

Designing a Conceptual Model of Nascent Entrepreneurial Intentions with Emphasis on Social Dimensions and the Effects of Dark Triad Personality Traits: A Case Study of South Khorasan Science and Technology Park

Mohammadbashokouh Ajirloo*

Professor, Department of Business Administration, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran
Email: Mohammadbashokouh@gmail.com | ORCID: 0000-0003-0367-3916
Corresponding Author

Niksa Jabbari Kordlar

PhD Candidate in Marketing, Department of Business Administration, Faculty of Social Sciences, University of Mohaghegh Ardabili, Ardabil, Iran
Email: NiksaJabbari@gmail.com | ORCID: 0009-0007-5072-9368

1. Introduction

Nascent entrepreneurial intention refers to an individual's conscious intention to establish a new venture and is widely regarded as an important antecedent of entrepreneurial behavior. The formation of such intentions is not solely determined by individual characteristics; rather, it emerges from the interaction of personality traits, social factors, and contextual conditions. Among personality characteristics, the Dark Triad—narcissism, Machiavellianism, and psychopathy—has attracted increasing attention because these traits may be associated with ambition, competitiveness, risk-taking, and self-oriented goal pursuit. Under certain conditions, these characteristics may strengthen entrepreneurial motivation, while their excessive or persistent expression may generate ethical and social problems and undermine long-term business sustainability (Bogatyreva et al., 2021; Cai et al., 2021; Khawar et al., 2022). At the same time, social capital, social support, and interpersonal networks provide entrepreneurs with access to information, resources, emotional support, and business opportunities and may therefore facilitate entrepreneurial intentions (Cogan et al., 2022; Emami

et al., 2023; Awaworyi Churchill et al., 2023). Nevertheless, previous research has generally examined personality characteristics and social factors separately, while their systematic interaction remains insufficiently understood, particularly in the context of science and technology parks located in less-developed regions of Iran. Therefore, this study aimed to develop a conceptual model of nascent entrepreneurial intentions by explaining the interaction between social dimensions and Dark Triad personality traits in South Khorasan Science and Technology Park. The main research question was: How do social dimensions and personality characteristics interact in the formation of nascent entrepreneurial intentions?

2. Method

This qualitative study employed the systematic grounded theory approach developed by Strauss and Corbin. The research setting was South Khorasan Science and Technology Park in Birjand, Iran. The study population consisted of founders, managers, and key experts of nascent firms located in the park. Purposive and theoretical sampling procedures were employed until theoretical saturation was achieved. Ultimately, 15 founders of nascent firms, including five women and ten men, participated in the study. Eligibility criteria included at least three years of experience in entrepreneurship or management of nascent firms, substantial familiarity with the entrepreneurial environment of the park, and willingness to participate in an in-depth interview. Data were collected through semi-structured face-to-face interviews lasting approximately 60–90 minutes. With participants' consent, interviews were recorded and fully transcribed. To enhance the credibility of the findings, member checking, triangulation with park documents and reports, and review by two experts in entrepreneurship and qualitative research were employed. Data analysis followed the three-stage Strauss and Corbin procedure of open, axial, and selective coding. A total of 128 open codes, 25 axial codes, and 10 selective codes were identified. Finally, the relationships among the categories were integrated into a paradigmatic conceptual model centered on nascent entrepreneurial intentions.

3. Results

The findings indicate that nascent entrepreneurial intention is a multidimensional and context-dependent phenomenon shaped by the interaction of personality characteristics, social capital, interpersonal networks, and economic, cultural, and social conditions. Three major categories emerged as causal conditions: Dark Triad personality characteristics, positive personality characteristics, and social capital. The Dark Triad traits—narcissism, Machiavellianism, and psychopathy—demonstrated a dual nature. Narcissism could strengthen entrepreneurial motivation through greater self-confidence, ambition, and the desire for recognition. Machiavellianism and psychopathy, through increased risk-taking, strategic interpersonal behavior, and focus on personal goals, could facilitate entrepreneurial action under certain circumstances; however, they could also increase the likelihood of manipulative behavior, damaged interpersonal relationships, and ethical challenges. This finding is consistent with previous evidence concerning the complex and ambivalent role of dark personality traits in entrepreneurship (Wu et al., 2019; Hollebeek et al., 2022; Khawar et al., 2022).

Positive personality characteristics, including self-confidence, courage and risk-taking, self-control, and emotional intelligence, were also identified as important causal conditions. Social capital, including social networks, emotional support, and social solidarity, emerged as another major determinant of entrepreneurial intentions. Contextual conditions included economic crises and transformations, market fluctuations, competitive pressure, technological developments, gender differences in access to social support, and market opportunities and constraints. Intervening conditions comprised previous individual experiences and skills, social networks and communication, creativity and innovation, financial resources, and decision-making capabilities.

The identified strategies emphasized social solidarity, development of partnerships and collaborations, supportive and educational programs, and systematic education and assessment of personality characteristics. The consequences included strengthened individual motivation, financial and social achievements, employment creation, improved managerial and leadership capabilities, and positive psychological and social outcomes. Selective coding ultimately integrated 10 selective codes around the core

phenomenon of nascent entrepreneurial intentions, resulting in a conceptual model that explains the interaction among personality characteristics, social dimensions, contextual conditions, strategies, and entrepreneurial outcomes.

4. Discussion and Conclusion

The findings demonstrate that nascent entrepreneurial intentions cannot be adequately explained by either personality characteristics or social factors alone. Instead, entrepreneurial intention emerges through the dynamic interaction of individual characteristics and the surrounding social context. A central contribution of the study is the identification of the dual and context-dependent role of Dark Triad personality traits. Narcissism, Machiavellianism, and psychopathy may encourage entrepreneurial intentions through ambition, competitiveness, risk-taking, and goal orientation; however, when these characteristics are expressed excessively or without adequate self-control and ethical awareness, they may threaten interpersonal relationships and long-term business sustainability. In parallel, social support, interpersonal networks, and bonding and bridging social capital were found to play a particularly important role in the South Khorasan context by facilitating access to resources, information, emotional support, and opportunities. Accordingly, science and technology parks should consider self-awareness, self-control, professional ethics, structured networking, and targeted support programs for women entrepreneurs in their entrepreneurial development policies. Future studies are recommended to examine the proposed model in other science and technology parks and neighboring provinces and to investigate the interaction between Dark Triad traits and social dimensions under different economic and cultural conditions.

Acknowledgment

The authors would like to express their appreciation to the participants, particularly the founders of nascent firms located in South Khorasan Science and Technology Park, as well as the experts who contributed to the review and validation of the qualitative analysis.

Keywords

Nascent Entrepreneurial Intentions; Social Dimensions; Social Capital; Dark Triad Personality; Science and Technology Park

References

Ahmadi Azar, P., & Jahan, F. (2019). Wisdom and character, emotions, and Dark Triad personality traits: A structural equation model. *Journal of General Psychology*, 12(1), 77–92. [In Persian]

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. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>

Ali, A., & Khan, Y. (2023). Narcissism and entrepreneurship: Evidence from Malaysia Realm. *Information Management and Business Review*, 15(3), 236–241. [https://doi.org/10.22610/imbr.v15i3\(I\).3532](https://doi.org/10.22610/imbr.v15i3(I).3532)

Anderson, M., Devlin, A. M., Pickering, L., McCann, M., & Wight, D. (2021). “It’s not 9 to 5 recovery”: The role of a recovery community in producing social bonds that support recovery. *Drugs: Education, Prevention and Policy*, 28(5), 475–485. <https://doi.org/10.1080/09687637.2021.1933911>

Awaworyi Churchill, S., Hayward, M., Smyth, R., & Trinh, T.-A. (2023). Crime, community social capital and entrepreneurship: Evidence from Australian communities. *Journal of Business Venturing*, 38, 106291. <https://doi.org/10.1016/j.jbusvent.2023.106291>

Bogatyreva, K., Laskovaia, A., Klemina, T., & Orekhova, Y. (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, 293–325. <https://doi.org/10.21638/11701/spbu08.2021.301>

Cai, L., Murad, M., Ashraf, S. F., et al. (2021). Impact of Dark Tetrad personality traits on nascent entrepreneurial behavior: The mediating role of entrepreneurial intention. *Frontiers of Business Research in China*, 15(1).

<https://doi.org/10.1186/s11782-021-00103-y>

Chinta, R., & Collier, D. (2022). Interplay of antecedents in nascent entrepreneurship: Conceptual model and research propositions. *Journal of the International Council for Small Business*, 3(4), 292–302.

<https://doi.org/10.1080/26437015.2022.2089074>

Clark, D., Tanner, T., Pham, L., Lau, W., & Nguyen, D. D. L. (2020). Attitudes toward business ethics: Empirical investigation on different moral philosophies among business students in Vietnam. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 14, 1.

<https://doi.org/10.1504/IJBGE.2020.10023486>

Cogan, A., Pret, T., & Cardon, M. S. (2022). Everyday social support processes: Household members' instrumental and emotional support of entrepreneurs. *International Small Business Journal*, 40(5), 537–563.

<https://doi.org/10.1177/02662426211054098>

Dobbin, K., & Smith, D. (2021). Bridging social capital theory and practice: Evidence from community-managed water treatment plants in Honduras. *Journal of Rural Studies*, 88, 181–191.

<https://doi.org/10.1016/j.jrurstud.2021.10.002>

Emami, A., Ashourizadeh, S., & Packard, M. D. (2023). The impact of social network support on opportunity intention among prospective male and female entrepreneurs during the 2019-nCoV pandemic. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29(11), 132–169.

<https://doi.org/10.1108/IJEBr-03-2022-0223>

Hollebeek, L. D., Sprott, D. E., Urbonavicius, S., Sigurdsson, V., Clark, M. K., Riisalu, R., & Smith, D. L. G. (2022). Beyond the Big Five: The effect of Machiavellian, narcissistic, and psychopathic personality traits on stakeholder engagement. *Psychology & Marketing*, 39(6), 1230–1243.

<https://doi.org/10.1002/mar.21647>

Jamshidi, S., Noferesti, A., & Farahani, H. (2024). Examining the Relationship Between Problematic Social Media Use and Dark Personality Traits with the Mediating Role of Emotion Regulation and Self-Compassion in Adult Instagram Users in Tehran. *Health Nexus*, 2(3), 49-59. <https://doi.org/10.61838/kman.hn.2.3.7>

Khalili Khazr-Abadi, M., & Hassani, M. (2023). Developing a model of the relationship between entrepreneurial social identity and entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Journal of Productivity Management*, 17(4), 209–232. [In Persian]

Khawar, R., Amin, R., Zulfqar, A., Hussain, B., & Muqaddas, F. (2022). Dark personality traits and entrepreneurial intentions among Pakistani university students: The role of executive functions and academic intent to entrepreneurship. *Frontiers in Psychology*, 13, 989775. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.989775>

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>

Lingnau, V., Fuchs, F., & Dehne-Niemann, T. (2017). The influence of psychopathic traits on the acceptance of white-collar crime: Do corporate psychopaths cook the books and misuse the news? *Journal of Business Economics*, 1–35. <https://doi.org/10.1007/s11573-017-0864-6>

Murad, M., Wang, M., Shah, S. H., & Islam, M. (2024). Transitioning from entrepreneurial education to entrepreneurial behavior: The role of opportunity recognition, entrepreneurial social networks, and risk-taking propensity. *The International Journal of Management Education*, 22, 101053. <https://doi.org/10.1016/j.ijme.2024.101053>

Myznikov, A., Korotkov, A., Zheltyakova, M., Kiselev, V., Masharipov, R., Bursov, K., Yagmurov, O., Votinov, M., Cherednichenko, D., Didur, M., & Kireev, M. (2024). Dark Triad personality traits are associated with decreased

grey matter volumes in “social brain” structures. *Frontiers in Psychology*, 14, 1326946. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1326946>

Olumekor, M., Mohiuddin, M., & Su, Z. (2023). Effective altruism and the dark side of entrepreneurship. *Frontiers in Psychology*, 14, 1247331. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1247331>

Ostrom, E. (2000). Collective action and the evolution of social norms. *Journal of Economic Perspectives*, 14(3), 137–158. <https://doi.org/10.1257/jep.14.3.137>

Özdemir, Gökçe & BAŞAR, Ahmet. (2024). A Study on the Relationship between Teachers’ Dark Triad Personality Traits and Organizational Cynicism Behaviours Öğretmenlerin Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri ile Örgütsel Sinizm Davranışları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Çalışma. *Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*. 10.51531/korkutataturkiyat.1410217.

