляющих «темной триады».

Вторым направлением, получившим большее развитие, стала оценка влияния «темной триады» на формирование предпринимательских намерений. В частности, интересные и неоднозначные выводы содержатся в работах [Hmieleski, Lerner, 2016; Do, Dadvari, 2017; Iyayi, Obeki, 2018], посвященных выявлению связи между «темной триадой» и предпринимательскими намерениями студентов, об-

учающихся по бизнес-специальностям или изучающих дисциплины предпринимательской и управленческой направленности. Однако если авторы исследования [Do, Dadvari, 2017] приходят к выводу, что студенты с более высоким уровнем выраженности «темной триады» демонстрируют более сильные предпринимательские намерения, то в [Hmieleski, Lerner, 2016] обнаружено наличие положительной связи только в отношении нарциссизма, а применительно к психопатии и макиавеллизму сколько-нибудь значимая положительная или отрицательная связь с предпринимательскими намерениями не установлена. Объяснить полученный результат, согласно [Hmieleski, Lerner, 2016], можно посредством двух дополняющих друг друга теорий — теории истории жизни (Life History Theory) и теории социального обмена (Social Exchange Theory).

Согласно теории истории жизни, индивиды выбирают такую стратегию своего поведения, которая будет соответствовать условиям внешней среды, позволит им максимально приспособиться к ее требованиям и увеличить шансы на успех. В ситуации жестких условий среды и значительной неопределенности более приемлемой является стратегия высокой скорости жизни (fast-life strategy), предполагающая в целом краткосрочный взгляд на окружающий мир, фокус на немедленном удовлетворении первоочередных потребностей и установлении непродолжительных отношений. Считается, что индивиды с высокой степенью выраженности черт «темной триады» личности, выбирающие данную стратегию, способны на рискованные решения и действия в виде создания нового бизнеса даже при отсутствии необходимого опыта, связей и ресурсов [Jonason, Koenig, Tost, 2010] и будут демонстрировать более выраженные предпринимательские намерения.

В рамках теории социального обмена любое взаимодействие рассматривается как отношения обмена: для удовлетворения своих потребностей индивид вступает в повторяющиеся транзакции с другими индивидами, которые, с его точки зрения, могут предоставить ему необходимое вознаграждение в широком смысле слова. Индивиды с высоким уровнем выраженности «темной триады» в целом, как показано в [Hmieleski, Lerner, 2016], будут стремиться к взаимодействию с другими людьми, извлекая то вознаграждение (например, ресурсы), которое необходимо им в данный момент времени, и прекращать его, как только оно становится ненужным.

Однако в случае высокой степени выраженности макиавеллизма и психопатии более предпочтительным становится не создание собственного бизнеса, а присоединение к уже существующим бизнес-проектам или организациям, в рамках которых данные индивиды могут осуществлять неравный обмен, используя ресурсы и усилия других индивидов, что может служить объяснением отсутствия значимой связи между этими двумя чертами «темной триады» личности и предпринимательскими намерениями.

Несмотря на определенный прогресс в изучении данной темы в рамках исследований деятельности организаций и предпринимательства, их потенциал явно

не исчерпан. Во-первых, в настоящее время число эмпирических исследований влияния «темной триады» и ее отдельных черт на формирование предпринимательских намерений и на предпринимательскую деятельность остается незначительным. Во-вторых, результаты анализа различаются, особенно в отношении влияния психопатии и макиавеллизма на формирование предпринимательских намерений. Таким образом, необходимо продолжать исследования в рассматриваемой области на иной теоретической основе, которая могла бы позволить уточнить выводы предыдущих исследований.

ТЕОРЕТИЧЕСКИЕ ОСНОВЫ И ГИПОТЕЗЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Настоящее исследование базируется на теории запланированного поведения [Ajzen, 1991], которая лежит в основе одного из ключевых подходов, моделирующих процесс формирования намерений совершить определенные действия. Согласно данной теории, намерения возникают в результате оценки желательности (desirability) и осуществимости (feasibility) задуманных действий. В этих рамках тремя непосредственными факторами становления намерений выступают отношение к поведению (attitude toward the behavior), субъективные нормы (subjective norms) и воспринимаемый поведенческий контроль (perceived behavioral control).

Отношение к поведению определяет личное мнение индивида о том, насколько привлекательна для него перспектива вовлечения в рассматриваемый вид деятельности [Богатырева, Широкова, 2017а; Ajzen, Gilbert Cote, 2008]. До формирования намерений люди оценивают возможные последствия решения об осуществлении тех или иных действий, основываясь на определенных поведенческих убеждениях (behavioral beliefs). Таким образом, позитивное отношение к деятельности складывается в том случае, если оценка приводит индивида к выводу о наличии преимуществ или положительных последствий планируемых действий, что, в свою очередь, способствует формированию намерений эти действия осуществить.

Субъективные нормы связаны с тем, как индивид воспринимает отношение окружающих к своему потенциальному вовлечению в ту или иную деятельность [Ajzen, Fishbein, 1980]. Важно подчеркнуть, что речь идет именно о представлениях человека о мнении других людей, а не об объективном положении дел. Следовательно, оценка субъективных норм неразрывно связана с восприятием социального давления (perceived social pressure) со стороны значимых людей в окружении индивида. В литературе данный компонент субъективных норм часто определяется авторами как нормативные убеждения (normative beliefs). Кроме того, субъективные нормы зависят от готовности индивида менять свое поведение в соответствии с мнением значимых окружающих (willingness to comply), что также может оказывать существенное влияние на формирование намерений.

Воспринимаемый поведенческий контроль (perceived behavioral control) [Ajzen, 2002] — это представления индивида относительно легкости или слож-

ности реализации каких-либо действий, а также достаточности его собственных знаний, умений, навыков, наличия необходимых ресурсов и возможностей [Богатырева, Широкова, 2017а; 2017б; Veciana, Aronte, Urbano, 2005]. Иными словами, данный элемент формируется в результате комплексной оценки индивидом осуществимости задуманного. Воспринимаемый поведенческий контроль часто связывают с понятием самоэффективности (self-efficacy), которое также характеризует восприятие индивидом своих способностей справиться с определенными задачами. Чем выше эта оценка, тем больше вероятность формирования намерений осуществить соответствующие действия.

С учетом вышеизложенного базовая гипотеза данного исследования, основывающаяся на ключевых положениях теории запланированного поведения, может быть сформулирована следующим образом.

Гипотеза H1. Позитивное отношение к предпринимательству (H1a), субъективные нормы (H1b) и воспринимаемый поведенческий контроль (H1c) положительно связаны с формированием предпринимательских намерений индивида.

Как отмечалось, «темная триада» личности может оказать влияние на формирование предпринимательских намерений. Однако предыдущие исследования показали, что не все черты триады напрямую значимо связаны с намерениями индивида создать свой бизнес. В настоящей работе сделано предположение о том, что элементы теории запланированного поведения могут стать механизмами, опосредующими данную связь. Рассмотрим аргументы в пользу этого более подробно.

В рамках теории запланированного поведения отношение к предпринимательской деятельности включает собственные представления индивида относительно открытия своего дела, непосредственно связанные с личной оценкой желательности и привлекательности такой перспективы [Богатырева, Широкова, 2017а; Ajzen, Fishbein, 1980], которые могут быть подвержены влиянию черт «темной триады» личности. Например, люди с ярко выраженными проявлениями нарциссизма склонны искать постоянного восхищения и подтверждения собственной значимости со стороны окружающих [Wallace, Baumeister, 2002; Liu et al., 2019]. Предпринимательская деятельность может рассматриваться ими как средство самовыражения и удовлетворения потребности в укреплении своего превосходства, поскольку успешные предприниматели обладают высоким статусом в обществе и привлекают к себе повышенное внимание со стороны других [Wu et al., 2019]. Это, в свою очередь, способствует формированию позитивного отношения к предпринимательству среди людей-нарциссов.

Подобная логика может быть применима в отношении людей с проявлениями психопатии, поскольку для них также характерно чувство собственного превосходства над другими, которое может подпитываться через самовыражение в предпринимательской деятельности [Hunt et al., 2005; Hmieleski, Lerner, 2016]. Кроме того, посредством предпринимательства люди, характеризующиеся проявлениями психопатии, могут избежать необходимости подчиняться другим

или следовать правилам и нормам, принятым в организациях, предоставляющих работу по найму, что также немаловажно для носителей данной черты «темной триады» личности [Rindova, Barry, Ketchen, 2009]. Наконец, такие люди в своей профессиональной деятельности стремятся избежать рутинности и скуки [Nicolau et al., 2011], а предпринимательство, как правило, предполагает большее разнообразие, чем работа в качестве наемного специалиста. Следовательно, на основании указанных факторов можно предположить, что индивиды с проявлениями психопатии также будут склонны к формированию позитивного отношения к предпринимательству как карьерному выбору.

Что касается макиавеллизма, то характеризующиеся им индивиды придают большое значение материальным ценностям, деньгам и конкуренции [Zettler, Solga, 2013]. Предпринимательская деятельность может представляться им олицетворением этих ценностей, что благоприятно сказывается на формировании ее положительного образа. Этому также может способствовать стремление макиавеллистов к контролю и достижению высоких результатов [Wu et al., 2019], поскольку управление предпринимательским проектом предполагает необходимость такой ориентации. Кроме того, предпринимательство может рассматриваться людьми-макиавеллистами как путь приобрести более высокий статус в обществе, что имеет для них большую значимость [Dahling, Whitaker, Levy, 2008]. Вторую гипотезу исследования можно сформулировать следующим образом.

