

# 창업가의 예상된 후회가 창업 행동에 미치는 영향에 관한 연구: 자기 충족적 예언과 열정의 조절효과를 중심으로

원치운\*

한양대학교 일반대학원 박사과정

배태준\*\*

한양대학교 창업융합학과 교수

## 국 문 요 약

많은 사람들은 미래에 발생할 일에 대한 결정을 내리기 전 수 많은 생각과 심리적 변화를 겪게 된다. 특히 우리 삶에서 자신의 직업과 같은 경제적 및 사회적 측면에 대한 고려와 함께 중요한 선택을 하게 되는 상황에서 그 선택은 미래에 경험하게 될 후회의 정도에 따라 현재의 행동이 결정된다. 이러한 심리적 기제는 이미 심리학과 마케팅 분야에서는 감정 및 정서적 요인들이 의사결정 과정에 직접적이고 중요한 영향을 미친다는 사실에 공감하며 관련 연구들이 활발히 이루어져 왔다. 이처럼 창업 분야에서도 예비창업자들이 창업을 결정하기 위한 중요한 심리적 요인으로 후회라는 감정이 직접적으로 영향을 미치는지 확인할 필요가 있다.

따라서 본 연구에서는 많은 창업가들의 의사결정에서 발생하는 예상되는 후회(anticipated regret)가 창업 행동(entrepreneurial behavior)에 영향을 미치는 가를 살펴보고자 하였다. 그리고 이와 아울러 창업가의 예상되는 후회가 창업 행동에 영향을 미칠 때, 창업가의 자기 충족적 예언(self fulfilling prophecy)과 창업가적 열정(entrepreneurial passion)의 수준이 어떠한 영향을 미치는 지 알아보고자 한다. 이를 위해 창업가의 예상되는 후회와 목표지향성, 그리고 창업가적 열정에 대한 선행연구를 검토함으로써 가설을 설정하였다. 그리고 이를 검증하기 위해 창업가 145명을 대상으로 두 차례에 걸쳐 설문을 실시하여 연구를 진행하였다.

핵심어: 예상되는 후회, 창업 행동, 자기 충족적 예언, 창업가적 열정

## 1. 서론

최근 국가 미래성장 동력의 일환으로 창업에 대한 관심이 증대되고 있는 가운데 새로운 기술을 통한 혁신적인 사업 아이디어로 사업화까지 이어지는 창업 활동이 활발해지고 있다. 그러나 대다수의 사람들은 사업 아이디어를 구상하고 사업 기회를 포착하지만 실제 창업 행동으로 이어지는 경우는 결코 쉬운 일이 아니다(Shane et al., 2003; Palich & Bagby, 1995; Vesper, 1990). 이러한 이유는 미래에 발생될 일들에 대해 예측하기가 어려우며 매력적인 사업 기회라도 누가 사업화를 진행하느냐에 따라 결과가 달라지며 실패에 대한 위험 부담이 크기 때문이다. 이처럼 창업은 개인의 삶에서 매우 신중하고 어려운 결정이 필요한 과정이다.

많은 사람들은 사업 기회를 발견하고 창업을 결정하기

전 과연 자신이 창업가로서 역량을 갖추고 있는가? 혹은 창업을 한 후 실패하지는 않을까? 그리고 창업을 하기 보다 안정적인 직업을 구하는 것이 낫지 않을까?, 지금 당장 창업을 하지 않는다면 후회를 하지 않을까? 등 다양한 생각과 고민을 하게 된다. 이처럼 결과에 대한 확신 유무와는 상관없이 여러 가지 대안 중 하나를 선택해야 하는 경우에 직면하게 된다(Simonson, 1992). 창업이라는 선택 이후 자신이 선택한 행동이 창업을 선택하지 않았을 경우와 비교하여 결과가 좋지 않다면 자신의 선택에 후회를 하게 된다. 이러한 상황에 앞서 창업가는 창업을 하기 전 창업을 하고 나서 느낄 수 있는 후회를 한 번쯤 예상해보게 된다. 이렇게 의사결정 이전 후회를 예상하는 창업가들은 후회를 예상하지 못한 창업가들과 다른 의사결정과 행동을 할 수 있다.

이러한 심리적 기제는 예상된 후회(anticipated regret)이라

\* wonzzang9230@naver.com

\*\* tjbae@hanyang.ac.kr

는 개념으로 일상생활에서 자주 접하게 되지만, 창업분야에서는 이에 대한 관심이 상대적으로 매우 적은 편이다.