Pandey, D. L., Uprety, S. K., & Risal, N. (2023). Personality traits and their impact on the social entrepreneurial intentions of management students: A test of Big Five personality approach. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00342-8>

Razzaque, A., Lee, I., & Mangalaraj, G. (2024). The effect of entrepreneurial leadership traits on corporate sustainable development and firm performance: A resource-based view. *European Business Review*, 36(2), 177–200. <https://doi.org/10.1108/EBR-03-2023-0076>

Rijal, S., Utomo, B., & Ramdhani, R. (2024). The influence of social capital on entrepreneurial success: A study of networks and relationships in MSMEs. *International Journal of Business, Law, and Education*, 5(2), 1686–1696. <https://doi.org/10.56442/ijble.v5i2.678>

Ślusarczyk, B., Moghavvemi, S., & Tehseen, S. (2023). Women and business: Empirical study on economic constraints, legal conditions, and social support influencing women entrepreneurs in Malaysia and Poland. *Entrepreneurial Business and Economics Review*, 11, 87–102. <https://doi.org/10.15678/EBER.2023.110204>

Soltwisch, B., Dimitrov, D., & Hojnik, J. (2023). How decision-styles and cultural orientation influence entrepreneurial and social entrepreneurial intentions: A cross-cultural comparison. *Frontiers in Psychology*, 13, 988815. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.988815>

Wainio-Theberge, S., & Armony, J. L. (2024). Differences in natural standing posture are associated with antisocial and manipulative personality traits. *Journal of Personality and Social Psychology*, 127(5), 1089–1102. <https://doi.org/10.1037/pspp0000515>

Widiastuti, H., Pratama, M. R., & Utami, E. (2024). The role of social entrepreneurship orientation, social capital, and social innovation in Village-Owned Enterprises (VOE) performance: A study in Yogyakarta Province. *Journal of Accounting and Investment*, 25, 479–497. <https://doi.org/10.18196/jai.v25i2.22334>

Wu, W., Wang, H., Zheng, C., & Wu, Y. J. (2019). Effect of narcissism, psychopathy, and Machiavellianism on entrepreneurial intention: The mediating role of entrepreneurial self-efficacy. *Frontiers in Psychology*, 10, 360. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00360>

Yang, L., Lin, Z., Quan, R., Cunningham, J., & Huang, W. (2024). Internal R&D or external asset growth? A closer look at CEO narcissism and entrepreneurial orientation. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 30(1), 110–127. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-09-2022-0797>

Yang, Q., Mamun, A., Gao, J., Siyu, L., & Masud, M. (2023). Social entrepreneurial intention among working adults: An emerging country context. *Frontiers in Psychology*, 14, 1123198. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1123198>

Zarei Shamsabadi, F., Nouri, A., & Molavi, H. (2009). Investigating the relationship between proactive personality, entrepreneurial intentions, and career success among staff and research-center employees of Isfahan University of Medical Sciences. *Health Information Management*, 7(2), 206–215. [In Persian]

Zarinjouy Alvar, S. (2020). The mediating role of antecedents of entrepreneurial intention in the relationship between previous experience and social entrepreneurial intention. *Women's Social and Psychological Studies*, 18(3), 181-216. [In Persian]

طراحی مدل مفهومی نیت کارآفرینی نوپا با تأکید بر ابعاد اجتماعی و تأثیرات مثلت تاریک شخصیت (مورد مطالعه پارک علم و فناوری خراسان جنوبی)

محمدباشکوه اجیرلو^۱

نیکسا جبّاری کردلر^۲

تاریخ پذیرش: .../.../...

تاریخ دریافت: .../.../...

مشاهده مقاله منتشر شده: دوره ، شماره

<http://>

چکیده

این پژوهش با هدف طراحی و تحلیل یک مدل مفهومی از نیت کارآفرینی نوپا، با تأکید بر ابعاد اجتماعی و تأثیرات مثلث تاریک شخصیت، در بستر پارک علم و فناوری خراسان جنوبی انجام شده است. هدف اصلی این مطالعه بررسی تعاملات پیچیده میان ویژگی‌های شخصیتی (اعم از ویژگی‌های مثبت و منفی) و ابعاد اجتماعی در شکل‌گیری نیت کارآفرینی در افراد است. در این

^۱ استاد، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران. نویسنده مسوول
Mohammadbashokouh@gmail.com. . <https://orcid.org/0000-0003-0367-3916>.

^۲ دانشجوی دکتری بازاریابی، گروه مدیریت بازرگانی، دانشکده علوم اجتماعی، دانشگاه محقق اردبیلی، اردبیل، ایران
NiksaJabbari@gmail.com. <https://orcid.org/0009-0007-5072-9368>

تحقیق، از روش کیفی نظریه‌ی زمینه‌ای و کدگذاری انتخابی استفاده شد که در نهایت به شناسایی ۱۰ کد انتخابی، ۲۵ کد محوری و ۱۲۸ کد باز منجر گردید. برای جمع‌آوری داده‌ها، با ۱۵ نفر از بنیان‌گذاران شرکت‌های نوپای مستقر در پارک علم‌وفناوری خراسان جنوبی مصاحبه شد و فرایند مصاحبه‌ها تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. نتایج نشان داد که ویژگی‌های شخصیتی، به‌ویژه ویژگی‌های تاریک شخصیت (خودشیفتگی، ماکیاولیسم و روان‌پریشی)، می‌توانند تأثیرات متفاوتی بر شکل‌گیری قصد و انگیزه‌های کارآفرینی افراد در شرکت‌های مستقر در پارک علم‌وفناوری خراسان جنوبی داشته باشند. این ویژگی‌ها، به‌ویژه در شرایطی که رقابت‌جویی و دستیابی به اهداف فردی در اولویت قرار دارد، تمایل به شروع کسب‌وکار را افزایش می‌دهند. بااین‌حال، این ویژگی‌ها ممکن است در بلندمدت چالش‌های اخلاقی و اجتماعی ایجاد کند و بر پایداری کسب‌وکار تأثیر منفی بگذارد. همچنین، حمایت‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی در بستر فرهنگ بومی خراسان جنوبی نقش مهمی در تقویت نیت کارآفرینی ایفا می‌کنند. نتایج این پژوهش بر لزوم توجه به تعادل میان ابعاد اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی تأکید دارد و می‌تواند ابزار مفیدی برای پژوهشگران و سیاست‌گذاران پارک علم‌وفناوری خراسان جنوبی در طراحی مداخلات حمایتی و آموزشی باشد.

واژه‌های کلیدی: نیت کارآفرینی نوپا، ابعاد اجتماعی، سرمایه‌ی اجتماعی مثلث تاریک شخصیت

مقدمه

کارآفرینی، در جایگاه موتور محرک نوآوری و اشتغال‌زایی، همواره در کانون توجه پژوهشگران بوده است. نیت کارآفرینی نوپا به تمایل آگاهانه‌ی فرد برای ایجاد کسب‌وکار جدید در آینده اشاره دارد و، در نقش پیش‌درآمد رفتار کارآفرینانه، تحت‌تأثیر نگرش‌ها، هنجارهای اجتماعی و ادراک کنترل رفتاری شکل می‌گیرد (Ajzen, 1991; Bird, 1988).

باتوجه‌به ماهیت فرایندی کارآفرینی، نیت کارآفرینی نوپا^۳ اهمیت ویژه‌ای دارد؛ زیرا مجموعه‌ی انگیزه‌ها و تلاش‌های اولیه‌ی فرد، از ایده‌پردازی و برنامه‌ریزی، تا اقدامات عملی برای تبدیل ایده به کسب‌وکار واقعی را دربرمی‌گیرد و پلی میان قصد کارآفرینی و اقدام واقعی ایجاد می‌کند (Yang et al., 2023).

شکل‌گیری نیت کارآفرینی نوپا حاصل تعاملات پیچیده‌ی عوامل فردی و اجتماعی است. در پژوهش‌های اخیر، ضمن اتکا به نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی‌شده (Ajzen, 1991) بر نقش ویژگی‌های شخصیتی، به‌ویژه ابعاد مثلث تاریک شخصیت (ماکیاولیسم، خودشیفتگی و سایکوپاتی)، در کنار حمایت‌های اجتماعی و شبکه‌های ارتباطی تأکید کرده‌اند (Wu et al., 2019; Emami et al., 2023). حمایت‌های اجتماعی، به‌ویژه در شرایط بحرانی مانند پاندمی کووید-۱۹، می‌توانند نقش حیاتی در حفظ انگیزه‌ها ایفا کنند (Soltwisch et al., 2023). درحالی‌که ویژگی‌های مثلث تاریک شخصیت از طریق رقابت‌جویی و ریسک‌پذیری ممکن است نیت را تقویت کنند اما هم‌زمان چالش‌های اخلاقی و مدیریتی نیز به همراه دارد (Bogatyрева et al., 2021; Cai et al., 2021; Wu et al., 2019). این تعاملات همچنین تفاوت‌های جنسیتی معناداری را آشکار می‌سازد، به‌گونه‌ای که زنان در شرایط بحران بیشتر از حمایت‌های اجتماعی بهره‌مند شده و اعتمادبه‌نفس و نیت کارآفرینانه‌شان تقویت می‌شود (Pandey et al., 2023).

³ . Nascent Entrepreneurial Intentions

باوجود گسترش پارک‌های علم‌وفناوری در استان‌هایی همچون خراسان جنوبی، پژوهش‌های اندکی به تعامل ابعاد بوم محیطی، اجتماعی و روان‌شناختی نیت کارآفرینی نوپا در بافت‌های محلی پرداخته‌اند. به‌ویژه، تعامل ویژگی‌های شخصیتی دوسوگرا، از جمله مثلث تاریک شخصیت، با هنجارها و روابط اجتماعی محلی و نقش آن در شکل‌گیری نیت کارآفرینی نوپا کمتر بررسی شده است. این خلأ در استان مرزی و کمتر توسعه‌یافته‌ای مانند خراسان جنوبی، باتوجه‌به محدودیت‌های زیرساختی، غلبه سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی و ضرورت توسعه‌ی اشتغال دانش‌بنیان، اهمیت بیشتری می‌یابد.

ازاین‌رو، پژوهش حاضر با تمرکز بر شرکت‌های نوپای مستقر در پارک علم‌وفناوری بیرجند، درصدد تبیین چگونگی تعامل عوامل اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی، با تأکید بر مثلث تاریک شخصیت، در شکل‌گیری نیت کارآفرینی نوپا است. این پژوهش از سه جنبه اهمیت دارد: نخست، پر کردن شکاف نظری از طریق تلفیق نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی‌شده و مدل مثلث تاریک شخصیت در بافت فرهنگی ایران؛ دوم، پاسخ به نیاز پارک‌های علم‌وفناوری برای شناخت بهتر انگیزه‌های بنیان‌گذاران و کاهش شکست کسب‌وکارهای نوپا؛ و سوم، ارائه‌ی بینش‌های کاربردی برای تقویت سرمایه‌ی اجتماعی و مدیریت پیامدهای منفی ویژگی‌های شخصیتی در برنامه‌های آموزشی و حمایتی کارآفرینی. براین‌اساس، سؤال اصلی پژوهش آن است که ابعاد اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی تحت‌تأثیر مثلث تاریک شخصیت چگونه بر نیت کارآفرینی نوپا تأثیر می‌گذارند و این تأثیرات در شرایط مختلف اجتماعی و اقتصادی چگونه تغییر می‌کنند؟

مبانی نظری پژوهش

مدل نیت کارآفرینی نوپا، با تأکید بر ابعاد اجتماعی و تأثیرات مثلث تاریک شخصیت، به تعامل میان ویژگی‌های شخصیتی، به‌ویژه خودشیفتگی، ماکیاولیسم و سایکاپاتی، و عوامل اجتماعی مؤثر در شکل‌گیری نیت کارآفرینی می‌پردازد. این مدل بر اهمیت ویژگی‌های فردی و شبکه‌های اجتماعی در شکل‌گیری و موفقیت فعالیت‌های کارآفرینانه تأکید دارد و سرمایه‌ی اجتماعی را عاملی مهم در جذب منابع و شناسایی فرصت‌ها ضروری می‌داند. در مقابل، ویژگی‌های شخصیتی

تاریک می‌توانند چالش‌های اخلاقی و خطرانی برای پایداری کسب‌وکار ایجاد کنند؛ بنابراین، درک دقیق این تعاملات برای طراحی برنامه‌های آموزشی و حمایتی کارآفرینی، که تعادل بین جاه‌طلبی فردی و مسئولیت اجتماعی را حفظ کند، حیاتی است.