Гипотеза H2. Нарциссизм (H2a), макиавеллизм (H2b) и психопатия (H2c) положительно связаны с формированием позитивного отношения индивида к предпринимательской деятельности.

Как отмечалось, еще одним элементом теории запланированного поведения являются субъективные нормы. Применительно к предпринимательству они подразумевают представление человека о том, как окружающие люди воспримут его решение открыть собственный бизнес [Богатырева, Широкова, 2017а; Ajzen, 2012]. Эти представления также могут формироваться под влиянием различных черт личности индивида.

Так, люди, характеризующиеся высоким уровнем нарциссизма, постоянно ищут внимания и восхищения со стороны других [Hmieleski, Lerner, 2016]. Кроме того, они часто строят претенциозные планы и ожидают, что окружающие с готовностью примут их видение ситуации, идеи и взгляды [Hotchkiss, 2003]. Следовательно, рассматривая возможность начала предпринимательской деятельности, люди-нарциссы будут склонны предполагать, что окружающие поддержат любое их решение. Нарциссизм подразумевает веру индивида в собственные способности делать все лучше, чем остальные [Mathieu, St-Jean, 2013]. Это влечет за собой убеждение, согласно которому другие должны воспринимать нарцисса аналогичным образом.

Индивиды с проявлениями психопатии часто демонстрируют отсутствие аффективной эмпатии [Hmieleski, Lerner, 2016], что может мешать им объективно оценивать чувства, эмоции и миропонимание других. В совокупности с представ-

лениями о своем превосходстве это вероятнее всего приведет к формированию склонности положительно оценивать отношение окружающих к собственным идеям и планам начать предпринимательскую деятельность, даже если это не соответствует действительности.

Индивиды-макиавеллисты выражают готовность прикладывать большие усилия для поддержания собственного позитивного имиджа в глазах окружающих [Yuayı, Obeki, 2018]. Они также обладают хорошо развитой способностью убеждать других [Do, Dadvari, 2017]. Принимая во внимание отмеченное, можно сформулировать третью гипотезу исследования.

Гипотеза НЗ. Нарциссизм (НЗa), макиавеллизм (НЗb) и психопатия (НЗc) положительно связаны с формированием позитивных субъективных норм, касающихся вовлечения индивида в предпринимательскую деятельность.

Еще один фактор формирования предпринимательских намерений — воспринимаемый поведенческий контроль — также подвержен влиянию психологических особенностей индивида. В контексте предпринимательской деятельности он подразумевает оценку индивидом осуществимости идеи начать новый бизнес, в первую очередь с точки зрения его собственных умений, навыков и ресурсов [Zampetakis et al., 2015], которая может зависеть от наличия или отсутствия у индивида черт «темной триады» личности. В частности, как отмечалось в [Campbell et al., 2011; Brookes, 2015], люди с проявлениями нарциссизма склонны высоко оценивать свои способности по сравнению со способностями других индивидов. Такой подход, скорее всего, будет экстраполирован и на предпринимательскую деятельность, что приведет к более высокому уровню воспринимаемого контроля в предпринимательском процессе и простимулирует становление намерений создать собственный бизнес [Liu et al., 2019]. Кроме того, люди-нарциссы часто бывают харизматичны, что помогает им склонять других в пользу своих идей и планов. Они также отличаются хорошими способностями по привлечению ресурсов [O'Reilly et al., 2014; Hmieleski, Lerner, 2016]. Наличие этих особенностей может быть полезно в предпринимательской деятельности и, следовательно, будет содействовать развитию более высокого уровня воспринимаемого поведенческого контроля в ее отношении.

Индивиды с проявлением психопатии также нередко характеризуются чрезмерной уверенностью в себе, что может содействовать формированию у них позитивной оценки своих способностей начать и успешно вести собственное дело. Такие люди часто чувствуют себя комфортно в условиях неопределенности и могут эффективно действовать в стрессовых ситуациях [Dutton, 2012]. Их отличает способность «читать» других людей, что в контексте предпринимательской деятельности может помочь при поиске и оценке прибыльных возможностей для бизнеса [Humphrey, 2013]. Кроме того, они менее подвержены страху провала [Hmieleski, Lerner, 2016; Morgan, Sisak, 2016]. Эти черты могут создать прочную основу для укрепления воспринимаемого поведенческого контроля в отношении предпринимательской деятельности среди индивидов с признаками психопатии.

Наконец, люди с проявлениями макиавеллизма часто склонны к манипулированию другими [Jakobwitz, Egan, 2006], что приводит к формированию более обостренного чувства контроля. Вместе с тем их ярко выраженная ориентация на результат и достижение поставленных целей любой ценой ведет к развитию уверенности в себе [Do, Dadvari, 2017]. Это стимулирует их самостоятельно преодолевать возникающие препятствия и полностью погружаться в процесс решения проблем, что позволяет развивать широкий набор навыков, которые могут быть полезны в предпринимательской деятельности [Wu et al., 2019]. Вероятно, указанные особенности индивидов-макиавеллистов будут способствовать формированию воспринимаемого поведенческого контроля в отношении предпринимательской деятельности. Можно сформулировать четвертую гипотезу исследования.

Гипотеза Н4. Нарциссизм (Н4а), макиавеллизм (Н4б) и психопатия (Н4с) положительно связаны с формированием воспринимаемого поведенческого контроля индивида в процессе принятия им решения о вовлечении в предпринимательскую деятельность. Теоретическая модель исследования представлена на рис. 1.

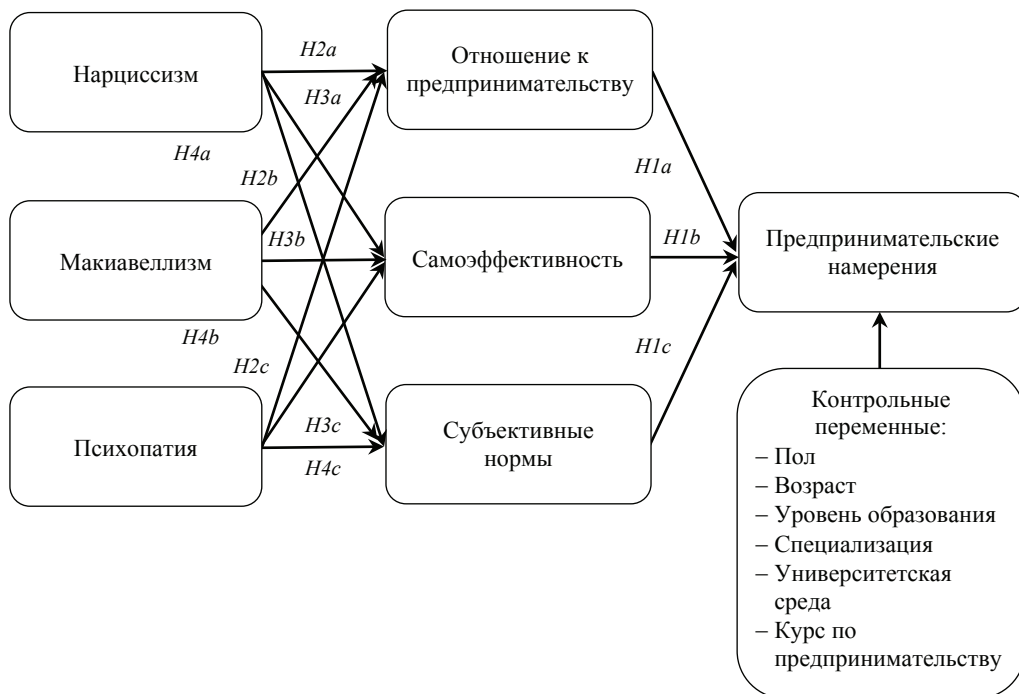


Рис. 1. Теоретическая модель исследования

Разработанная модель и гипотезы исследования отражают предположение о наличии непрямой связи черт «темной триады» личности и предпринимательских намерений через механизмы, сформулированные в рамках теории запланированного поведения.

МЕТОДОЛОГИЯ ИССЛЕДОВАНИЯ

Выборка. Теоретическая модель и гипотезы исследования тестировались на основе данных, собранных в период с сентября 2020 г. по февраль 2021 г. С этой целью был проведен опрос студентов и выпускников российских вузов². Ссылка на опрос отправлялась по контактам, полученным от учебных отделов соответствующих вузов. Респонденты были разделены на две группы — тех, кто имел, и тех, кто не имел действующего бизнеса на момент проведения опроса. В выборку не вошли активные предприниматели, т. е. респонденты, которые уже реализовывали собственный предпринимательский проект, что могло повлиять на уровень их предпринимательских намерений. После исключения пропущенных значений переменных финальная выборка состояла из 191 респондента из 13 вузов России. Использование студенческих данных в качестве выборки успешно апробировано в предыдущих исследованиях, посвященных предпринимательским намерениям [Беляева, Ласковая, Широкова, 2016; Lopez, Alvarez, 2019].

Измерение переменных. *Зависимая переменная.* В качестве зависимой переменной в настоящем исследовании используется показатель предпринимательских намерений студентов. Намерения измерялись по 7-балльной шкале Лайкерта с помощью шести утверждений (например: «Я готов(а) сделать все что угодно, чтобы стать предпринимателем»), разработанных в [Liñán, Chen, 2009]. Студентам предлагалось выразить степень своего согласия с утверждениями, приведенными в табл. 1. Итоговое значение данной переменной, как и других, измеренных с помощью шкал, рассчитывалось как *среднее арифметическое по вопросам шкалы*.