نیات کارآفرینی نوپا

نیات کارآفرینی نوپا به فرایند شناختی و انگیزشی مربوط به تصمیم و تلاش اولیه برای راه‌اندازی کسب‌وکار اشاره دارد و از پیش‌بینی‌های مهم رفتار کارآفرینانه است (Chinta & Collier, 2022). در تبیین شکل‌گیری این نیت، نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی‌شده بر نقش عوامل شناختی و اجتماعی تأکید دارد (Ajzen, 1991). در این چهارچوب، ویژگی‌های شخصی مانند خودشیفتگی، ماکیاولیسم و سایکاپاتی می‌توانند بر انگیزه‌ها و تصمیم‌های کارآفرینانه اثرگذار باشند. خودشیفتگی ممکن است با افزایش اعتمادبه‌نفس جاه‌طلبی و گرایش به پیشرفت و نوآوری همراه باشد؛ ماکیاولیسم می‌تواند بهره‌گیری راهبردی از شبکه‌های اجتماعی و روابط برای دستیابی به اهداف را تقویت کند؛ و سایکاپاتی ممکن است با افزایش ریسک‌پذیری و تمایل به رفتارهای پرخطر همراه شود (Khawar et al., 2022).

با این حال، این ویژگی‌ها می‌تواند پیامدهای منفی اخلاقی و ارتباطی داشته و در بلندمدت پایداری کسب‌وکار را تهدید کند. به‌ویژه، ماکیاولیسم یا سایکاپاتی ممکن است با فریب‌کاری، دست‌کاری و ایجاد چالش‌های اخلاقی و حقوقی در تعاملات تجاری همراه شوند. از این‌رو، بررسی این ویژگی‌ها در تعامل با عوامل محیطی و اجتماعی برای تبیین جامع‌تر نیات کارآفرینی ضروری است (Clark et al., 2020).

در کنار ویژگی‌های شخصیتی، سرمایه‌ی اجتماعی، شامل شبکه‌های حمایتی و روابط اجتماعی، نقش مهمی در شکل‌گیری نیات کارآفرینی دارد. این شبکه‌ها علاوه بر تسهیل دسترسی به منابع مالی و انسانی، با ایجاد احساس حمایت و کاهش ادراک ریسک، آمادگی فرد برای ورود به کارآفرینی را تقویت می‌کنند. این نقش به‌ویژه در شرایط بحرانی برجسته است؛ به‌گونه‌ای که کارآفرینان نوپا برای مواجهه با شرایط پیچیده و چالش‌برانگیز به شبکه‌های اجتماعی و منابع حمایتی خود اتکا می‌کنند (Awaworyi Churchill et al., 2023).

در نهایت، نیت کارآفرینی نوپا حاصل تعامل پویای ویژگی‌های شخصیتی و عوامل اجتماعی است؛ به گونه‌ای که ویژگی‌های شخصیتی می‌توانند نحوه بهره‌گیری فرد از شبکه‌ها و منابع حمایتی را تحت تأثیر قرار دهند و در مقابل، زمینه‌ی اجتماعی می‌تواند پیامدهای مثبت یا منفی این ویژگی‌ها را تعدیل کند. درک این تعامل برای تبیین شکل‌گیری نیت کارآفرینی و طراحی برنامه‌های آموزشی و سیاست‌های حمایتی مؤثر اهمیت دارد (Anderson et al., 2021).

نقش ویژگی‌های شخصیتی و مثلث تاریک شخصیت

مثلث تاریک شخصیت شامل خودشیفتگی، ماکیاولیسم و سایکوپاتی است. خودشیفتگی با نیاز به تحسین و اعتمادبه‌نفس، ماکیاولیسم، با جهت‌گیری راهبردی، و سایکوپاتی، با تکنشگری و تحمل ریسک، شناخته می‌شود. این ویژگی‌ها می‌توانند در محیط رقابتی کارآفرینی انگیزه و قاطعیت ایجاد کنند اما در صورت افراط پیامدهای اخلاقی و اجتماعی دارند (Özdemir & BAŞAR, 2024; Hollebeek et al., 2022).

سایکوپاتی با رفتارهای پرخطر و ریسک‌پذیر همراه است و می‌تواند در مراحل اولیه کارآفرینی تمایل به پذیرش ریسک‌های بزرگ و در نتیجه بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری را افزایش دهد؛ اما در صورت فقدان کنترل، ممکن است به آسیب روابط با ذی‌نفعان و حتی فروپاشی کسب‌وکار منجر شوند (Olumekor et al., 2023).

در مجموع، ویژگی‌های مثلث تاریک ماهیتی دوگانه در نیت کارآفرینی دارند: از یک سو می‌توانند انگیزه و توانایی پیگیری فرصت‌ها و پروژه‌های کارآفرینانه را تقویت کنند و از سوی دیگر، با افزایش احتمال تصمیم‌گیری‌های غیراخلاقی و رفتارهای استثمارگری، موفقیت بلندمدت و پایداری کسب‌وکار را تهدید نمایند؛ بنابراین، شناخت این ویژگی‌ها و پیامدهای آن‌ها برای طراحی برنامه‌های آموزشی و حمایتی و بهبود تصمیم‌گیری کارآفرینان نوپا اهمیت دارد (Hollebeek et al., 2022; Myznikov et al., 2024).

سرمایه‌ی اجتماعی و شبکه‌سازی

سرمایه‌ی اجتماعی به مجموعه‌ی روابط و شبکه‌های ارتباطی میان افراد اطلاق می‌شود که با فراهم کردن دسترسی به منابع و اطلاعات برای کارآفرینان اهمیت ویژه‌ای دارد. سرمایه‌ی اجتماعی پیوسته به شبکه‌های نزدیک، مانند خانواده و دوستان، اشاره دارد و می‌تواند حمایت عاطفی و منابع مالی اولیه را فراهم کند (Widiastuti et al., 2024). در مقابل، سرمایه‌ی

اجتماعی پل زنی شامل شبکه‌های گسترده و متنوعی مانند تأمین‌کنندگان، مشتریان و شرکای تجاری است که دسترسی به منابع و فرصت‌های جدید و توسعه‌ی فعالیت‌های تجاری را تسهیل می‌کند (Rijal et al., 2024).

این دو نوع سرمایه‌ی اجتماعی نقشی مکمل در فرایند کارآفرینی دارند؛ به‌گونه‌ای که سرمایه‌ی اجتماعی پیوسته، به‌ویژه در مراحل اولیه، پشتوانه‌ی عاطفی و منابع اولیه را فراهم می‌سازد و سرمایه‌ی اجتماعی پل زنی زمینه‌ی دسترسی به منابع خارجی، فرصت‌های جدید و گسترش فعالیت‌های کسب‌وکار را فراهم می‌کند؛ بنابراین، ترکیب این دو نوع سرمایه اجتماعی می‌تواند با تقویت شبکه‌های ارتباطی، ظرفیت کارآفرینان برای بهره‌گیری از فرصت‌های تجاری و مدیریت فرایند راه‌اندازی و رشد کسب‌وکار را افزایش دهد (Dobbin & Smith, 2021; Özdemir & BAŞAR, 2024).

تأثیر شبکه‌های اجتماعی

موفقیت کارآفرینی تا حد زیادی به توانایی فرد در بهره‌گیری مؤثر از شبکه‌های اجتماعی وابسته است. شبکه‌سازی کارآمد با تسهیل دسترسی به منابع، تبادل اطلاعات و دریافت حمایت می‌تواند در شکل‌گیری نیت کارآفرینی و تبدیل آن‌ها به اقدامات عملی نقش مهمی ایفا کند (Emami et al., 2023; Pandey, Uprety, & Risal, 2023).

شبکه‌های اجتماعی با فراهم کردن دسترسی به منابع مالی، اطلاعات تجاری و مشاوره می‌توانند ظرفیت کارآفرینان را برای مواجهه با محیط‌های پیچیده و پرچالش افزایش دهند. همچنین، حمایت‌های عاطفی و روانی حاصل از این شبکه‌ها می‌تواند در مواجهه با مشکلات و شکست‌های احتمالی، به حفظ انگیزه و تداوم فعالیت کارآفرینانه کمک کند (Cai et al., 2021; Yang et al., 2023). از این‌رو، بهره‌برداری مؤثر از شبکه‌های اجتماعی نه تنها دسترسی به منابع و شناسایی فرصت‌ها، بلکه رشد و پایداری کسب‌وکار را نیز تقویت می‌کند (Rijal, Utomo, & Ramdhani, 2024).

رابطه‌ی میان ابعاد اجتماعی و نیت کارآفرینی نوپا

ابعاد اجتماعی، به‌ویژه حمایت اجتماعی، نقش مهمی در شکل‌گیری و تقویت نیت کارآفرینی نوپا دارند. حمایت‌های دریافت‌شده از خانواده، دوستان و جامعه، از طریق فراهم کردن مشاوره، منابع مالی اولیه و حمایت عاطفی و اجتماعی، می‌تواند احساس امنیت و اعتماد به نفس فرد را افزایش دهد و احتمال تصمیم‌گیری برای شروع کسب‌وکار را تقویت کند (Cogan et al., 2022).

این نقش در شرایط بحرانی و پرفشار برجسته‌تر است؛ به گونه‌ای که حمایت اجتماعی می‌تواند به حفظ انگیزه و تداوم نیت کارآفرینانه کمک کند و در زنان نیز با تقویت اعتمادبه‌نفس و انگیزه‌ی ورود به کسب‌وکار ارتباط داشته باشد (Ślusarczyk et al., 2023).

ازسوی دیگر، تأثیر ابعاد اجتماعی بر نیت کارآفرینی را نمی‌توان مستقل از ویژگی‌های شخصی در نظر گرفت. ویژگی‌های مثلث تاریک شخصیت، شامل خودشیفتگی، ماکیاولیسم و سایکوپاتی، ممکن است در شرایط خاص نیت کارآفرینانه را تقویت کند، اما در صورت بروز افراطی می‌تواند، با ایجاد چالش‌های اخلاقی و اجتماعی، پایداری و موفقیت بلندمدت کسب‌وکار را تهدید کند؛ بنابراین، تعامل میان ویژگی‌های شخصی و حمایت‌های اجتماعی می‌تواند الگوهای متفاوتی از شکل‌گیری نیت کارآفرینی ایجاد کند و شناخت این تعامل برای طراحی برنامه‌های آموزشی و حمایتی مؤثر اهمیت دارد (Özdemir & Başar, 2024; Cogan et al., 2022).

در مجموع، بررسی هم‌زمان ابعاد اجتماعی و ویژگی‌های شخصی، چهارچوب جامع‌تری برای تبیین فرایندهای روان‌شناختی و اجتماعی مؤثر بر شکل‌گیری نیت کارآفرینی نوپا فراهم می‌کند.

نقش سرمایه‌ی اجتماعی

سرمایه‌ی اجتماعی، شامل شبکه‌ها، روابط و هنجارهای تسهیل‌کننده‌ی کنش جمعی، یکی از عوامل مهم مؤثر بر نیت کارآفرینی است. شواهد نشان می‌دهد سرمایه‌ی اجتماعی با تقویت توانایی کارآفرینان در شناسایی فرصت‌ها و انجام مؤثر فعالیت‌های کارآفرینانه ارتباط دارد. به‌ویژه، سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی، از طریق ایجاد ارتباطات فراتر از گروه‌های نزدیک، دسترسی به شبکه‌های متنوع‌تر، منابع و اطلاعات جدید را تسهیل کرده و می‌تواند به بهبود عملکرد کارآفرینانه کمک کند (Murad et al., 2024; Ostrom, 2000).

در محیط‌های پیچیده و رقابتی، توانایی ایجاد و حفظ شبکه‌های اجتماعی متنوع می‌تواند شناخت فرصت‌های کسب‌وکار و احتمال موفقیت کارآفرین را افزایش دهد. ازاین‌رو، شناخت نقش سرمایه‌ی اجتماعی و نحوه‌ی بهره‌گیری از آن می‌تواند به تقویت نیت کارآفرینی و طراحی برنامه‌های آموزشی و حمایتی مؤثر برای کارآفرینان نوپا کمک کند (Widiastuti et al., 2024).

تأثیر مثلث تاریک شخصیت بر نیت و رفتارهای کارآفرینی

مثلث تاریک شخصیت، شامل خودشیفتگی، ماکیاولیسم و روان‌پریشی، می‌تواند بر نیت و رفتارهای کارآفرینی اثرگذار باشد. افرادی که این ویژگی‌ها را برجسته‌تر بروز می‌دهند، به دلیل

گرایش بیشتر به ریسک‌پذیری و دستیابی به اهداف، ممکن است تمایل بیشتری به فعالیت‌های کارآفرینانه داشته باشند. برای نمونه، افراد خودشیفته، به دلیل احساس برتری و نیاز به تحسین، ممکن است به دنبال نقش‌های رهبری و فرصت‌های کارآفرینانه برای کسب اعتبار و منافع مالی باشند (Özdemir & BAŞAR, 2024; Hollebeek et al., 2022; Khawar et al., 2022).

خودشیفتگی و نیت کارآفرینی

خودشیفتگی با احساس استحقاق، خودبزرگ‌بینی، و نیاز به تحسین مشخص می‌شود و می‌تواند تمایل به موفقیت و فعالیت‌های کارآفرینانه را تقویت کند. افراد خودشیفته معمولاً، به دلیل اعتماد به توانایی‌های خود و کم‌برآوردکردن پیامدهای منفی احتمالی، ریسک‌پذیری بیشتری دارند؛ ویژگی‌ای که با عدم قطعیت ذاتی کارآفرینی هم‌خوان است و می‌تواند گرایش آنان را به فعالیت‌های کارآفرینانه افزایش دهد (Ali & Khan, 2023; Leung et al., 2021). همچنین، اعتمادبه‌نفس و ماهیت اجتماعی آنان می‌تواند به نوآوری و مواجهه مؤثر با چالش‌های کارآفرینانه کمک کند؛ باین‌حال، تمرکز افراطی بر موفقیت فردی ممکن است به تصمیم‌هایی منجر شود که برای همکاران یا سازمان پیامدهای منفی داشته باشد (Yang et al., 2024).

ماکیاولیسم و فعالیت‌های تجاری

ماکیاولیسم، با ویژگی‌هایی مانند دست‌کاری و تمرکز بر منافع شخصی، می‌تواند در شکل‌گیری نیت کارآفرینی نقش داشته باشد. افراد دارای ویژگی‌های ماکیاولیستی، با تمرکز بر دستاوردهای کوتاه‌مدت و تمایل به قدرت و ثروت، ممکن است کارآفرینی را راهبردی برای دستیابی به این اهداف بدانند (Wu et al., 2019). گرایش آنان به استفاده از تاکتیک‌های بهره‌جویانه و راهبردهای رقابتی می‌تواند در برخی موارد به موفقیت تجاری کوتاه‌مدت منجر شود اما ممکن است ملاحظات اخلاقی، مسئولیت اجتماعی و پایداری بلندمدت را تحت‌الشعاع قرار دهد (Jamshidi et al., 2024).

ازاین‌رو، اگرچه ویژگی‌های مثلث تاریک می‌توانند گرایش به فعالیت‌های کارآفرینانه و حتی موفقیت کوتاه‌مدت را تقویت کنند، پیامدهای اخلاقی و پایداری آن‌ها ضرورت توجه به این ویژگی‌ها را در آموزش و سیاست‌گذاری کارآفرینی برجسته می‌سازد.

روان‌پریشی و پیامدهای آن در کارآفرینی

روان‌پریشی، با ویژگی‌هایی مانند عدم تعلق عاطفی، و تکانشگری، رابطه‌ای دوجانه با فعالیت‌های کارآفرینانه دارد. اگرچه این ویژگی‌ها می‌توانند به تصمیم‌گیری‌های اخلاقی و روابط بین‌فردی آسیب برسانند، در محیط‌های پرخطر ممکن است با تحمل بیشتر ریسک و آمادگی برای اتخاذ تصمیم‌های دشوار همراه باشند؛ به‌ویژه در موقعیت‌هایی که قاطعیت و تمرکز بالا نیاز است (Razzaque, Lee, & Mangalaraj, 2024 Wainio- Theberge & Armony, 2024).
 بااین‌حال، بی‌توجهی به تعهدات اخلاقی و مسئولیت اجتماعی می‌تواند به آسیب شهرت، تضعیف روابط بلندمدت و نارضایتی ذی‌نفعان منجر شود، به‌ویژه زمانی که دستیابی به موفقیت کوتاه‌مدت بر پیامدهای بلندمدت ترجیح داده شود (Lingnau et al., 2017)؛ بنابراین، اگرچه برخی ویژگی‌های روان‌پریشی ممکن است در محیط‌های پرچالش کارآفرینی مزیت تلقی شوند، توجه به پیامدهای اخلاقی و اجتماعی آن‌ها ضروری است و برنامه‌های آموزشی و حمایتی باید میان بهره‌گیری از ظرفیت‌های بالقوه و کنترل پیامدهای منفی این ویژگی‌ها تعادل برقرار کنند.

پیشینه‌ی پژوهش

پژوهش‌های پیشین، در حوزه‌ی کارآفرینی، نقش ویژگی‌های شخصیتی و عوامل اجتماعی را در شکل‌گیری نیت و موفقیت کارآفرینانه بررسی کرده‌اند. این مطالعات عمدتاً بر ویژگی‌های مثبت شخصیت، ابعاد اجتماعی و، در سال‌های اخیر، ویژگی‌های مثلث تاریک شخصیت تمرکز داشته‌اند. در ادامه، مهم‌ترین مطالعات داخلی و خارجی با تأکید بر خلأ پژوهشی بررسی می‌شوند.

الف) تحقیقات داخلی

زارعی شمس‌آبادی، نوری و مولوی (۱۳۸۸) در بررسی رابطه‌ی شخصیت پویا با نیت کارآفرینی و موفقیت کارراهه، در کارکنان دانشگاه علوم پزشکی اصفهان، نشان دادند که شخصیت پویا، به‌ویژه در افراد دارای خودکارآمدی و انگیزه‌ی پیشرفت، با نیت کارآفرینی و موفقیت کارراهه رابطه‌ی معناداری دارد. زرین‌جوی الوار (۱۳۹۹) نیز با بررسی نقش میانجی پیشایندهای نیت کارآفرینی در رابطه با تجربه‌ی قبلی و نیت کارآفرینی اجتماعی نشان داد که تجربه‌ی مشکلات اجتماعی از طریق تعهد اخلاقی و خودکارآمدی بر نیت کارآفرینی اجتماعی اثر می‌گذارد. این دو

مطالعه، به ترتیب، بر ویژگی‌های فردی و پیشایندهای اجتماعی - روان‌شناختی تأکید داشته‌اند، اما ویژگی‌های تاریک شخصیت را بررسی نکرده‌اند.

خلیلی خضرآبادی و حسنی (۱۴۰۲) در مطالعه‌ای رابطه‌ی هویت اجتماعی کارآفرینانه با نیت کارآفرینی را نشان دادند که ابعاد هویت اجتماعی کارآفرینانه با نیت کارآفرینی رابطه‌ی مثبت و معنادار دارند و خودکارآمدی کارآفرینی در این رابطه نقش واسطه‌ای ایفا می‌کند؛ با این حال، ویژگی‌های مثلث تاریک شخصیت در مدل آنان لحاظ نشده است. در مقابل، احمدی آذر و جهان (۱۳۹۸) به بررسی تأثیر سه‌گانه تاریک شخصیت (شامل خودشیفتگی، ماکیاولیسم و روان‌پریشی) بر سلامت روان‌شناختی و عملکرد کارآفرینان پرداختند و بر پیامدهای منفی این ویژگی‌ها در سلامت روان و روابط بین‌فردی تأکید کردند؛ اما ارتباط آن‌ها با نیت کارآفرینی نوپا و سرمایه‌ی اجتماعی و شبکه‌های حمایتی را مدلسازی نکردند.

در مجموع، مطالعات داخلی عمدتاً یا بر ویژگی‌های مثبت شخصیت، خودکارآمدی و هویت اجتماعی تمرکز داشته‌اند یا در موارد محدود، پیامدهای منفی مثلث تاریک را بررسی کرده‌اند؛ بنابراین، مدلی یکپارچه برای تبیین نیت کارآفرینی نوپا، براساس تعامل ویژگی‌های مثلث تاریک شخصیت با ابعاد اجتماعی، سرمایه‌ی اجتماعی و شبکه‌سازی ارائه نشده است.

ب) تحقیقات خارجی

ویدیاسوتی^۴ و همکاران (۲۰۲۴) با بررسی نقش نوآوری و کارآفرینی اجتماعی در عملکرد شرکت‌های دولتی اندونزی بر ظرفیت کارآفرینی اجتماعی برای ایجاد فرصت‌های اقتصادی پایدار تأکید کردند. آواوری^۵ و همکاران (۲۰۲۳) نیز نشان دادند که سرمایه‌ی اجتماعی و ارتباطات اجتماعی مثبت می‌توانند از طریق شبکه‌های حمایتی، کارآفرینی نوظهور را، به‌ویژه در جوامع مواجه با مشکلات اجتماعی، تسهیل کنند.

در حوزه‌ی ویژگی‌های تاریک شخصیت، اولومکور^۶ و همکاران (۲۰۲۳) نشان دادند که ماکیاولیسم و روان‌پریشی ممکن است موفقیت کوتاه‌مدت کارآفرینانه را تسهیل کنند، اما پیامدهای اخلاقی

^۴ . Wdi ast ut i

^۵ . Awaworyi

^۶ . Olumekor

و اجتماعی آن‌ها می‌تواند در بلندمدت به سازمان و جامعه آسیب برساند. هولیبیک^۷ و همکاران (2022) نیز دریافتند که خودشیفتگی، ماکیاولیسم و روان‌پریشی، باوجود ایجاد ظرفیت‌هایی برای جلب توجه و تأثیرگذاری بر ذی‌نفعان، می‌توانند پیامدهای اخلاقی و اجتماعی نامطلوبی برای پایداری کسب‌وکار داشته باشند. خاور^۸ و همکاران (2022) نیز رابطه‌ی ویژگی‌های تاریک شخصیت با نیت کارآفرینی را بررسی و تأثیر مستقیم آن‌ها بر تمایل به راه‌اندازی کسب‌وکار را گزارش کردند.

چینتا و کولیر^۹ (2022) با ارائه‌ی مدلی مفهومی برای شناسایی پیشایندهای کارآفرینی نوظهور، بر تعامل پیچیده ویژگی‌های شخصیتی و عوامل محیطی تأکید کردند. آیزن^{۱۰} (2022) نیز، در چهارچوب نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی‌شده، نقش کنترل رفتاری ادراک‌شده، خودکارآمدی و لذت کنترل را در شکل‌گیری نیت کارآفرینی بررسی کرد.

مقایسه‌ی مطالعات خارجی نشان می‌دهد که یک جریان پژوهشی (Widiastuti et al., 2024 ; Awaworyi et al., 2023) بر نقش سرمایه‌ی اجتماعی و کارآفرینی اجتماعی تأکید دارد، درحالی‌که جریان دیگر (Khawar ; Hollebeek et al., 2022 ; Olumekor et al., 2023 ; et al., 2022) بر ویژگی‌های تاریک شخصیت متمرکز است. مطالعاتی مانند چینتا و کولیر (2022) و آیزن (2022) تلاش کرده‌اند عوامل مختلف را تلفیق کنند، اما همچنان تعامل نظام‌مند مثلث تاریک شخصیت با ابعاد اجتماعی (به‌ویژه سرمایه اجتماعی پیوسته و پل‌زنی) در شکل‌گیری نیت کارآفرینی نوپا به‌صورت یکپارچه مدل‌سازی نشده است. علاوه بر این، اکثر این پژوهش‌ها در بسترهای غیرایرانی انجام شده‌اند و بافتار پارک‌های علم و فناوری ایران، به‌ویژه مناطق کمتر برخوردار مانند خراسان جنوبی، در آن‌ها غایب است.

بررسی انتقادی مطالعات داخلی و خارجی نشان می‌دهد که پژوهش‌های پیشین عمدتاً بر یکی از دو محور ویژگی‌های شخصیتی (از جمله مثلث تاریک) یا سرمایه‌ی اجتماعی و شبکه‌های حمایتی تمرکز داشته‌اند. مطالعات داخلی بیشتر به شخصیت پویا، هویت اجتماعی و خودکارآمدی را

^۷ . Hollebeek

^۸ . Khawar

^۹ . Chinta

^{۱۰} . Ajzen

بررسی کرده و در موارد محدودی به پیامدهای منفی مثلث تاریک پرداخته‌اند؛ مطالعات خارجی نیز عمدتاً این دو دسته عوامل را به صورت جداگانه مطالعه کرده‌اند. از این رو، مدلی یکپارچه برای تبیین نیت کارآفرینی نوپا براساس تعامل ابعاد اجتماعی (سرمایه اجتماعی پیوسته و پل‌زنی، شبکه‌سازی و حمایت اجتماعی) با مثلث تاریک شخصیت (خودشیفتگی، ماکیاولیسم و روان‌پریشی) ارائه نشده است.