Независимые переменные. Операционализация психологических черт «темной триады» личности основана на субъективной оценке респондентами соответствующих утверждений, позволяющих оценить степень выраженности нарциссизма, макиавеллизма и психопатии. Оценка проводилась на основе шкалы, разработанной в [Jonason, Webster, 2010], каждая характеристика измерялась по 7-балльной шкале Лайкерта с помощью четырех утверждений (например: «Я хочу, чтобы другие обращали на меня внимание» — нарциссизм), с которыми респонденты выражали степень своего согласия.

Для измерения переменных модели, выступающих медиаторами, использовались устоявшиеся в литературе шкалы, оценка каждой переменной проводилась по 7-балльной шкале Лайкерта. *Отношение к предпринимательству* опре-

² В опросе приняли участие студенты из следующих российских вузов: Санкт-Петербургский государственный университет, Национальный исследовательский университет «Высшая школа экономики» (Москва, Санкт-Петербург, Пермь), Санкт-Петербургский национальный исследовательский университет информационных технологий, механики и оптики, Санкт-Петербургский политехнический университет Петра Великого, Балтийский государственный технический университет «ВОЕНМЕХ» им. Д. Ф. Устинова, Псковский государственный университет, Российская академия народного хозяйства и государственной службы при Президенте Российской Федерации, Санкт-Петербургский государственный электротехнический университет «ЛЭТИ» им. В. И. Ульянова (Ленина), Московский государственный институт международных отношений, Дагестанский государственный университет народного хозяйства.

делялось с помощью пяти утверждений из [Liñán, Chen, 2009], которые были усреднены для включения переменной в модель (например: «Работа в качестве предпринимателя, в моем понимании, несет в себе больше преимуществ, чем недостатков»). Респондентам нужно было указать, насколько они согласны с приведенными высказываниями.

Субъективная норма оценивалась как восприятие реакции окружающих — семьи, друзей и сокурсников — на выбор студентами карьеры предпринимателя по шкале от 1 («крайне отрицательно») до 7 («крайне положительно») [Liñán, Chen, 2009]. Итоговое значение по этой переменной также включено в модель как среднее арифметическое. Воспринимаемый поведенческий контроль операционализирован через оценку участниками опроса уровня своих компетенций при выполнении ряда задач (например, «Создавать новые продукты и услуги») по шкале от 1 («очень низкие компетенции») до 7 («очень высокие компетенции») (табл. 1).

Контрольные переменные. В ряде предыдущих исследований доказано, что на предпринимательские намерения оказывают влияние некоторые факторы индивидуального уровня: возраст, пол, уровень образования и опыт обучения на курсах по предпринимательству [Carter et al., 2003; Laspita et al., 2012]. Кроме того, проявления черт «темной триады» могут отличаться в зависимости от возраста и пола индивида [Егорова, Паршикова, Ситникова, 2015; Егорова и др., 2015]. Указанные факторы были добавлены в теоретическую модель в качестве контрольных переменных. Пол респондента (0 — «мужчина», 1 — «женщина»), возраст, уровень образования (1 — «бакалавриат», 0 — «другое»), специализация (1 — «бизнес и менеджмент», 0 — «другие») и обучение на курсах по предпринимательству (0 — «были курс(ы) по предпринимательству»; 1 — «не было курса по предпринимательству») измерялись как бинарные переменные. Также была добавлена переменная, отражающая респондента (0 — «студент», 1 — «выпускник»). Возраст измерялся количеством лет с момента рождения. Дополнительно была включена контрольная переменная оценки университетской среды с точки зрения способствования развитию предпринимательства. Она измерялась по 7-балльной шкале Лайкерта с помощью трех утверждений (например: «Атмосфера в моем вузе вдохновляет меня на развитие идей для нового бизнеса») [Franke, Lüthje, 2004]. Все переменные исследования, измеренные на основе шкал субъективной оценки, показали приемлемые уровни надежности (коэффициент альфа Кронбаха) (табл. 1).

Таблица 1. Надежность шкал исследования

Утверждение	Коэффициент альфа Кронбаха
1	2
Нарциссизм	0,73

Продолжение табл. 1

1	2
Я хочу, чтобы другие восхищались мной	
Я хочу, чтобы другие обращали на меня внимание	
Я склонен(на) ожидать от других особых одолжений	
Я ищу престижа или статуса	
<i>Макиавеллизм</i>	0,84
Я обманывал(а) или лгал(а), чтобы получить желаемое	
Я склонен(на) к манипулированию другими, чтобы получить желаемое	
Я льстил(а), чтобы получить желаемое	
Я склонен(на) использовать других в своих целях	
<i>Психопатия</i>	0,75
Я не склонен(на) к раскаянию	
Я бываю бессердечным или нечувствительным	
Я не задумываюсь о моральной стороне своих действий	
Я склонен(на) быть циничным(ой)	
<i>Отношение к предпринимательству</i>	0,94
Работа в качестве предпринимателя, в моем понимании, несет в себе больше преимуществ, чем недостатков	
Карьера предпринимателя привлекательна для меня	
Если бы у меня были возможности и ресурсы, я стал(а) бы предпринимателем	
Работа в качестве предпринимателя принесла бы мне большее чувство удовлетворения	
Среди всех возможных вариантов я предпочел(ла) бы стать предпринимателем	
<i>Субъективные нормы (Если бы вы выбрали карьеру предпринимателя, как отреагировали бы люди в вашем окружении?)</i>	0,82
Ваша семья	
Ваши друзья	
Ваши сокурсники	

Окончание табл. 1

1	2
<i>Воспринимаемый поведенческий контроль</i>	0,89
Выявлять новые возможности для бизнеса	
Создавать новые продукты и услуги	
Управлять инновациями внутри фирмы	
Быть лидером, «мастером общения»	
Выстраивать профессиональную сеть	
Коммерциализировать новую идею или разработку	
Успешно управлять бизнесом	
<i>Университетская среда</i>	0,83
Атмосфера в моем вузе вдохновляет меня на развитие идей для нового бизнеса	
В моем вузе благоприятный климат для того, чтобы стать предпринимателем	
В моем вузе поощряется вовлечение студентов в предпринимательскую деятельность	
<i>Предпринимательские намерения</i>	0,97
Я готов(а) сделать все что угодно, чтобы стать предпринимателем	
Моя профессиональная цель — стать предпринимателем	
Я готов(а) предпринять все необходимые усилия для начала своего дела и управления своей собственной фирмой	
Я решительно настроен(а) на создание своей фирмы в будущем	
Я серьезно обдумываю возможность начала своего бизнеса	
У меня есть серьезное намерение однажды начать свое дело	

Показатели альфа Кронбаха для нарциссизма, макиавеллизма и психопатии свидетельствуют о надежности применяемого опросника. Кроме того, они сопоставимы с результатами исследований составляющих «темной триады» в российском контексте. Например, в [Егорова, Ситникова, Паршикова, 2015] были получены показатели коэффициента альфа Кронбаха на уровне 0,74 для нарциссизма, 0,72 для макиавеллизма и 0,7 для психопатии, а в данном исследовании соответственно — 0,73, 0,84 и 0,75.

Дополнительно проводился факторный анализ переменных «темной триады» (табл. 2) с целью проверки шкалы на содержательную валидность в новом контексте — на выборке студентов и выпускников российских вузов.

Таблица 2. Факторный анализ шкалы «темной триады» личности

Утверждение	Факторная нагрузка		
	Психопатия	Нарциссизм	Макиавеллизм
Я хочу, чтобы другие восхищались мной	0,006	0,771	-0,102
Я хочу, чтобы другие обращали на меня внимание	0,004	0,774	-0,058
Я склонен(на) ожидать от других особых одолжений	0,195	0,368	0,149
Я ищу престижа или статуса	0,324	0,603	0,004
Я обманывал(а) или лгал(а), чтобы получить желаемое	0,114	-0,058	0,523
Я склонен(на) к манипулированию другими, чтобы получить желаемое	0,334	-0,159	0,599
Я льстил(а), чтобы получить желаемое	0,443	-0,065	0,621
Я склонен(на) использовать других в своих целях	0,343	-0,060	0,527
Я не склонен(на) к раскаянию	0,689	-0,065	0,154
Я бываю бесщедрым или нечувствительным	0,805	0,118	0,215
Я не задумываюсь о моральной стороне своих действий	0,677	0,054	0,092
Я склонен(на) быть циничным(ой)	0,729	0,118	0,294

Примечание: полужирным шрифтом выделены наиболее высокие значения факторных нагрузок по соответствующей переменной.

Факторный анализ с использованием ротации Варимакс показал, что шкала достаточно четко распадется на три фактора, что подтверждает результаты предыдущих исследований данной концепции на российской выборке респондентов [Егорова, Ситникова, Паршикова, 2015]. Таким образом, подтвердилось, что используемые для измерения переменных исследования шкалы надежны и валидны.

Описательная статистика и корреляция переменных. Описательная статистика и корреляционная матрица представлены в табл. 3 и 4.