این خلأ در بستر پارک‌های علم و فناوری ایران، به ویژه خراسان جنوبی، برجسته‌تر است. پژوهش حاضر، با ارائه‌ی مدلی یکپارچه برای تبیین نیت کارآفرینی نوپا، درصدد پرکردن این خلأ نظری و تجربی و تبیین تعامل میان عوامل اجتماعی و ویژگی‌های مثلث تاریک شخصیت در این بستر است.

روش‌شناسی پژوهش

پژوهش حاضر با رویکرد کیفی و روش نظریه‌ی داده‌بنیاد نظام‌مند اشتراوس و کوربین (1998) انجام شد و هدف طراحی مدل مفهومی نیت کارآفرینی نوپا، با تأکید بر ابعاد اجتماعی و تأثیرات مثلث تاریک شخصیت، در بستر پارک علم و فناوری خراسان جنوبی بود.

بستر مطالعه، شرکت‌های نوپای مستقر در پارک علم و فناوری استان خراسان جنوبی واقع در شهر بیرجند بود. این پارک در سال ۱۳۸۹ باهدف حمایت از کسب و کارهای دانش‌بنیان، تجاری‌سازی ایده‌های نوآورانه و ایجاد پیوند میان دانشگاه، صنعت و بازار در این استان مرزی تأسیس شده است (سایت رسمی پارک علم و فناوری خراسان جنوبی، ۱۴۰۴). در نیمه‌ی دوم سال ۱۴۰۴، شصت و سه شرکت و واحد فناور فعال پارک مستقر بودند که در قالب هسته‌های فناور، استارت‌آپ‌ها و واحدهای فناور مستقل فعالیت می‌کردند (گزارش سالانه پارک علم و فناوری خراسان جنوبی، ۱۴۰۴). این واحدها عمدتاً در چهار حوزه فعالیت داشتند:

۱. فناوری اطلاعات و ارتباطات (ICT) - شامل توسعه‌ی نرم‌افزارهای سفارش، پلتفرم‌های آنلاین، هوش مصنوعی کاربردی و سامانه‌های خدماتی (۳۸ درصد)؛
۲. کشاورزی و صنایع تبدیلی - باتکیه بر مزیت نسبی استان در زعفران، عنب، زرشک و گیاهان دارویی (۲۹ درصد)؛
۳. صنایع خلاق و فرهنگی - شامل تولید محتوای دیجیتال، انیمیشن و صنایع دستی هوشمند (۱۸ درصد)؛

۴. آب، انرژی‌های تجدیدپذیر و محیط‌زیست - به دلیل شرایط اقلیمی کویری استان و بحران‌های آبی (۱۵ درصد).

از این تعداد، ۳۹ شرکت (۶۲ درصد) در مرحله‌ی پیش‌رشد و ۲۴ شرکت (۳۸ درصد) در مرحله‌ی رشد قرار داشتند.

جدول ۱: ترکیب شرکت‌های فعال در پارک علم و فناوری خراسان جنوبی (نیمه دوم ۱۴۰۴)

حوزه فعالیت	تعداد شرکت	درصد	مرحله‌ی پیش‌رو	مرحله‌ی رشد
فناوری اطلاعات و ارتباطات	۲۴	۳۸ درصد	۱۴	۱۰
کشاورزی و صنایع تبدیلی	۱۸	۲۹ درصد	۱۲	۶
صنایع خلاق و فرهنگی	۱۱	۱۸ درصد	۷	۴
آب، انرژی و محیط زیست	۱۰	۱۵ درصد	۶	۴
جمع کل	۶۳	۱۰۰ درصد	۳۹	۲۴

(منبع: پژوهش‌های محقق)

جامعه‌ی پژوهش شامل بنیان‌گذاران، مدیران و کارشناسان کلیدی شرکت‌های نوپای مستقر در پارک علم و فناوری خراسان جنوبی بود. نمونه‌گیری به صورت هدفمند و نظری تا رسیدن به اشباع نظری ادامه یافت. معیارهای ورود شامل حداقل سه سال سابقه در حوزه‌ی کارآفرینی یا مدیریت شرکت‌های نوپا، آشنایی عمیق با فضای کارآفرینی پارک و تمایل به مشارکت در مصاحبه‌ی عمیق بود. در نهایت، با ۱۵ نفر (شامل ۵ زن و ۱۰ مرد) مصاحبه شد. تمامی مصاحبه‌شوندگان دارای مدرک دکتری تخصصی بودند و ۷۳ درصد آنان بیش از ۱۵ سال سابقه‌ی کاری داشتند.

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها مصاحبه‌ی نیمه‌ساختاریافته بود که براساس ادبیات نظری و اهداف پژوهش طراحی گردید. پرسش‌ها بر ویژگی‌های شخصیتی مؤثر بر نیت کارآفرینی، با تأکید بر مثلث تاریک شخصیت، نقش سرمایه‌ی اجتماعی، شبکه‌های حمایتی و هنجارهای محلی، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر و راهبردها و پیامدهای نیت کارآفرینی متمرکز بودند. مصاحبه‌ها به صورت حضوری و با میانگین ۶۰ تا ۹۰ دقیقه انجام، با رضایت مشارکت‌کنندگان ضبط و به طور کامل پیاده‌سازی شدند. برای افزایش اعتبار داده‌ها از بررسی توسط مشارکت‌کنندگان، مثلث‌سازی

داده‌ها با اسناد و گزارش‌های پارک و بازبینی دو متخصص کارآفرینی و روش تحقیق کیفی استفاده شد. تحلیل داده‌ها مطابق الگوی سه مرحله‌ای اشتراوس و کوربین (شامل کدگذاری باز، محوری و انتخابی) انجام گرفت. در کدگذاری باز، متن مصاحبه‌ها خطبه‌خط بررسی و مفاهیم معنادار استخراج شد که در مجموع ۱۲۸ کد باز به دست آمد. سپس با مقایسه‌ی مستمر، کدهای مرتبط در قالب مقوله‌های فرعی و اصلی سازمان‌دهی و در چهارچوب شش عنصر پارادایمی (شامل شرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها) قرار گرفتند. این مرحله به شناسایی ۲۵ کد محوری انجامید.

در کدگذاری انتخابی، مقوله‌های محوری حول پدیده محوری «نیات کارآفرینی نوپا» یکپارچه و روابط میان آن‌ها در قالب مدل مفهومی نهایی ترسیم شد. در این مرحله ۱۰ کد انتخابی استخراج شد که ساختار کلی مدل را شکل دادند.

تحلیل داده‌ها و یافته‌ها

تحلیل داده‌ها به صورت تدریجی و با مقایسه مستمر کدها و مفاهیم حاصل از مصاحبه‌های متوالی انجام شد تا مفاهیم تکمیل و درک منسجمی از پدیده پژوهش حاصل شود.

کدگذاری باز

کدگذاری باز، نخستین مرحله‌ی تحلیل و در نظریه‌ی داده‌بنیاد (براساس رویکرد اشتراوس و کوربین، ۱۹۹۸) است که طی آن داده‌های خام به صورت نظام‌مند بررسی و مفاهیم و الگوهای اولیه شناسایی و برچسب‌گذاری می‌شوند. در این پژوهش، داده‌های مصاحبه‌ها با دقت بررسی و مفاهیم معنادار و تکرارشونده استخراج و به عنوان کدهای اولیه ثبت شدند. در مجموع، ۱۲۸ کد باز شناسایی شد که مبنای کدگذاری محوری و شکل‌گیری مقوله‌های اصلی در مراحل بعدی قرار گرفتند.

بخشی از گزاره‌های کلامی مصاحبه‌شوندگان	کدگذاری باز
افراد با اعتماد به نفس بالا معمولاً تصمیمات قاطع‌تری می‌گیرند و توانایی بیشتری در مقابله با موانع و چالش‌ها از خود نشان می‌دهند.	اعتماد به نفس
افرادی که دارای شجاعت و روحیه ریسک‌پذیری هستند، بیشتر مایلند فرصت‌های جدید را امتحان کنند و از شکست‌ها درس بگیرند.	شجاعت و ریسک‌پذیری

خودکنترلی	خودکنترلی بالا به افراد کمک می‌کند تا در شرایط استرس‌زا یا فشارهای اجتماعی، تصمیمات منطقی‌تری بگیرند و احساسات خود را مدیریت کنند.
هوش هیجانی	کسانی که از هوش هیجانی بالایی برخوردارند، می‌توانند احساسات دیگران را بهتر درک کنند و ارتباطات مؤثرتری برقرار کنند.

جدول ۲: بخشی از کدگذاری داده‌های کیفی حاصل از مصاحبه‌ی نیمه‌ساختاریافته
(منبع: پژوهش‌های محقق)

کدگذاری محوری

کدگذاری محوری، پس از کدگذاری باز، باهدف شناسایی و تبیین روابط میان کدها و مقوله‌های استخراج‌شده و سازمان‌دهی آن‌ها در قالب مدل پارادایمی اشتراوس و کوربین انجام شد. در این مرحله، کدهای مرتبط در قالب مقوله‌های فرعی و اصلی سازمان‌دهی و روابط آن‌ها براساس شرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای و مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها تحلیل شد. این فرایند به ایجاد ساختاری منسجم برای تبیین روابط میان مقوله‌ها و شکل‌گیری مدل مفهومی پژوهش انجام شد. در این مرحله، ۲۵ کد محوری شناسایی شد که مبنای تبیین ساختار و روابط پدیده‌ی مورد مطالعه در مراحل بعدی قرار گرفتند.

جدول ۳: مفاهیم مرتبط با شرایط علی

فراوانی	مقوله‌ی فرعی	مقوله‌ی اصلی	مقوله‌ی کلی
-	ویژگی‌های شخصیتی مثلث تاریک (خودشیفتگی، ماکیاولیسم، سایکاپاتی)	ویژگی‌های تاریک شخصیتی	شرایط علی
۵	خودشیفتگی		
۴	ماکیاولیسم		
۲	سایکاپاتی		
۴	فردگرایی شدید		
-	ویژگی‌های شخصیتی مثبت (اعتماد به نفس، شجاعت، ریسک‌پذیری)	ویژگی‌های شخصیتی مثبت	
۸	اعتماد به نفس		
۷	شجاعت و ریسک‌پذیری		
۵	خودکنترلی		
۴	هوش هیجانی		
-	حمایت اجتماعی و شبکه‌های ارتباطی (خانواده، دوستان، جامعه)	سرمایه اجتماعی	

		شبکه‌های اجتماعی	۶
		سرمایه‌ی اجتماعی	۵
		حمایت عاطفی	۸
		همبستگی اجتماعی	۳
	سازگاری با تغییرات	تجربه‌های گذشته در مواجهه با بحران‌ها و مشکلات	۳
		قدرت تصمیم‌گیری در شرایط عدم قطعیت	۵
		توانایی حل مسائل پیچیده	۴
		توانایی سازگاری با تغییرات و شرایط جدید	۴

(منبع: پژوهش‌های محقق)

یافته‌های کدگذاری محوری نشان می‌دهد که شرایط علی شکل‌گیری نیت کارآفرینی نوپا در بستر مورد مطالعه، ترکیبی از ویژگی‌های شخصیتی تاریک و مثبت و سرمایه‌ی اجتماعی است (جدول ۳). ویژگی‌های مثلث تاریک شخصیت (خودشیفتگی، ماکیاولیسم و سایکوپاتی) ماهیتی دوسویه داشتند: به گونه‌ای که خودشیفتگی با افزایش اعتماد به نفس و تمایل به برجسته‌سازی فرد، انگیزه‌ی ورود به کارآفرینی را تقویت می‌کند در حالی که ماکیاولیسم و سایکوپاتی، با افزایش ریسک‌پذیری و دست‌کاری روابط، می‌توانند هم تسهیل‌گر و هم تهدیدکننده پایداری کسب‌وکار باشند. این یافته با مطالعات هولیبیک و همکاران (2022) و خاور و همکاران (2022) درباره‌ی نقش دوسویه‌ی مثلث تاریک در کارآفرینی هم‌خوانی دارد اما در بستر پارک علم و فناوری خراسان جنوبی این ویژگی‌ها در تعامل با هنجارهای اعتماد بین‌فردی و شبکه‌های خویشاوندی معنا می‌یابند.

در کنار ویژگی‌های تاریک، اعتماد به نفس، شجاعت و ریسک‌پذیری، خودکنترلی و هوش هیجانی نیز به عنوان شرایط علی برجسته شدند که با تأکید نظریه‌ی رفتار برنامه‌ریزی‌شده‌ی آیزن (1991) بر نگرش‌ها و کنترل رفتاری ادراک‌شده ارتباط دارند. همچنین سرمایه‌ی اجتماعی (شبکه‌های اجتماعی، حمایت عاطفی و همبستگی اجتماعی) از قوی‌ترین شرایط علی بود؛ یافته‌ای هم‌سو با دیدگاه پوتنام و بوردیو که نشان می‌دهد در محیط‌های متکی بر سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی، حمایت‌های محلی نقش مهمی در شکل‌گیری نیت کارآفرینی ایفا می‌کنند.

جدول ۴: مفاهیم مرتبط با شرایط زمینه‌ای

فراوانی	مقوله‌ی فرعی	مقوله‌ی اصلی	مقوله‌ی کلی
---------	--------------	--------------	-------------

زمینه‌ای	بحران‌ها و تحولات اقتصادی	-	شرایط اجتماعی و اقتصادی (بحران‌ها، تحولات اقتصادی، نیاز به تغییرات در کسب‌وکارها)
		۵	تغییرات سریع در بازار
		۴	رکود اقتصادی
		۴	فشار رقابتی
		۷	نوسانات قیمت در منابع
		۶	تغییرات سیاسی و قانونی
		۵	تحولات تکنولوژیکی
		۲	ظرفیت‌های اقتصادی محلی
		۱	افزایش نیاز به کسب‌وکارهای نوپا در شرایط اقتصادی
	تعامل جنسیت و حمایت‌های اجتماعی	-	تفاوت‌های جنسیتی در دریافت حمایت‌های اجتماعی (زنان بیشتر به حمایت‌های اجتماعی نیاز دارند)
		۲	نیازهای زنان در کسب‌وکار
		۳	حمایت‌های اجتماعی زنانه
		۸	موانع فرهنگی و اجتماعی
		۱	توقعات اجتماعی برای زنان در کارآفرینی
		۵	نقش خانواده در حمایت از کارآفرینان زن
		۴	حمایت‌های مالی اجتماعی برای زنان
		۱	نیاز به الگوهای نقش برای زنان کارآفرین
		۳	ساختارهای اجتماعی مردانه در جوامع مختلف
		۴	سیاست‌های حمایتی دولت از زنان کارآفرین
		۵	تسهیلات ویژه برای کارآفرینی زنان
		۳	تأثیر الگوهای فرهنگی بر کارآفرینی زنان
		۱	تفاوت‌های آموزشی در بین زنان و مردان
		۴	چالش‌های اجتماعی در ایجاد کسب‌وکارهای زنان
		۲	نقش شبکه‌های اجتماعی در حمایت از زنان کارآفرین
	ظرفیت‌ها و چالش‌های بازار	۴	دسترسی به بازارهای جهانی
		۲	تغییرات در تقاضای مصرف‌کنندگان
		۱	شرایط دسترسی به منابع طبیعی
		۴	توانمندی‌ها و منابع اقتصادی محلی
		۵	ساختار بازار و رقابت در آن
	تغییرات و تحولات در بازارهای کارآفرینی	۴	عوامل تأثیرگذار بر تغییرات در کسب‌وکارها
		۳	تغییرات در نیروی کار و مهارت‌های مورد نیاز در بازار کار

	تحولات فرهنگی و اجتماعی	رویکردهای نوین در مدیریت منابع انسانی	۱
		تحولات فرهنگی در نگرش به کارآفرینی	۳
		اثر تغییرات اجتماعی بر کارآفرینی	۲
		نقش نهادهای اجتماعی در حمایت از کسب و کارها	۵

(منبع: پژوهش‌های محقق)

شرایط زمینه‌ای (جدول ۴) عمدتاً حول محور بحران‌ها و تحولات اقتصادی، تعامل جنسیت و حمایت‌های اجتماعی، و ظرفیت‌ها و چالش‌های بازار شکل گرفته است. نوسانات اقتصادی، رکود، فشار رقابتی و تحولات تکنولوژیکی، فضای عدم قطعیت را ایجاد می‌کنند که هم می‌تواند محرک کارآفرینی باشد و هم مانع آن. یافته‌های مرتبط با تفاوت‌های جنسیتی نشان می‌دهد زنان کارآفرین در این بستر بیش از مردان به حمایت‌های اجتماعی و خانوادگی وابسته‌اند که با مطالعات پیشین در زمینه کارآفرینی زنان در جوامع سنتی هم‌خوانی دارد. این شرایط زمینه‌ای بستر خاصی را فراهم می‌کنند که در آن تعامل ویژگی‌های شخصیتی با منابع اجتماعی معنا می‌یابد و بر اهمیت در نظر گرفتن بافتار محلی در مدل‌های کارآفرینی تأکید می‌ورزد.

جدول ۵: مفاهیم مرتبط با شرایط مداخله‌گر

فراوانی	مقوله‌ی فرعی	مقوله‌ی اصلی	مقوله‌ی کلی
۵	ویژگی‌های شخصیتی مثبت یا منفی (خودشیفتگی و تأثیرات منفی آن)	ویژگی‌های شخصیتی و تأثیرات آن بر رفتار کارآفرینی	مداخله‌ای
۸	اعتماد به نفس		
۷	شجاعت و ریسک‌پذیری		
۶	خودکنترلی		
۵	هوش هیجانی		
۵	تجربیات شغلی گذشته در مدیریت	تجربیات فردی و مهارت‌ها	
۸	یادگیری از شکست‌ها و موفقیت‌ها		
۴	تجربه کار در بازارهای مختلف		
۴	ارتقاء مهارت‌های فنی و تخصصی		
۳	گسترش شبکه‌های کاری از همایش‌ها	شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات	
۴	بهره‌گیری از روابط اجتماعی برای جذب منابع		
۴	استفاده از شبکه‌های آنلاین برای ارتباط با سرمایه‌گذاران		
۱	تشکیل گروه‌های مشاوره‌ای آنلاین		

	خلاقیت و نوآوری در مقابله با چالش‌ها	آزمایش راه‌حل‌های نوآورانه	۲
		طراحی محصولات جدید	۵
		به‌روزرسانی مداوم استراتژی‌ها	۴
		وارد کردن نوآوری به فرآیند کسب‌وکار	۳
	سرمایه‌گذاری و منابع مالی	جذب سرمایه‌گذاران خصوصی	۷
		استفاده از کراودفاندینگ	۱
		همکاری با نهادهای مالی	۳
		استفاده از وام‌ها و تسهیلات بانکی	۴
	قدرت تصمیم‌گیری	توانایی تصمیم‌گیری سریع	۵
		اعتماد به نفس در تصمیمات استراتژیک	۳
		مدیریت ریسک‌ها در تصمیم‌گیری‌ها	۴
		انعطاف‌پذیری در اصلاح تصمیمات	۲

(منبع: پژوهش‌های محقق)

شرایط مداخله‌گر (جدول ۵) شامل ویژگی‌های شخصیتی و تأثیرات آن‌ها، تجربیات فردی و مهارت‌ها، شبکه‌های اجتماعی و ارتباطات، خلاقیت و نوآوری، سرمایه‌گذاری و منابع مالی، و قدرت تصمیم‌گیری است. این عوامل می‌توانند مسیر حرکت از نیت به عمل کارآفرینانه را تسهیل یا مختل کنند. برای نمونه، تجربیات گذشته در مدیریت شکست‌ها و موفقیت‌ها همچون یک عامل مداخله‌گر قوی عمل می‌کند و با مفهوم یادگیری تجربی در ادبیات کارآفرینی هم‌سو است. همچنین بهره‌گیری از شبکه‌های اجتماعی برای جذب منابع، نشان‌دهنده‌ی نقش میانجی سرمایه اجتماعی در تبدیل ویژگی‌های شخصیتی به نیت عملی است.

جدول ۶: مفاهیم مرتبط با راهبردها

مقوله‌ی اصلی	مقوله‌ی فرعی	مقوله‌ی کلی	فراوانی
راهبردها	هم‌بستگی اجتماعی در کسب‌وکارهای نوپا	جذب منابع از طریق سرمایه اجتماعی	۴
		روابط بین فردی در شبکه‌های اجتماعی	۵
		ایجاد گروه‌های حمایتی برای کارآفرینان	۲
		بهره‌گیری از منابع انسانی متخصص	۴
		گسترش شبکه‌های کاری از طریق همکاری	۳
	توسعه‌ی شراکت‌ها و همکاری‌ها	شراکت و ارتباطات تجاری	۳
		راه‌اندازی کسب‌وکارهای مشترک	۲
		تأمین مالی از شرکای تجاری	۱

		بهره‌برداری از تجربه‌های شرکای تجاری	۱
		ایجاد روابط بلندمدت با شرکای تجاری	۱
	طراحی برنامه‌های حمایتی و آموزشی	تمرکز بر ویژگی‌های شخصیتی در آموزش	۲
		آموزش ویژگی‌های شخصیتی مثبت	۲
		مشاوره‌ی فردی برای کارآفرینان نوپا	۵
		برگزاری کارگاه‌های رهبری	۴
		مشاوره در مدیریت بحران‌ها	۴
	آموزش و تحلیل ویژگی‌های شخصیتی	تمرکز بر ویژگی‌های شخصیتی تاریک در آموزش	۵
		آموزش مقابله با ویژگی‌های شخصیتی تاریک	۳
		ارزیابی ویژگی‌های شخصیتی در جذب سرمایه‌گذاران	۴
		طراحی برنامه‌های آموزشی بر اساس ویژگی‌های شخصیتی	۱
		مشاوره برای کاهش ویژگی‌های منفی شخصیتی	۲

(منبع: پژوهش‌های محقق)

راهبردهای شناسایی‌شده (جدول ۶) عمدتاً بر هم‌بستگی اجتماعی، توسعه‌ی شراکت‌ها، طراحی برنامه‌های حمایتی و آموزشی، و آموزش و تحلیل ویژگی‌های شخصیتی متمرکزند. این راهبردها بیانگر آن است که کارآفرینان نوپا در این بستر برای غلبه بر محدودیت‌ها، بیش از اتکا به منابع رسمی، به شبکه‌های غیررسمی و محلی روی می‌آورند. پیامدها (جدول ۷) نیز طیف گسترده‌ای از نتایج فردی (افزایش اعتمادبه‌نفس، رضایت از زندگی) تا نتایج اجتماعی - اقتصادی (اشتغال‌زایی، بهبود وضعیت اقتصادی) را در برمی‌گیرد که نشان‌دهنده‌ی چندبعدی بودن پیامدهای نیت کارآفرینی است.

جدول ۷: مفاهیم مرتبط با پیامدها

مقوله‌ی کل	مقوله‌ی اصلی	مقوله‌ی فرعی	فراوانی
پیامد	تقویت انگیزه‌های فردی و نتایج مثبت در کارآفرینی	افزایش اعتماد به نفس	۶
		موفقیت در پروژه‌ها	۴
		دستاوردهای مالی	۶
		رشد اجتماعی	۳
		ارتقای خودشناسی	۱

	موفقیت‌های اقتصادی و اجتماعی	ایجاد اشتغال	۷
		بهبود وضعیت اقتصادی	۶
		ارتقاء سطح زندگی	۴
		رشد درآمد	۶
		بهبود دسترسی به منابع	۳
	ارتقای اجتماعی و اقتصادی از طریق کارآفرینی	ارتقاء اجتماعی فرد	۲
		اشتغال‌زایی	۹
		بهبود کیفیت زندگی	۵
		رشد و توسعه مهارت‌های فردی	۴
		توانمندسازی	۵
	توسعه توانمندی‌های مدیریتی و رهبری	تقویت مهارت‌های مدیریتی	۴
		افزایش تجربه رهبری تیم‌ها	۲
		بهبود فرایندهای تصمیم‌گیری	۲
		توانمندسازی تیم	۱
		تقویت توانایی‌های استراتژیک	۱
	تأثیر کارآفرینی بر وضعیت روانی و اجتماعی فرد	بهبود عزت نفس	۲
		کاهش استرس و اضطراب	۱
		رضایت از زندگی	۲
		تقویت انگیزه برای تحقق اهداف بلندمدت	۴
		احساس موفقیت و تحقق آرزوها	۳