Таблица 3. Описательная статистика, $N = 191$

Переменная	Среднее значение	Стандартное отклонение	Минимальное значение	Максимальное значение
<i>Зависимая переменная</i>				
Предпринимательские намерения	4,15	1,86	1	7
<i>Контрольные переменные</i>				
Возраст	21,42	3,13	17	40
Пол	–	–	0	1
Бакалавриат	–	–	0	1
Статус	–	–	0	1
Специализация	–	–	0	1
Обучение на курсах по предпринимательству	–	–	0	1
Университетская среда	5,37	1,24	1	7
<i>Независимые переменные</i>				
Нарциссизм	4,66	1,2	1	7
Макиавеллизм	3,53	1,53	1	7
Психопатия	3,08	1,22	1	7
Отношение к предпринимательству	4,76	1,58	1	7
Субъективные нормы	5,47	1,29	1	7
Воспринимаемый поведенческий контроль	4,69	1,16	1	7

Средний возраст участников опроса составил 21 год. Из них 63% — женщины, около 47% учатся на программах уровня бакалавриата, 19% — выпускники и 69% — студенты специализации «Бизнес и менеджмент». Почти 50% респондентов во время обучения в университете посещали курсы по предпринимательству.

Таблица 4. Корреляционная матрица, N = 191

1	Предпринимательские намерения	1,00																	
2	Возраст	-0,101	1,00																
3	Пол	-0,047	-0,116	1,00															
4	Уровень образования	0,194**	-0,658***	-0,087	1,00														
5	Специализация	0,018	-0,181**	0,032	0,199*	1,00													
6	Статус	-0,188**	0,285***	0,015	-0,463***	-0,389***	1,00												
7	Обучение на курсах по предпринимательству	-0,096	-0,243***	-0,008	0,208**	-0,063		1,00											
8	Университетская среда	0,204**	-0,187**		0,126*	0,218**	-0,304***	0,024	1,00										
9	Нарциссизм	0,188**	-0,024	0,217**	-0,058	-0,052	-0,047	0,103	0,21**	1,00									
10	Макиавеллизм	-0,033	0,076	-0,104	-0,057	0,009	-0,018	-0,122	0,010	0,222**	1,00								
11	Психопатия	-0,113	0,067	-0,113	-0,02	0,093	0,132*	-0,064	-0,039	-0,017	0,519***	1,00							
12	Отношение к предпринимательству	0,88***	-0,091	-0,071	0,16**	-0,028	-0,117	-0,082	0,139*	0,148**	-0,113	-0,18**	1,00						
13	Субъективные нормы	0,239***	-0,216**	0,016	0,229**	0,215**	-0,293***	-0,100	0,294***	0,033	-0,019	-0,142*	0,25***	1,00					
14	Восприимчивый поведенческий контроль	0,347***	-0,01	-0,074	0,14*	0,023	-0,105	-0,06	0,141*	0,144**	-0,064	-0,193**	0,322***	0,208**	1,00				

Примечание: *** — $p < 0,001$; ** — $p < 0,05$; * — $p < 0,1$.

Корреляционный анализ показал наибольшую силу связи — 0,88 — между предпринимательскими намерениями и отношением к предпринимательству.

Дополнительно были построены диаграммы распределения ответов респондентов по переменным «нарциссизм», «психопатия» и «макиавеллизм» для определения количества респондентов, обладающих достаточно высоким уровнем развития личностных черт «темной триады» (рис. 2).

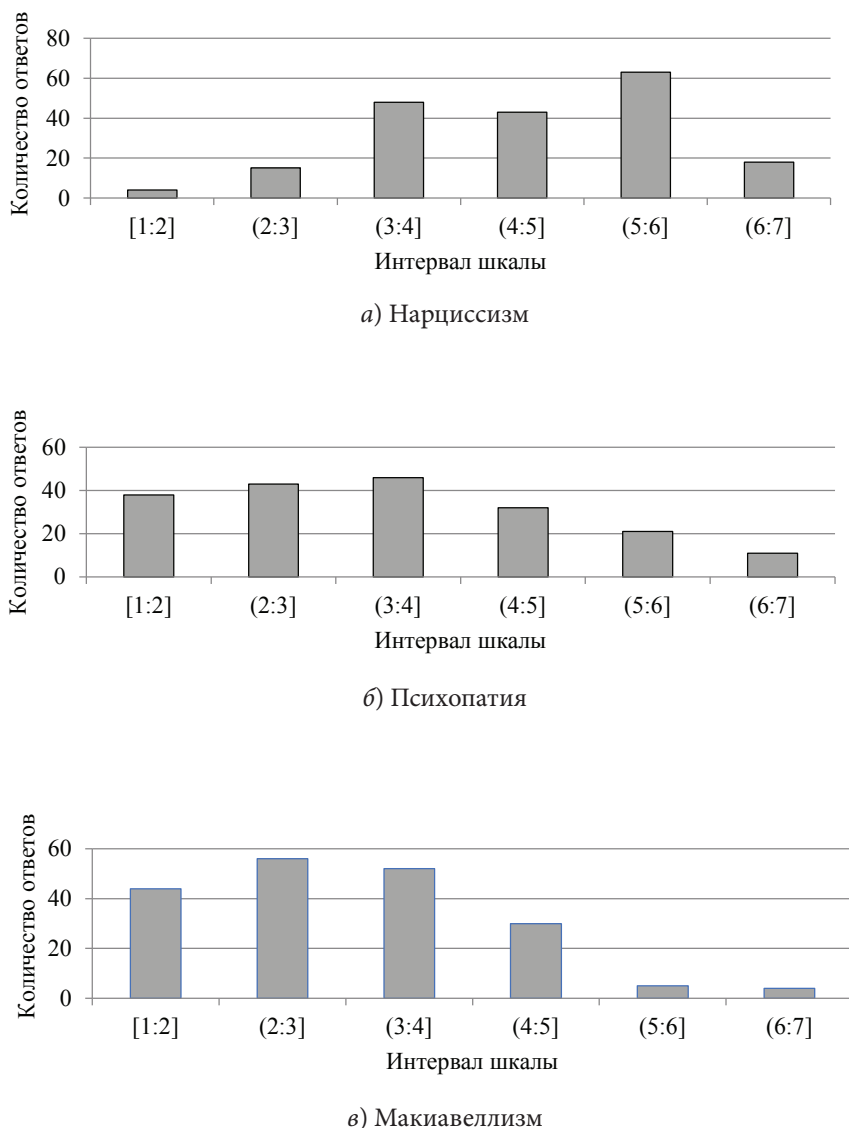


Рис. 2. Плотность распределения ответов респондентов по переменным «темной триады»

Итак, большинство оценок по переменной «нарциссизм» находятся в диапазоне от 4 до 6, тогда как оценки по психопатии — от 2 до 4, а макиавеллизма — в диапазоне от 2 до 5. При включении всех переменных в одну регрессионную модель среднее значение фактора инфляции дисперсии (variance inflation factor) составило 1,49. Это свидетельствует об отсутствии проблемы мультиколлинеарности, поскольку значение не превышает пороговый уровень 10 [O'Brien, 2007].

РЕЗУЛЬТАТЫ ЭМПИРИЧЕСКОГО АНАЛИЗА

Тестирование гипотез исследования. Эмпирический анализ теоретической модели исследования был выполнен с использованием линейной регрессии (OLS). При анализе данных использованы надежные оценки стандартных ошибок в моделях³. Оценка прямых связей между переменными исследования отражена в ряде моделей: контрольные переменные (модель 1), психологические черты «темной триады» личности (модель 2) и прямые эффекты отношения к предпринимательству, субъективных норм и воспринимаемого поведенческого контроля (модель 3). Отдельно представлены результаты оценки прямых связей между чертами «темной триады» личности (нарциссизм, макиавеллизм и психопатия) и медиаторами (модели 4–6). Все модели значимы на уровне $p < 0,05$. Результаты проверки гипотез с помощью регрессионного анализа представлены в табл. 5.

Таблица 5. Результаты регрессионного анализа, $N = 191$

Переменная	Модель 1 ^a	Модель 2 ^a	Модель 3 ^a	Модель 4 ^b	Модель 5 ^b	Модель 6 ^b
1	2	3	4	5	6	7
<i>Контрольные переменные</i>						
Возраст	0,011 (0,053)	0,017 (0,052)	0,010 (0,032)	-0,000 (0,038)	-0,042 (0,043)	0,056* (0,029)
Пол	-0,268 (0,278)	-0,474 (0,289)	0,050 (0,152)	-0,497* (0,257)	-0,143 (0,195)	-0,312* (0,186)
Уровень образования	0,688* (0,399)	0,789* (0,401)	0,162 (0,216)	0,575* (0,326)	0,241 (0,263)	0,600** (0,218)
Специализация	-0,495* (0,283)	-0,376 (0,282)	-0,022 (0,158)	-0,347 (0,245)	0,220 (0,235)	0,000 (0,190)
Статус	-0,488 (0,386)	-0,360 (0,397)	-0,306 (0,240)	-0,079 (0,350)	-0,354 (0,306)	0,130 (0,237)

³ Использовалась опция Robust для функции Regress в аналитическом пакете данных STATA.

1	2	3	4	5	6	7
Обучение на курсах по предпринимательству	-0,601** (0,276)	-0,722** (0,280)	-0,125 (0,136)	-0,584** (0,236)	-0,383** (0,192)	-0,260 (0,178)
Университетская среда	0,299** (0,118)	0,246** (0,118)	0,082 (0,065)	0,159 (0,100)	0,230** (0,085)	0,128* (0,075)
<i>Независимые переменные</i>						
Нарциссизм		0,342** (0,114)	0,057 (0,062)	0,268** (0,099)	0,003 (0,076)	0,172* (0,091)
Макиавеллизм		-0,092 (0,103)	0,039 (0,050)	-0,129 (0,090)	0,039 (0,066)	-0,016 (0,071)
Психопатия		-0,104 (0,131)	0,066 (0,063)	-0,156 (0,114)	-0,165* (0,087)	-0,195** (0,080)
Отношение к предпринимательству			0,999*** (0,042)			
Субъективные нормы			-0,035 (0,058)			
Воспринимаемый поведенческий контроль			0,101 (0,071)			
<i>Const</i>	2,912* (1,586)	2,153 (1,641)	-2,129** (1,049)	4,207** (1,260)	5,586*** (1,226)	2,691** (0,053)
R^2	0,11	0,16	0,8	0,14	0,19	0,13

Примечания: ^a — зависимая переменная «предпринимательские намерения»; ^b — независимые переменные: «отношение к предпринимательству» (модель 4), «субъективные нормы» (модель 5) и «воспринимаемый поведенческий контроль» (модель 6); *** — $p < 0,001$; ** — $p < 0,05$; * — $p < 0,1$; все модели статистически значимы. В скобках указаны значения стандартных ошибок.