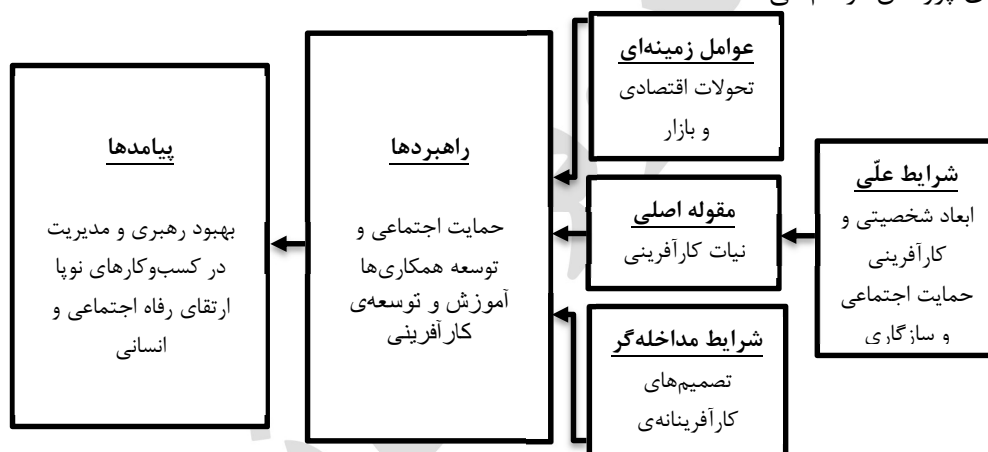
(منبع: پژوهش‌های محقق)

کدگذاری انتخابی

کدگذاری انتخابی مرحله‌ی نهایی تحلیل در نظریه‌ی داده‌بنیاد است که طی آن مقوله‌های محوری حول پدیده محوری «نیات کارآفرینی نوپا» یکپارچه و روابط میان آن‌ها در قالب یک روایت و مدل مفهومی منسجم تبیین می‌شوند. در این پژوهش، ۱۰ کد انتخابی استخراج شد که ساختار کلی مدل مفهومی را شکل دادند و روابط میان ابعاد اجتماعی، ویژگی‌های شخصیتی مثبت و منفی و مؤلفه‌های مثلث تاریک شخصیت را (روان‌پریشی، خودشیفتگی و ماکیاولیسم) نشان

دادند.

مدل نهایی براساس چهارچوب پارادایمی نظریه‌ی داده‌بنیاد شامل شرایط علی، پدیده محوری، شرایط زمینه‌ای، شرایط مداخله‌گر، راهبردها و پیامدها ترسیم شد و تعامل این عناصر را در شکل‌گیری نیت کارآفرینی نوپا نشان می‌دهد. این مدل چهارچوبی برای تبیین نقش ابعاد اجتماعی و ویژگی‌های شخصیتی در شکل‌گیری نیت کارآفرینی و مبنایی برای ارائه‌ی دلالت‌های کاربردی پژوهش فراهم می‌کند.



شکل ۱: مدل پارادایمی پژوهش

نتیجه‌گیری

این پژوهش، با هدف طراحی و تحلیل مدل مفهومی نیت کارآفرینی نوپا و با تأکید بر ابعاد اجتماعی و تأثیرات مثلث تاریک شخصیت، در بستر پارک علم و فناوری خراسان جنوبی انجام شد. داده‌ها از طریق مصاحبه با ۱۵ نفر از بنیان‌گذاران شرکت‌های نوپا گردآوری و با رویکرد نظریه‌ی داده‌بنیاد تحلیل شد که حاصل آن استخراج ۱۲۸ کد باز، ۲۵ کد محوری و ۱۰ کد انتخابی بود. یافته‌ها نشان دادند که شکل‌گیری نیت کارآفرینی نوپا فرایندی چندبعدی است که از تعامل ویژگی‌های شخصیتی، سرمایه‌ی اجتماعی، شبکه‌های ارتباطی و شرایط فرهنگی - اجتماعی محیط تأثیر می‌پذیرد.

نتایج نشان داد خودشیفتگی، ماکیاولیسم و روان‌پریشی در برخی بنیان‌گذاران می‌تواند از طریق افزایش رقابت‌جویی، ریسک‌پذیری، اعتماد به توانایی‌های فردی و تمرکز بر اهداف، نیت ورود به کسب‌وکار را تقویت کند؛ بااین‌حال، تداوم یا شدت این ویژگی‌ها می‌تواند پیامدهای اخلاقی و اجتماعی و در نهایت تهدیدهایی برای پایداری کسب‌وکار ایجاد کند. این یافته‌ها با نتایج پژوهش‌های وو و همکاران (2019)، کای و همکاران (2021)، هولیبیک و همکاران (2022) و خاور و همکاران (2022) هم‌سو است و بر ماهیت دوسویه و زمینه‌مند مثلث تاریک در کارآفرینی تأکید دارد؛ بنابراین، ویژگی‌های شخصیتی تاریک را نمی‌توان صرفاً عامل تقویت‌کننده یا تضعیف‌کننده نیت کارآفرینی دانست بلکه پیامد آن‌ها به نحوه‌ی بروز ویژگی‌ها و تعاملشان با محیط اجتماعی بستگی دارد.

در بعد اجتماعی، حمایت‌های اجتماعی، شبکه‌های ارتباطی و سرمایه‌ی اجتماعی پیوندی و پل‌زنی از عوامل مهم شکل‌گیری و تقویت نیت کارآفرینی شناسایی شدند. در بستر خراسان جنوبی، روابط خانوادگی، خویشاوندی و همسایگی، علاوه بر تأمین حمایت عاطفی و روانی، دسترسی به منابع و اطلاعات را تسهیل و در شرایط بحرانی به حفظ انگیزه کارآفرینان کمک می‌کنند. سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زنی نیز، با ایجاد ارتباط با افراد و منابع خارج از شبکه‌های نزدیک، زمینه‌ی شناسایی فرصت‌ها و توسعه‌ی فعالیت‌های تجاری را فراهم می‌سازد. این یافته با نتایج امامی و همکاران (2023)، کوگان و همکاران (2022) و آواوری و همکاران (2023) هم‌راستا است. همچنین، در نمونه‌ی مورد مطالعه، حمایت اجتماعی برای زنان بنیان‌گذار، به‌ویژه در شرایط بحرانی، اهمیت بیشتری داشت.

علاوه بر ویژگی‌های شخصیتی، نتایج این پژوهش نشان داد که حمایت‌های اجتماعی و شبکه‌های اجتماعی در فرهنگ بومی خراسان جنوبی (با تأکید بر ساختارهای خویشاوندی و همسایگی) نقش کلیدی در تقویت نیت کارآفرینی ایفا می‌کنند. بنیان‌گذارانی که از حمایت خانواده و شبکه‌های فامیلی در بیرجند برخوردار بودند، به‌ویژه در شرایط بحرانی، انگیزه‌ی بیشتری برای شروع کسب‌وکار دارند. حمایت‌های اجتماعی می‌تواند، از طریق افزایش اعتماد به نفس و کاهش احساس تنهایی و ناامیدی، افراد را برای ورود به عرصه‌ی کارآفرینی تشویق کند. همچنین، سرمایه‌ی اجتماعی، به‌ویژه از نوع پیوسته و پل‌زنی، می‌تواند فرصت‌های تجاری جدیدی ایجاد و دسترسی به منابع، اطلاعات و ایده‌های نوین را تسهیل نماید. این امر به‌ویژه در شرایطی که افراد

به منابع مالی و مشاوره نیاز دارند حیاتی است. در نمونه‌ی مورد مطالعه، زنان بنیان‌گذار شرکت‌های نوپای مستقر در پارک علم و فناوری خراسان جنوبی، به‌ویژه در شرایط بحرانی، به حمایت‌های اجتماعی بیشتری نیاز داشتند بنابراین، توجه به تقویت شبکه‌های اجتماعی و حمایت‌های اجتماعی برای تقویت نیت کارآفرینی، به‌ویژه در زمان‌های دشوار، امری ضروری است.

مدل مفهومی ارائه شده در این پژوهش به طور جامع و سیستماتیک به تحلیل تأثیر تعاملات میان ابعاد اجتماعی، ویژگی‌های شخصیتی و مثلث تاریک شخصیت بر نیت کارآفرینی نوپا پرداخته است. این مدل براساس داده‌های گردآوری شده از پارک علم و فناوری خراسان جنوبی طراحی شده و منعکس‌کننده‌ی ویژگی‌های فرهنگی - اجتماعی این منطقه است. این مدل نه تنها به درک عمیق‌تری از چگونگی شکل‌گیری نیت کارآفرینی در افراد می‌پردازد، بلکه می‌تواند به عنوان ابزاری تحلیلی و عملی برای پژوهشگران و سیاست‌گذاران در طراحی مداخلات حمایتی و آموزشی مورد استفاده قرار گیرد. به‌ویژه، در طراحی برنامه‌های آموزشی کارآفرینی باید به تعادل میان ویژگی‌های شخصیتی فردی و ابعاد اجتماعی توجه ویژه‌ای شود. این برنامه‌ها می‌توانند به تقویت انگیزه‌های کارآفرینی و جلوگیری از مشکلات اخلاقی و اجتماعی در این حوزه کمک کنند. به طور خاص، توسعه‌ی دوره‌های آموزشی، که به افزایش خودآگاهی افراد نسبت به ویژگی‌های شخصیتی‌شان و تأثیرات آن بر تصمیم‌های کارآفرینانه‌شان می‌پردازند، می‌تواند به شکل‌گیری رفتارهای کارآفرینانه سالم و پایدار کمک کند.

در نهایت، این پژوهش بر اهمیت طراحی و اجرای سیاست‌های جامع در زمینه‌ی حمایت از کارآفرینان نوپا تأکید دارد. براساس یافته‌های مدل مفهومی، پیشنهاد‌های سیاستی دقیق زیر ارائه می‌شود: (۱) طراحی و اجرای کارگاه‌های آموزشی تخصصی در پارک علم و فناوری خراسان جنوبی با محوریت خودآگاهی به ویژگی‌های مثلث تاریک شخصیت و آموزش مهارت‌های مدیریت هیجان و اخلاق حرفه‌ای برای بنیان‌گذاران (حداقل دو دوره در سال؛ ۲) ایجاد برنامه‌های شبکه‌سازی ساختاریافته (مانند رویدادهای ماهانه پیوند خانوادگی - حرفه‌ای) برای تقویت سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زنی، به‌ویژه برای کارآفرینان زن، با اختصاص حداقل ۳۰ درصد بودجه‌ی حمایتی پارک به این برنامه‌ها؛ (۳) گنجاندن ارزیابی ویژگی‌های شخصیتی (ابزارهای استاندارد مثلث تاریک) در فرایند پذیرش هسته‌های فناور و ارائه‌ی مشاوره‌ی فردی هدفمند به افراد با نمرات بالا در ماکیاولیسم یا سایکوپاتی؛ (۴) تدوین دستورالعمل‌های اخلاقی الزامی برای شرکت‌های مستقر و پیوند آن با

تسهیلات مالی؛ و ۵) همکاری با دانشگاه بیرجند برای توسعه‌ی دوره‌های درسی کارآفرینی که تعادل میان جاه‌طلبی فردی و مسئولیت اجتماعی را آموزش دهد. این رویکرد می‌تواند به طور هم‌زمان به تقویت رفتارهای کارآفرینانه و جلوگیری از چالش‌های اخلاقی و اجتماعی در این زمینه منجر شود. به این ترتیب، مدل مفهومی پیشنهادی می‌تواند چهارچوبی کاربردی برای بهبود استراتژی‌های کارآفرینی و توسعه‌ی کسب‌وکارهای نوپا باشد.

براساس یافته‌های پژوهش، پیشنهادهای سیاستی زیر به صورت دقیق و عملیاتی ارائه می‌شود:

۱) طراحی و اجرای دوره‌های آموزشی تخصصی در پارک‌های علم و فناوری با محوریت خودآگاهی به ویژگی‌های مثلث تاریک شخصیت. این دوره‌ها باید شامل ارزیابی اولیه‌ی ویژگی‌های شخصیتی بنیان‌گذاران، آموزش مهارت‌های خودکنترلی و مدیریت ریسک‌های اخلاقی باشد و به صورت الزامی برای دریافت حمایت‌های پارک در نظر گرفته شود.

۲) ایجاد سازوکار رسمی شبکه‌سازی هدفمند در پارک علم و فناوری خراسان جنوبی با تمرکز بر تقویت سرمایه‌ی اجتماعی پل‌زنی. پیشنهاد می‌شود کارگروه‌های تخصصی بین شرکتی، جلسات منظم معرفی سرمایه‌گذاران غیربومی و برنامه‌های منتورینگ با کارآفرینان موفق سایر پارک‌های کشور برگزار گردد تا وابستگی صرف به شبکه‌های خویشاوندی کاهش یابد.