Гипотеза $H1$, предполагающая наличие положительной связи между отношением к предпринимательству, субъективными нормами, воспринимаемым поведенческим контролем и предпринимательскими намерениями студентов, получила частичное подтверждение ($H1a$). Подтвердилась положительная значимая

связь между отношением к предпринимательству и предпринимательскими намерениями ($b = 0,999, p < 0,001$). Гипотезы $H1b$ и $H1c$ не получили подтверждения, показав незначимую связь между субъективными нормами и предпринимательскими намерениями и воспринимаемым поведенческим контролем (самоэффективностью) и предпринимательскими намерениями.

Во второй группе гипотез, предполагающих положительную связь между тремя психологическими чертами (нарциссизм, макиавеллизм и психопатия) и отношением к предпринимательству, подтверждение получила только гипотеза $H2a$ о положительной связи нарциссизма с отношением к предпринимательству ($b = 0,268, p < 0,05$). Связь макиавеллизма и психопатии с отношением к предпринимательству оказалась незначимой.

Гипотеза $H3$, предполагающая положительную связь между тремя психологическими чертами (нарциссизм, макиавеллизм и психопатия) и субъективными нормами, касающимися вовлечения индивида в предпринимательство, получила опровержение в части гипотезы $H3c$, поскольку результаты показали отрицательную связь между психопатией и субъективными нормами ($b = -0,165, p < 0,1$). Гипотезы $H3a$ и $H3b$ не получили подтверждения, так как связь между нарциссизмом и субъективными нормами, а также макиавеллизмом и субъективными нормами оказалась незначимой.

Гипотеза $H4$, предполагающая положительную связь между тремя психологическими чертами (нарциссизм, макиавеллизм и психопатия) и воспринимаемым поведенческим контролем, получила частичное подтверждение по гипотезам $H4a$ и $H4c$. Результаты анализа подтвердили положительную маргинальную связь между нарциссизмом и воспринимаемым поведенческим контролем ($b = 0,172, p < 0,1$), тогда как эффект психопатии оказался отрицательным в противоположность выдвинутой гипотезе ($b = -0,195, p < 0,05$). Макиавеллизм не показал значимой связи с воспринимаемым поведенческим контролем.

Тестирование медиации. Для оценки медиационных связей (непрямых эффектов) между переменными был использован инструмент — макрос PROCESS⁴ для пакета анализа данных SPSS [Hayes, 2017], который широко применяется в социальных науках и специально разработан для оценки прямых и косвенных эффектов в моделях с несколькими переменными-медиаторами. Оценка медиационных эффектов проводилась с помощью метода бутстрэппинга (bootstrapping) с целью одновременного тестирования косвенных эффектов независимых переменных на зависимую переменную через все медиаторы. Данный метод также повышает надежность результатов анализа путем многократного тестирования медиационных связей в рамках заданных доверительных интервалов [Preacher, Hayes, 2008]. Для оценки медиационной роли отношения к предпринимательству, субъективных норм и воспринимаемого поведенческого контроля в связи между

⁴ The PROCESS macro for SPSS, SAS, and R. URL: <https://www.processmacro.org/index.html> (дата обращения: 17.12.2020).

«темной триадой» и предпринимательскими намерениями индивида использован бутстрэппинг с 5 000 итераций и 95%-ми доверительными интервалами. Результаты анализа медиации представлены в табл. 6.

Таблица 6. Тестирование медиационных эффектов

Независимая переменная	Результаты бутстрэппинга (непрямые эффекты)				Прямой эффект независимой переменной на зависимую	Эффект независимой переменной на медиатор	Прямой эффект после добавления медиаторов ^a	Наличие медиации
	Среднее значение	Стандартная ошибка	LL: 95% CI	UL: 95% CI				
<i>Медиатор — отношение к предпринимательству</i>								
Нарциссизм	0,2152	0,1000	0,0078	0,4012	0,3065**	0,2181**	0,0784 (n. s.)	+
Макиавеллизм	-0,1413	0,0793	-0,3000	0,0113	-0,0680 (n. s.)	-0,1408*	0,0785*	-
Психопатия	-0,2349	0,0986	-0,4256	-0,0396	-0,1548 (n. s.)	-0,2341**	0,0976*	+
<i>Медиатор — субъективные нормы</i>								
Нарциссизм	-0,0004	0,0053	-0,0140	0,0103	0,3065**	0,0103 (n. s.)	0,0784 (n. s.)	-
Макиавеллизм	0,0013	0,0046	-0,0073	0,0121	-0,0680 (n. s.)	-0,0294 (n. s.)	0,0785*	-
Психопатия	0,0048	0,0096	-0,0153	0,0244	-0,1548 (n. s.)	-0,1389*	0,0976*	-
<i>Медиатор — воспринимаемый поведенческий контроль (самоэффективность)</i>								
Нарциссизм	0,0134	0,0152	-0,0071	0,0507	0,3065**	0,1589**	0,0784 (n. s.)	-
Макиавеллизм	-0,0064	0,0084	-0,0262	0,0063	-0,0680 (n. s.)	-0,0639 (n. s.)	0,0785*	-
Психопатия	-0,0223	0,0179	-0,0648	0,0051	-0,1548 (n. s.)	-0,2004**	0,0976*	-

Примечания: проведено 5 000 итераций; ^a — указан прямой эффект независимой переменной на зависимую при одновременном добавлении в модель трех медиаторов; CI — доверительный интервал; LL — нижний уровень; UL — верхний уровень; n. s. — незначимый эффект; *** — $p < 0,001$; ** — $p < 0,05$; * — $p < 0,1$.

Непрямые эффекты независимых переменных на предпринимательские намерения оказались значимыми для одного медиатора (отношение к предпринимательству) на 95%-м уровне доверительных интервалов. Не было выявлено значимой медиации для всех независимых переменных через субъективные нормы, касающиеся вовлечения индивидов в предпринимательскую деятельность, равно как и через воспринимаемый поведенческий контроль.

Для нарциссизма обнаружена медиация через отношение к предпринимательству, причем почти 95% эффекта нарциссизма на предпринимательские намерения обусловлено этим фактором (общий непрямой эффект составил 0,2281). В то же время для психопатии также выявлена медиация через отношение к предпринимательству. Интересно, что прямой эффект психопатии на предпринимательские намерения становится значимым при добавлении в модель всех трех медиаторов, а отношение к предпринимательству обуславливает 93% этого эффекта.

Таким образом, отношение к предпринимательству частично опосредуют эффекты психологических черт «темной триады» на предпринимательские намерения индивидов.

РЕЗУЛЬТАТЫ ИССЛЕДОВАНИЯ

Предприниматель является ключевой фигурой процесса создания и развития новой фирмы [Caliendo, Kritikos, 2011; De Nisi, 2015]. В работах по изучению предпринимательства уделяется значительное внимание роли личности индивида в предпринимательском процессе [Широкова, Кнатъко, 2008; Гаджиева, Ханова, 2011; Ропотан, 2012]. Данное исследование посвящено анализу роли черт «темной триады» личности в формировании предпринимательских намерений через отношение к предпринимательству, субъективные нормы и воспринимаемый поведенческий контроль.

В исследовании установлена положительная взаимосвязь отношения к предпринимательству с возникновением желания начать собственный бизнес. При этом субъективные нормы и воспринимаемый поведенческий контроль не продемонстрировали значимых эффектов. Такой результат лишь частично подтверждает основные постулаты теории запланированного поведения применительно к предпринимательству и может быть объяснен спецификой проанализированной выборки, в которую вошли студенты и молодые выпускники российских вузов. Так, для представителей этой выборки в первую очередь может быть важно собственное самоопределение и восприятие предпринимательства в качестве привлекательного карьерного выбора. Факторы, связанные с мнением окружения и оценкой достаточности собственных знаний и навыков, могут терять значимость на этом фоне. Однако не исключено, что они вступают в силу на более позднем этапе при реализации перехода от намерений к действиям по созданию бизнеса [Богатырева, Широкова, 2017а; 2017б; Kautonen, Van Gelderen, Fink, 2015; Bogatyreva et al., 2019].

Среди черт «темной триады» личности явным фактором формирования основы развития склонности к предпринимательской деятельности стал нарциссизм, показав значимую связь с отношением к предпринимательству и воспринимаемым поведенческим контролем. Такой результат может быть связан с определенными особенностями нарциссизма как психологической характеристики. В частности, отмечается, что нарциссизм включает в себя как когнитивный компонент, связанный с верой нарциссов в собственное превосходство над другими, так и нередко преобладающий мотивационный аспект, подразумевающий постоянную необходимость находить такому превосходству подтверждение [Liu et al., 2019]. Стремление начать предпринимательскую деятельность может стать для индивида со склонностью к нарциссизму одним из способов поддержать такую мотивацию и выделиться среди окружающих. Кроме того, установлено, что именно нарциссизм имеет много общего с некоторыми чертами «большой пятерки», в частности с такими традиционно ассоциируемыми с предпринимательством характеристиками, как сильная экстраверсия, открытость новому опыту и низкий уровень невротизма [Mathieu, St-Jean, 2013]. Исходя из этого, можно сделать вывод о том, что значимая роль нарциссизма в становлении потенциальных факторов формирования готовности индивида вовлекаться в предпринимательский процесс обоснована спецификой именно этой черты «темной триады» личности.

Вопреки выдвинутым гипотезам, данное исследование показало отрицательную связь психопатии с субъективными нормами и воспринимаемым поведенческим контролем. Такие результаты означают, что люди с высоким уровнем психопатии склонны менее позитивно оценивать возможную реакцию окружающих на их решение стать предпринимателем. Кроме того, процесс открытия собственного бизнеса видится им более сложным, а собственные знания и навыки — недостаточными. Неготовность дать позитивную оценку возможной реакции внешнего окружения может быть вызвана тем, что индивиды, характеризующиеся высоким уровнем психопатии, часто не способны выстраивать доверительные отношения с другими, проявлять лояльность и эмпатию [McLarty, Holt, 2019]. Такая асоциальная позиция может формировать склонность негативно оценивать отношение окружающих людей к любым решениям, принимаемым этими индивидами. В том, что касается оценки собственных знаний, умений и навыков, полученный вывод выглядит неожиданным, поскольку в существующей литературе традиционно отмечается, что люди с проявлениями психопатии достаточно высоко оценивают собственную самооффективность [Hmieleski, Lerner, 2016]. Одновременно с этим имеются свидетельства того, что их фактическая деятельность часто характеризуется неспособностью ставить перед собой реалистичные цели, неготовностью брать на себя ответственность за предпринятые действия и легкомыслием [Pastwa-Wojciechowska, KaŹmierczak, Błażek, 2012]. Это может свидетельствовать о том, что воспринимаемая самооффективность является защитным механизмом, необходимым для поддержания более высокой самооценки таких индивидов. В контексте проведенного опроса этот защитный механизм не сработал.

В процессе исследования установлено, что отношение к предпринимательству выступает медиатором связи между чертами «темной триады» личности и предпринимательскими намерениями. В частности, результаты анализа показали, что влияние нарциссизма и психопатии на готовность начать собственный бизнес осуществляется именно через формирование соответствующего отношения к предпринимательству. Это еще раз подчеркивает выявленную ключевую роль данного элемента теории запланированного поведения в развитии предпринимательских намерений.

Интересно, что ни на одном из этапов исследования не удалось выявить значимых эффектов со стороны макиавеллизма на элементы теории запланированного поведения или предпринимательские намерения. Макиавеллизм прежде всего означает стремление управлять другими [Chandler et al., 2021]. Поскольку предпринимательская деятельность на ранних этапах не всегда подразумевает возможность управления большой командой, можно предположить, что студенты и выпускники с проявлениями черт макиавеллизма будут в большей степени отдавать предпочтение выбору карьеры менеджера с функциями управления людьми.

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

Данное исследование вносит вклад в развитие теории черт личности в контексте предпринимательства, показывая роль негативно воспринимаемых психологических характеристик индивида в предпринимательском процессе. Кроме того, в работе уточняется теория запланированного поведения в части определения возможных факторов формирования отношения к предпринимательству, субъективных норм и воспринимаемого поведенческого контроля. Полученные результаты могут быть использованы при разработке программ обучения предпринимательству, а также курсов и тренингов по психологии предпринимательства.

Результаты настоящего исследования должны рассматриваться в контексте имеющихся ограничений. В частности, оно было проведено на выборке, состоящей из студентов и недавних выпускников. Важность рассмотрения феномена студенческого предпринимательства подчеркивается авторами целого ряда работ (см., напр.: [Рубин, Леднев, Можжухин, 2019; Рубин и др., 2020; Bergman, Hundt, Sternberg, 2016; Bogatyreva et al., 2019; Hahn, 2020]), вместе с тем основой дальнейшего изучения роли «темной триады» личности в формировании предпринимательских намерений могут стать выборки из других категорий респондентов: взрослого трудоспособного населения в целом или представителей более старших возрастных групп в частности, поскольку проявления черт «темной триады» с возрастом могут меняться [Егорова и др., 2015]. Кроме того, уровень выраженности темных черт личности респондентов данного исследования различается для нарциссизма, психопатии и макиавеллизма. Меньшее количество респондентов с высокими уровнями психопатии и макиавеллизма могло повлиять на полученные результаты. Таким образом, при дальнейшем анализе необходимо обратить

внимание на равномерность распределения в исследуемой выборке респондентов с различными личностными особенностями.

Наряду с «темной триадой» личности, исследования могут фокусироваться на изучении роли других психологических черт и когнитивных состояний, которые обычно рассматриваются как девиантные, но в контексте предпринимательской деятельности могут оказаться значимыми. К таким характеристикам можно отнести синдром дефицита внимания и гиперактивности, социальную девиацию, импульсивность, чрезмерную самоуверенность и др. [Wiklund et al., 2017]. Индивиды, обладающие данными чертами, могут проявлять себя с разных сторон как в процессе развития предпринимательских намерений, так и на этапе перехода от намерений к действиям по созданию бизнеса.

Еще одно направление будущих исследований в рассматриваемой области — изучение влияния психологических особенностей предпринимателей на более поздних стадиях предпринимательского процесса, таких как управление растущей компанией или подготовка решения о выходе из бизнеса, поскольку психологический профиль предпринимателя может формировать когнитивные схемы принятия соответствующих решений.

Литература на русском языке

- Беляева Т. В., Ласковая А. К., Широкова Г. В. 2016. Обучение предпринимательству и формирование предпринимательских намерений студентов: роль национальной культуры. *Российский журнал менеджмента* 14 (1): 59–86.
- Богатырева К. А., Широкова Г. В. 2017а. Подходы к исследованию «разрыва» между намерениями и действиями в предпринимательстве. *Вестник Санкт-Петербургского университета: Менеджмент* 16 (3): 343–363.
- Богатырева К. А., Широкова Г. В. 2017б. От предпринимательских намерений — к созданию бизнеса: опыт российских студентов. *Форсайт* 11 (3): 25–36.
- Гаджиева С. Н., Ханова З. Г. 2011. Личность и деятельность предпринимателя в предметном поле психологических исследований. *Гуманизация образования* (3): 39–46.
- Егорова М. С., Паршикова О. В., Ситникова М. А. 2015. Половые различия по показателям Темной триады. *Психологические исследования* 8 (39): 12.
- Егорова М. С., Ситникова М. А. 2014. Темная триада. *Психологические исследования* 7 (38): 12.
- Егорова М. С., Ситникова М. А., Паршикова О. В. 2015. Адаптация Короткого опросника Темной триады. *Психологические исследования* 8 (43): 1.
- Егорова М. С., Ситникова М. А., Паршикова О. В., Черткова Ю. Д. 2015. Меняются ли показатели Темной триады с возрастом? *Психологические исследования* 8 (43): 4.
- Журавлев А. Л., Позняков В. П. 2012. *Социальная психология российского предпринимательства: Концепция психологических отношений*. М.: Изд-во Ин-та психологии РАН.
- Завьялова Е. К., Посохова С. Т. 2004. *Психология предпринимательства*. СПб.: Изд-во С. Петерб. ун-та.
- Задорожнюк И. Е. 1991. Инновационное предпринимательство (реферат книги «Руководство по экономической психологии»). *Социологические исследования* (3): 132–142.
- Китова Д. А., Дышеков Б. Н. 2011. Формирование психологической готовности личности к легитимной предпринимательской деятельности. *Психология в экономике и управлении* (1): 29–35.

- Позняков В. П. 2013. Социально-психологические характеристики российских предпринимателей с разным уровнем деловой активности. *Знание. Понимание. Умение* (4): 212–220.
- Ропотан С. В. 2012. Личностный аспект формирования предпринимательства. *Молодой ученый* (2): 136–139.
- Рубин Ю. Б., Леднев М. В., Можжухин Д. П. 2019. Формирование профессиональных компетенций для успешного участия в конкуренции в процессе освоения студентами программ по предпринимательству в современном бакалавриате. *Современная конкуренция* 13 (1): 40–64.
- Рубин Ю. Б., Можжухин Д. П., Алексеева Е. В., Леднев М. В., Погорелова А. Ю., Потапова О. Н., Пузыня Т. А. 2020. Специфические черты стартаперских компетенций как планируемых результатов обучения предпринимательству в бакалавриате. *Современная конкуренция* 14 (3): 130–143.
- Фромм Э. 2016. *Иметь или быть?* М.: АСТ.
- Широкова Г. В., Кнатько Д. М. 2008. Влияние личности предпринимателя на развитие организации. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент* (1): 53–76.
- Широкова Г. В., Цуканова Т. В., Богатырева К. А. 2015. Факторы формирования предпринимательских намерений российских студентов. *Вестник Санкт-Петербургского университета. Менеджмент* (3): 21–46.