۳) تدوین برنامه‌ب حمایتی ویژه برای زنان کارآفرین مستقر در پارک شامل تخصیص سهمیه‌ی مشخص از تسهیلات مالی، ایجاد گروه‌های حمایتی زنان بنیان‌گذار و ارائه‌ی مشاوره‌ی تخصصی در زمینه‌ی مدیریت روابط خانوادگی و کسب‌وکار. این برنامه باید با همکاری معاونت علمی ریاست جمهوری و سازمان امور زنان طراحی و اجرا شود.

۴) ادغام شاخص‌های سرمایه اجتماعی و ارزیابی ویژگی‌های شخصیتی در فرایند پذیرش و ارزیابی شرکت‌های نوپا در پارک‌های علم و فناوری. پیشنهاد می‌شود فرم‌های ارزیابی اولیه شرکت‌ها علاوه بر شاخص‌های فنی و اقتصادی، شامل سنجش شبکه‌های حمایتی و خودآگاهی به ویژگی‌های شخصیتی نیز باشد.

۵) طراحی بسته‌ی سیاستی مشترک میان پارک علم و فناوری خراسان جنوبی، دانشگاه بیرجند و نهادهای حمایتی استانی برای ایجاد صندوق حمایتی محلی که اولویت آن

تأمین مالی شرکت‌های نوپا با تکیه بر شبکه‌های اجتماعی محلی و نظارت بر رعایت اصول اخلاقی کسب‌وکار باشد.

باتوجه به محدودیت مطالعه، به پارک علم و فناوری خراسان جنوبی پیشنهاد می‌شود تحقیقات آینده‌ی این تعاملات را در سایر پارک‌های علم و فناوری استان‌های هم‌جوار (مانند خراسان رضوی و سیستان و بلوچستان) مورد مطالعه قرار دهند. همچنین بررسی تعاملات پیچیده‌ی میان ویژگی‌های شخصیتی تاریک و ابعاد اجتماعی در شرایط اقتصادی و اجتماعی مختلف می‌تواند به شناسایی فرصت‌های جدید و ارائه‌ی راهکارهای بهتر برای مدیریت چالش‌های اخلاقی و اجتماعی کمک کند.

در مجموع، این پژوهش بر اهمیت ایجاد تعادل میان ویژگی‌های فردی و حمایت‌های اجتماعی در فرایندهای کارآفرینی تأکید کرده و نشان می‌دهد طراحی استراتژی‌های جامع و یکپارچه برای تقویت رفتارهای کارآفرینانه پایدار ضروری است.

منابع

- احمدی آذر، پریسا و جهان، فائزه (۱۳۹۸). خرد و منش، عواطف و صفات سه‌گانه‌ی تاریک شخصیت: مدل معادله‌ی ساختاری. *مجله روان‌شناسی عمومی*، ۱۲(۱)، ۷۷-۹۲.
- خلیلی خضرابادی، مهدیه و حسنی، محمد (۱۴۰۲). ارائه مدل رابطه بین هویت اجتماعی کارآفرینانه با نیت کارآفرینی و نقش واسطه‌ای خودکارآمدی کارآفرینی. *مدیریت بهره‌وری*، ۱۷(۴)، ۲۰۹-۲۳۲.
- زارعی شمس‌آبادی، فهیمه، نوری، ابوالقاسم، و مولوی، حسین (۱۳۸۸). بررسی رابطه‌ی شخصیت پویا با نیت کارآفرینی و موفقیت کارراه در کارکنان حوزه‌ی ستادی و مراکز تحقیقاتی دانشگاه علوم پزشکی اصفهان. *مدیریت اطلاعات سلامت*، ۷(۲)، ۲۰۶-۲۱۵.
- زرین‌جوی الوار، سهیلا (۱۳۹۹). نقش میانجی پیشایندهای نیت کارآفرینی در رابطه تجربه قبلی و نیت کارآفرینی اجتماعی. *مطالعات اجتماعی روان‌شناختی زنان*، ۱۸(۳)، ۱۸۱-۲۱۶.

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. <https://doi.org/10.1111/j.1559-1816.2002.tb00236.x>

- Ali, Azrin & Khan, Yasmin. (2023). Narcissism and Entrepreneurship: Evidence from Malaysia Realm. *Information Management and Business Review*. 15. 236-241. 10.22610/imbr.v15i3(I).3532.
- Anderson, M., Devlin, A. M., Pickering, L., McCann, M., & Wight, D. (2021). 'It's not 9 to 5 recovery': the role of a recovery community in producing social bonds that support recovery. *Drugs (Abingdon, England)*, 28(5), 475–485.
https://doi.org/10.1080/09687637.2021.1933911
- Awaworyi Churchill, Sefa & Hayward, Mathew & Smyth, Russell & Trinh, Trong-Anh. (2023). Crime, Community Social Capital and Entrepreneurship: Evidence from Australian Communities. *Journal of Business Venturing*. No. 38. Article 106291.
10.1016/j.jbusvent.2023.106291.
- Bogatyрева, Karina & Laskovaia, Anastasia & Klemina, Tatiana & Orekhova, Yulia. (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. 293-325. 10.21638/11701/spbu08.2021.301.
- Cai, L., Murad, M., Ashraf, S.F. et al. (2021). Impact of dark tetrad personality traits on nascent entrepreneurial behavior: the mediating role of entrepreneurial intention. *Frontiers of Business Research in China*. 15(1). https://doi.org/10.1186/s11782-021-00103-y
- Chinta, R., Collier, D. (2022). Interplay of antecedents in nascent entrepreneurship: Conceptual model and research propositions. *Journal of the International Council for Small Business*, 3(4), 292–302.
https://doi.org/10.1080/26437015.2022.2089074
- Clark, Dina & Tanner, Thomas & Pham, Loan & Lau, Wai & Nguyen, Dong Duy Lam. (2020). Attitudes toward business ethics: Empirical investigation on different moral philosophies among business students in Vietnam. *International Journal of Business Governance and Ethics*. No. 14. 1. 10.1504/IJBGE.2020.10023486.
- Cogan, A., Pret, T., & Cardon, M. S. (2022). Everyday social support processes: Household members’ instrumental and emotional support of entrepreneurs. *International Small Business Journal*, 40(5), 537-563.
https://doi.org/10.1177/02662426211054098
- Dobbin, Kristin & Smith, Daniel. (2021). Bridging social capital theory and practice: Evidence from community-managed water treatment plants in

- Honduras. *Journal of Rural Studies*. No. 88. 181-191. 10.1016/j.jrurstud.2021.10.002.
- Emami, A., Ashourizadeh, S. and Packard, M.D. (2023), The impact of social network support on opportunity intention among prospective male and female entrepreneurs during 2019-nCov pandemic. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 29 (11), 132-169. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-03-2022-0223>
- Hollebeek, L. D., Sprott, D. E., Urbonavicius, S., Sigurdsson, V., Clark, M. K., Riisalu, R., & Smith, D. L. G. (2022). Beyond the Big Five: The effect of Machiavellian, narcissistic, and psychopathic personality traits on stakeholder engagement. *Psychology & Marketing*, 39(6), 1230–1243. <https://doi.org/10.1002/mar.21647>
- Jamshidi, S., Noferesti, A., & Farahani, H. (2024). Examining the Relationship Between Problematic Social Media Use and Dark Personality Traits with the Mediating Role of Emotion Regulation and Self-Compassion in Adult Instagram Users in Tehran. *Health Nexus*, 2(3), 49-59. <https://doi.org/10.61838/kman.hn.2.3.7>
- Khawar, Rabia & Amin, Rizwana & Zulfqar, Asia & Hussain, Bashir & Muqaddas, Faiqa. (2022). Dark personality traits and entrepreneurial intentions among Pakistani university students: The role of executive functions and academic intent to entrepreneurship. *Frontiers in Psychology*. 13. 10.3389/fpsyg.2022.989775.
- 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*, No.15, e00216. <https://doi.org/10.1016/j.jbvi.2020.e00216>
- Lingnau, Volker & Fuchs, Florian & Dehne-Niemann, Till. (2017). The influence of psychopathic traits on the acceptance of white-collar crime: do corporate psychopaths cook the books and misuse the news?. *Journal of Business Economics* tba. 1-35. 10.1007/s11573-017-0864-6
- Murad, Majid & Wang, Mansi & Shah, Syed Haider & Islam, Misbah. (2024). Transitioning from entrepreneurial education to entrepreneurial behavior: The role of opportunity recognition, entrepreneurial social networks, and risk-taking propensity. *The International Journal of Management Education*. No.22. 101053. 10.1016/j.ijme.2024.101053.
- Myznikov, A., Korotkov, A., Zheltyakova, M., Kiselev, V., Masharipov, R., Bursov, K., Yagmurov, O., Votinov, M., Cherednichenko, D., Didur, M.,

- & Kireev, M. (2024). Dark triad personality traits are associated with decreased grey matter volumes in 'social brain' structures. *Frontiers in psychology*, No.14, 1326946. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1326946>
- Olumekor, M., Mohiuddin, M., & Su, Z. (2023). Effective altruism and the dark side of entrepreneurship. *Frontiers in psychology*, No. 14, 1247331. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2023.1247331>
- Ostrom, Elinor. (2000). Collective Action and the Evolution of Social Norms. *Journal of Economic Perspectives*, 14 (3), 137–158. DOI: 10.1257/jep.14.3.137
- Özdemir, Gökçe & BAŞAR, Ahmet. (2024). A Study on the Relationship between Teachers' Dark Triad Personality Traits and Organizational Cynicism Behaviours. *Öğretmenlerin Karanlık Üçlü Kişilik Özellikleri ile Örgütsel Sinizm Davranışları Arasındaki İlişki Üzerine Bir Çalışma. Korkut Ata Türkiyat Araştırmaları Dergisi*. 10.51531/korkutataturkiyat.1410217.
- Pandey, D.L., Uprety, S.K. & Risal, N. (2023). Personality traits and their impact on the social entrepreneurial intentions of management students: a test of big five personality approach. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 12(1). <https://doi.org/10.1186/s13731-023-00342-8>
- Razzaque, A., Lee, I. and Mangalaraj, G. (2024). The effect of entrepreneurial leadership traits on corporate sustainable development and firm performance: a resource-based view. *European Business Review*, 36(2), 177-200. <https://doi.org/10.1108/EBR-03-2023-0076>
- Rijal, Syamsu & Utomo, Bektı & Ramdhani, Rahmat. (2024). The Influence of Social Capital on Entrepreneurial Success: A Study of Networks and Relationships in MSMEs. *International Journal of Business, Law, and Education*. 1686-1696. 10.56442/ijble.v5i2.678.
- Ślusarczyk, Beata & Moghavvemi, Sedigheh & Tehseen, Shehnaz. (2023). Women and business: Empirical study on economic constraints, legal conditions, and social support influencing women entrepreneurs in Malaysia and Poland. *Entrepreneurial Business and Economics Review*. 11. 87-102. 10.15678/EBER.2023.110204.
- Soltwisch, Brandon & Dimitrov, Daniela & Hojnik, Jana. (2023). How decision-styles and cultural orientation influence entrepreneurial and social entrepreneurial intentions: A cross-cultural comparison. *Frontiers in Psychology*, No. 13. 988815. 10.3389/fpsyg.2022.988815.

- Wainio-Theberge, S., & Armony, J. L. (2024). Differences in natural standing posture are associated with antisocial and manipulative personality traits. *Journal of Personality and Social Psychology*, 127(5), 1089–1102. <https://doi.org/10.1037/pspp0000515>
- Widiastuti, Harjanti & Pratama, Muhammad Rizky & Utami, Evy. (2024). The role of social entrepreneurship orientation, social capital, and social innovation in Village-Owned Enterprises (VOE) performance: A study in Yogyakarta Province. *Journal of Accounting and Investment*. 25. 479-497. 10.18196/jai.v25i2.22334.
- 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. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.00360>
- Yang, L., Lin, Z., Quan, R., Cunningham, J., & Huang, W. (2024). Internal R&D or external asset growth? A closer look at CEO narcissism and entrepreneurial orientation. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 30(1), 110-127. <https://doi.org/10.1108/IJEBr-09-2022-0797>
- Yang, Qing & Mamun, Abdullah & Gao, Jingzu & Siyu, Long & Masud, Muhammad. (2023). Social entrepreneurial intention among working adults: An emerging country context. *Frontiers in Psychology*, No. 14, 1-13. 10.3389/fpsyg.2023.1123198.

زود آیند و در این نشده