References in Latin Alphabet

- Acs Z. J., László S. 2007. Entrepreneurship, economic growth and public policy. *Small Business Economics* 28 (2–3): 109–122.
- Ajzen I. 1991. The theory of planned behavior. *Organizational Behavior & Human Decision Processes* 50 (2): 179–211.
- Ajzen I. 2002. Perceived behavioral control, self-efficacy, locus of control, and the theory of planned behavior. *Journal of Applied Social Psychology* 32 (4): 665–683.
- Ajzen I. 2012. The theory of planned behavior. In: P. A. M. van Lange, A. W. Kruglanski, E. T. Higgins (eds.). *Handbook of Theories of Social Psychology*. New York: Lawrence Erlbaum Associates; 438–459.
- Ajzen I., Fishbein M. 1980. *Understanding Attitudes and Predicting Social Behavior*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Ajzen I., Gilbert Cote N. 2008. Attitudes and the prediction of behavior. In: W. D. Crano, R. Prislin (eds.). *Attitudes and attitude change*. New York: Psychology Press; 289–311.
- Bergman H., Hundt K., Sternberg R. 2016. What makes student entrepreneurs? — On the relevance (and irrelevance) of the university and the regional context for student start-ups. *Small Business Economics* 47 (1): 53–76.
- Bogatyreva K., Edelman L., Manolova T., Osiyevskyy O., Shirokova G. 2019. When do entrepreneurial intentions lead to actions? The role of national culture. *Journal of Business Research* 96: 309–321.
- Brookes J. 2015. The effect of overt and covert narcissism on self-esteem and self-efficacy beyond self-esteem. *Personality and Individual Differences* 85: 172–175.
- Caliendo M., Kritikos A. S. 2011. *Searching for the Entrepreneurial Personality: New Evidence and Avenues for Further Research*. Discussion Paper No. 5790. IZA Discussion Papers.
- Campbell W. K., Hoffman B. J., Campbell S. M., Marchisio G. 2011. Narcissism in organizational contexts. *Human Resource Management Review* 21 (4): 268–284.
- Carter N. M., Gartner W. B., Shaver K. G., Gatewood E. J. 2003. The career reasons of nascent entrepreneurs. *Journal of Business Venturing* 18 (1): 13–39.
- Chandler J. A., Petrenko O., Hill A. D., Hayes N. 2021. CEO Machiavellianism and strategic alliances in family firms. *Family Business Review* 34 (1): 93–115.
- Christie R., Geis F. L. 1970. *Studies in Machiavellianism*. New York: Academic Press.

- Dahling J. J., Whitaker B. G., Levy P. E. 2008. The development and validation of a new Machiavellianism Scale. *Journal of Management* **35** (2): 1–39.
- DeNisi A. S. 2015. Some further thoughts on the entrepreneurial personality. *Entrepreneurship Theory and Practice* **39** (5): 997–1003.
- DeTienne D. R., Shepherd D. A., De Castro J. O. 2008. The fallacy of “only the strong survive”: The effects of extrinsic motivation on the persistence decisions for under-performing firms. *Journal of Business Venturing* **23** (5): 528–546.
- Do B. R., Dadvari A. 2017. The influence of the dark triad on the relationship between entrepreneurial attitude orientation and entrepreneurial intention: a study among students in Taiwan University. *Asia Pacific Management Review* **22** (4): 185–191.
- Dutton K. 2012. *The Wisdom of Psychopaths: What Saints, Spies, and Serial Killers Can Teach Us about Success*. New York: Farrar, Straus and Giroux.
- Engelen A., Neumann C., Schmidt S. 2016. Should entrepreneurially oriented firms have narcissistic CEOs? *Journal of Management* **42** (3): 698–721.
- Ferreira J. J., Raposo M. L., Rodrigues R. G., Dinis A., do Paço A. 2012. A model of entrepreneurial intention: An application of the psychological and behavioral approaches. *Journal of Small Business and Enterprise Development* **19** (3): 424–440.
- Fillis I., Rentschler R. 2008. Exploring metaphor as an alternative marketing language. *European Business Review* **20** (6): 492–514.
- Franke N., Lüthje C. 2004. Entrepreneurial intentions of business students — A benchmarking study. *International Journal of Innovation and Technology Management* **1** (03): 269–288.
- Hahn H. 2020. The psychological well-being of student entrepreneurs: A social identity perspective. *International Entrepreneurship and Management Journal* **16** (2): 467–499.
- Hayes A. F. 2017. *Introduction to Mediation, Moderation, and Conditional Process Analysis: A Regression-Based Approach*. New York: Guilford publications.
- Hmieleski K. M., Lerner D. A. 2016. The Dark Triad and nascent entrepreneurship: An examination of unproductive versus productive entrepreneurial motives. *Journal of Small Business Management* **54** (S1): 7–32.
- Hotchkiss S. 2003. *Why Is It Always about You?: The Seven Deadly Sins of Narcissism*. New York: Free Press.
- Hunt M. K., Hopko D. R., Bare R., Lejuez C. W., Robinson E. V. 2005. Construct validity of the balloon analog risk task (BART) associations with psychopathy and impulsivity. *Assessment* **12** (4): 416–428.
- Humphrey R. H. 2013. The benefits of emotional intelligence and empathy to entrepreneurship. *Entrepreneurship Research Journal* **3** (3): 287–294.
- Iyayi O., Obeki S. 2018. The Dark Triad and entrepreneurial intentions among Nigerian University students. *Nigerian Academy of Management Journal* **13** (1): 145–152.
- Jakobwitz S., Egan V. 2006. The dark triad and normal personality traits. *Personality and Individual Differences* **40** (2): 331–339.
- Jonason P. K., Koenig B. L., Tost J. 2010. Living a fast life: The Dark Triad and Life History Theory. *Human Nature* **21**: 428–432.
- Jonason P. K., Webster G. D. 2010. The dirty dozen: A concise measure of the dark triad. *Psychological Assessment* **22** (2): 420–432.
- Kautonen T., Van Gelderen M., Fink M. 2015. Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice* **39** (3): 655–674.
- Kets de Vries M. F. R. 1985. The dark side of entrepreneurship. *Harvard Business Review* November–December: 160–167.
- Kibler E., Wincent J., Kautonen T., Cacciotti G., Obschonka M. 2019. Can prosocial motivation harm entrepreneurs' subjective well-being? *Journal of Business Venturing* **34** (4): 608–624.
- Kraus S., Berchtold J., Palmer C., Filser M. 2018. Entrepreneurial orientation: The Dark Triad of executive personality. *Journal of Promotion Management* **24** (5): 715–735.

- Laspita S., Breugst N., Heblich S., Patzelt H. 2012. Intergenerational transmission of entrepreneurial intentions. *Journal of Business Venturing* 27 (4): 414–435.
- Lee K., Ashton M. C. 2005. Psychopathy, Machiavellianism, and narcissism in the Five Factor Model and the HEXACO model of personality structure. *Personality and Individual Differences* 38 (7): 1571–1582.
- Lerner D., Hunt R., Verheul I. 2018. Dueling banjos: Harmony and discord between ADHD and entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives* 32 (2): 266–286.
- Liñán F., Chen Y.-W. 2009. Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions. *Entrepreneurship Theory and Practice* 33 (3): 593–617.
- Littunen H., Storhammer E. 2000. The indicators of locus of control in the small business context. *Journal of Enterprising Culture* 8 (4): 343–360.
- Liu Y., Li Y., Hao X., Zhang Y. 2019. Narcissism and learning from entrepreneurial failure. *Journal of Business Venturing* 34 (3): 496–512.
- Lopez T., Alvarez C. 2019. Influence of university-related factors on students' entrepreneurial intentions. *International Journal of Entrepreneurial Venturing* 11 (6): 521–540.
- Mathieu C., St-Jean É. 2013. Entrepreneurial personality: The role of narcissism. *Personality and Individual Differences* 55 (5): 527–531.
- McLarty B. D., Holt D. T. 2019. A bright side to family firms: How socioemotional wealth importance affects dark traits–job performance relationships. *Family Business Review* 32 (4): 378–395.
- Minniti M., Lévesque M. 2010. Entrepreneurial types and economic growth. *Journal of Business Venturing* 25 (3): 305–314.
- Miller D. 2014. A downside to the entrepreneurial personality. *Entrepreneurship Theory and Practice* 39 (1): 1–8.
- Morgan J., Sisak D. 2016. Aspiring to succeed: A model of entrepreneurship and fear of failure. *Journal of Business Venturing* 31 (1): 1–21.
- Newman A., Obschonka M., Schwarz S., Cohen M., Nielsen I. 2019. Entrepreneurial self-efficacy: A systematic review of the literature on its theoretical foundations, measurement, antecedents, and outcomes, and an agenda for future research. *Journal of Vocational Behavior* 110 (Part B): 403–419.
- Nicolaou N., Shane S., Adi G., Mangino M., Harris J. 2011. A polymorphism associated with entrepreneurship: Evidence from dopamine receptor candidate genes. *Small Business Economics* 36 (2): 151–155.
- O'Brien R. M. 2007. A caution regarding rules of thumb for variance inflation factors. *Quality & Quantity* 41 (5): 673–690.
- O'Reilly III C. A., Doerr B., Caldwell D. F., Chatman J. A. 2014. Narcissistic CEOs and executive compensation. *The Leadership Quarterly* 25 (2): 218–231.
- 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.
- Pastwa-Wojciechowska B., Kałmierzak M., Błażek M. 2012. Self-esteem and styles of coping with stress versus strategies of planning in people with psychopathic personality disorders. *Medical Science Monitor: International Medical Journal of Experimental and Clinical Research* 18 (2): CR119–CR124.
- Preacher K. J., Hayes A. F. 2008. Asymptotic and resampling strategies for assessing and comparing indirect effects in multiple mediator models. *Behavior Research Methods* 40 (3): 879–891.
- Rindova V., Barry D., Ketchen Jr. D. J. 2009. Entrepreneurship as emancipation. *Academy of Management Review* 34 (3): 477–491.
- Toma S.-G., Grigore A.-M., Marinescu P. 2014. Economic development and entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance* 8: 436–443.
- Tucker R. T., Lowman G. H., Marino L. D. 2016. Dark triad traits and the entrepreneurial process. *Research in Personnel and Human Resources Management* 34: 245–290.

- Van Praag C. M., Versloot P. H. 2008. The economic benefits and costs of entrepreneurship: A review of the research. *Foundations and Trends in Entrepreneurship* 4 (2): 65–154.
- Veciana J. M., Aponte M., Urbano D. 2005. University students' attitudes towards entrepreneurship: A two countries comparison. *International Entrepreneurship and Management Journal* 1 (2): 165–182.
- Wallace H. M., Baumeister R. F. 2002. The performance of narcissists rises and falls with perceived opportunity for glory. *Journal of Personality and Social Psychology* 82 (5): 819–834.
- Wales W. J., Patel P. C., Lumpkin G. T. 2013. In pursuit of greatness: CEO narcissism, entrepreneurial orientation, and firm performance. *Journal of Management Studies* 50 (6): 1041–1069.
- Wennekers S., Thurik R. 1999. Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics* 13 (1): 27–55.
- Wiklund J., Hatak I., Patzelt H., Shepherd D. 2018. Mental disorders in the entrepreneurship context: When being different can be an advantage. *Academy of Management Perspectives* 32 (2): 182–206.
- Wiklund J., Yu W., Tucker R., Marino L. D. 2017. ADHD, impulsivity and entrepreneurship. *Journal of Business Venturing* 32 (6): 627–656.
- Wu W., Wang H., Zheng C., Wu Y. J. 2019. Effect of narcissism, psychopathy, and Machiavellianism on entrepreneurial intention — The mediating of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology* 10: 360.
- Zampetakis L. A., Lerakis M., Kafetsios K., Moustakis V. 2015. Investigating the emotional impact of entrepreneurship programs. *Journal of Business Venturing Insights* 4: 38–41.
- Zettler I., Solga M. 2013. Not enough of a 'dark' trait? Linking Machiavellianism to job performance. *European Journal of Personality* 27 (6): 545–554.

Russian Language References Translated into English

- Beliaeva T. V., Laskovaia A. K., Shirokova G. V. 2016. Entrepreneurial learning and students' entrepreneurial intentions: The role of national culture. *Rossiiskii zhurnal menedzhmenta* 14 (1): 59–86. (In Russian)
- Bogatyreva K. A., Shirokova G. V. 2017. Main approaches to exploring intention-action gap in entrepreneurship. *Vestnik of Saint-Petersburg University. Management* 16 (3): 343–363. (In Russian)
- Bogatyreva K. A., Shirokova G. V. 2017. From entrepreneurial aspirations to founding a business: The case of Russian students. *Foresight* 11 (3): 25–36. (In Russian)
- Gadzhieva S. N., Khanova Z. G. 2011. The personality and activity of an entrepreneur in the subject field of psychological research. *Gumanizatsiia obrazovaniia* (3): 39–46. (In Russian)
- Egorova M. S., Parshikova O. V., Sitnikova M. A. 2015. Gender differences in the dark triad. *Psikhologicheskie issledovaniia* 8 (39): 12. (In Russian)
- Egorova M. S., Sitnikova M. A. 2014. The dark triad. *Psikhologicheskie issledovaniia* 7 (38): 12. (In Russian)
- Egorova M. S., Sitnikova M. A., Parshikova O. V. 2015. Adaptation of the short dark triad. *Psikhologicheskie issledovaniia* 8 (43): 1. (In Russian)
- Egorova M. S., Sitnikova M. A., Parshikova O. V., Chertkova Iu. D. 2015. Do dark triad scores change with age? *Psikhologicheskie issledovaniia* 8 (43): 4. (In Russian)
- Zhuravlev A. L., Pozniakov V. P. 2012. *Social Psychology of Russian Entrepreneurship: The Concept of Psychological Relations*. Moscow: In-t psikhologii RAN Publ. (In Russian)
- Zav'ialova E. K., Posokhova S. T. 2004. *Entrepreneurship Psychology*. St. Petersburg: St. Petersburg University Press. (In Russian)
- Zadorozhniuk I. E. 1991. Innovative entrepreneurship (essay of the book "Guide to Economic Psychology") *Sotsiologicheskie issledovaniia* (3): 132–142. (In Russian)
- Kitova D. A., Dyshekov B. N. 2011. Formation of a person's psychological readiness for legitimate entrepreneurial activity. *Psikhologiia v ekonomike i upravlenii* (1): 29–35. (In Russian)

- Pozniakov V. P. 2013. The social and psychological characteristics of Russian entrepreneurs with different levels of business activity. *Znanie. Poniimanie. Umenie* (4): 212–220. (In Russian)
- Ropotan S. V. 2012. The personal aspect of the formation of entrepreneurship. *Molodoi uchenyi* (2): 136–139. (In Russian)
- Rubin Iu. B., Lednev M. V., Mozhhukhin D. P. 2019. Formation of professional competencies for successful participation in competition in the process of development of entrepreneurship programs by students in the modern bachelor's degree. *Sovremennaia konkurentsia* 13 (1): 40–64. (In Russian)
- Rubin Iu. B., Mozhhukhin D. P., Alekseeva E. V., Lednev M. V., Pogorelova A. Iu., Potapova O. N., Puzynia T. A. 2020. Specific features of startup competencies as planned outcomes of entrepreneurship learning in bachelor's degree. *Sovremennaia konkurentsia* 14 (3): 130–143. (In Russian)
- Fromm E. 2016. *To Have or to Be?* Moscow: AST Publ. (In Russian)
- Shirokova G. V., Knat'ko D. M. 2008. Influence of an entrepreneur's personality on the development of a company. *Vestnik of Saint Petersburg University. Management* (1): 53–76. (In Russian)
- Shirokova G. V., Tsukanova T. V., Bogatyreva K. A. 2015. Antecedents of students' entrepreneurial intentions in Russia. *Vestnik of Saint Petersburg University. Management* (3): 21–46. (In Russian)

Статья поступила в редакцию 12 апреля 2021 г.
Статья рекомендована в печать 11 июня 2021 г.

Контактная информация

Богатырева Карина Александровна — канд. экон. наук; k.bogatyreva@gsom.spbu.ru
Ласковая Анастасия Кирилловна — канд. экон. наук; a.laskovaya@gsom.spbu.ru
Клемина Татьяна Николаевна — канд. экон. наук, доц.; klemina@gsom.spbu.ru
Орехова Юлия Александровна — магистрант; julia.orehova@mail.ru

“THE GOOD, THE BAD AND THE UGLY”? THE INFLUENCE OF DARK TRIAD PERSONALITY TRAITS ON FORMATION OF ENTREPRENEURIAL INTENTIONS

K. A. Bogatyreva, A. K. Laskovaia, T. N. Klemina, Yu. A. Orekhova

St. Petersburg State University,
7–9, Universitetskaya nab., St. Petersburg, 199034, Russian Federation

For citation: Bogatyreva K. A., Laskovaia A. K., Klemina T. N., Orekhova Yu. A. 2021. “The Good, the Bad and the Ugly”? The influence of dark triad personality traits on formation of entrepreneurial intentions. *Vestnik of Saint Petersburg University. Management* 20 (3): 293–325. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2021.301> (In Russian)

This article examines the influence of the “dark triad” personality traits — narcissism, Machiavellianism and psychopathy — on the development of entrepreneurial intentions through the prism of the theory of planned behavior. The theory explains entrepreneurial intentions formation through emergence and development of the attitude towards entrepreneurship, relevant subjective

This research has been conducted with financial support from St. Petersburg State University (project No. 48952678).

The article heading contains citation of the movie title by S. Leone “The Good, the Bad and the Ugly” (Produzioni Europee Associati (PEA), 1966).

norms, and perceived behavioral control. These personality traits are considered in the study in their non-clinical manifestations. The proposed theoretical model has been tested on a sample of 191 students and graduates from 13 Russian universities. The empirical data were collected through an online survey. The analysis was carried out with OLS estimation. To assess the mediation effects, the PROCESS macro for the SPSS data analysis package was employed. The study identifies the key role of narcissism as an antecedent of intention to start one's own business, while the main element of the theory of planned behavior mediating psychological effects is the attitude towards entrepreneurship. In addition, a negative relationship between psychopathy and subjective norms as well as perceived behavioral control has been established. With this study, we contribute to the theory of personality traits in the context of entrepreneurship and expand knowledge about the role of negatively perceived individual psychological characteristics in the entrepreneurial process. In addition, this work details the theory of planned behavior in terms of identifying possible antecedents of attitudes towards entrepreneurship, subjective norms, and perceived behavioral control. The results of this study can be used by entrepreneurship educators, especially in courses and trainings on the psychology of entrepreneurship.

Keywords: entrepreneurial intentions, dark triad personality traits, narcissism, Machiavellianism, psychopathy, theory of planned behavior, student entrepreneurship.

Received: April 12, 2021

Accepted: June 11, 2021

Contact information

Karina A. Bogatyreva — PhD in Economics; k.bogatyreva@gsom.spbu.ru

Anastasia K. Laskovaia — PhD in Economics; a.laskovaya@gsom.spbu.ru

Tatiana N. Klemina — PhD in Economics, Associate Professor; klemina@gsom.spbu.ru

Yulia A. Orekhova — Master Student; st079526@student.spbu.ru