따라서 본 연구의 목적은 창업가들의 창업을 결정하기 전 예상되는 후회의 수준이 크거나 적을 경우 창업 행동에 어떠한 영향을 미치는지 검증해보고자 한다. 이와 더불어 예상되는 후회와 창업 행동의 관계에서 창업가의 자기 충족적 예언과 창업가적 열정이 어떻게 조절효과를 하는가를 밝히고자 한다.

## II. 이론적 배경

### 2.1. 예상되는 후회(anticipated regret)

후회는 개인의 결정과 행동에 중대한 영향을 미치는 요인으로 알려져 있다. 후회는 다양한 상황에 따라 인간의 사고와 행동에 영향을 미치는 것이 확인되고 후회대상의 범주가 확대됨에 따라 후회의 개념이 좀 더 세분화 되었다. Simonson(1992)는 후회를 결정을 내리기 전에 경험하는 예상된 후회와 결정 후에 경험하는 경험된 후회로 분류하였다. 경험된 후회는 후회의 일반적인 정의로 설명되며, 예상된 후회는 결정을 내리기 전 결정의 결과를 알기 전에 미리 자신이 느낄 후회를 고려해봄으로써 느끼는 후회라는 차이점이 있다.

예상된 후회라는 개념은 사후가정사고를 하고 그 결과가 후회라는 것에서 출발한다. 미래에 일어날 수 있지만 현재의 결과와 대비되는 어떤 사건에 대해 상상하는 것과 이러한 상황에서 경험할 것 같은 후회를 ‘사전가정사고’와 ‘예상된 후회’라 한다. 이와 관련된 몇몇 선행연구에 따르면 일반적으로 사람들은 이러한 후회의 경험을 최소화하는 방향으로 의사결정 한다는 것이다(Cooke et al., 2001; Kahneman & Miller, 1986).

이처럼 개인의 인생에서 창업이라는 선택을 해야 하는 중요한 상황에서 창업 후 미래에 발생할 일에 대한 사후가정사고가 필요하지만 창업 분야에서는 이와 관련된 연구가 진행된 바가 거의 없다.

### 2.2. 자기 충족적 예언(self fulfilling prophecy)

사회학자 Merton(1957)이 제시한 자기 충족적 예언이란 자기 자신이나 다른 사람의 행동에 대한 기대는 그 기대한 행동을 실제로 발생시킬 수 있다는 개념으로 Rosenthal과 Jacobson(1968)은 기대 자체가 도구가 되어 실현되는 과

정으로 잘 알려진 피그말리온 실험에서 자기 충족적 예언을 설명한 바 있다. 이와 같은 자기 충족적 예언은 심리학과 교육학에서 연구들이 진행되어 왔다(Madon et al., 2011; Harris & Rosenthal, 1985; Cross, & Hilbert, 2003).

인간의 모든 행동에는 목적을 가지며 이는 자신의 기대나 예언이 행동에 매우 중요한 영향을 미친다(Brophy, 1983). 즉 어떤 예언이 원인이 되어 실제로 그 예언이 일어나게 되는 것 혹은 기대가 현실로 실현되는 것이다.

### 2.3. 창업가적 열정(entrepreneurial passion)

창업가적 열정은 기업가의 창업행동을 실행하는데 수반하는 강렬한 정서적 상태라고 정의한다(Chen et al., 2009). 또한, 자신의 선호하는 일에 대해 가치를 두고 시간과 에너지를 투입하려는 성향으로 강력한 내적동기를 형성하고 창의적인 접근 방법으로 문제 해결을 가능하게 하는 것으로 알려져 있다(Hawkins et al., 2012). 이처럼 창업가적 열정은 창업 과정에 있어 시작점이며, 기업가가 보다 긍정적인 생각으로 사업기회를 탐색하는데 도움이 되는 것으로 설명한다(Baron & Ward, 2004). 그리고 창업가가 사업기회를 인식하고 사업을 추진함에 있어 동기 부여와 아이디어 개발과 자원, 조직구성, 제품개발을 촉진시켜 기업성과에 영향을 미치는 요인으로 작용한다(Shane et al., 2003; Baum et al., 2001).

이처럼 창업가의 열정은 직접적으로 창업 행동 간의 관계 보다는 주로 창업을 하려는 창업가의 창업지향성과의 관계를 규명한 시도가 많이 이루어져 왔다(Adomako et al., 2015; Gerschewski et al., 2016). 열정이 창업지향성을 향상시키는 요소로 작용하여 창업지향성을 통해 혁신에 영향을 미치거나(Gerschewski et al., 2016) 창업가의 강한 열정이 기업가정신에 매우 높은 관련성이 있음을 확인할 수 있다(Baum & Loke, 2004; Timmons, 2000).

### 2.4. 창업 행동(entrepreneurial behavior)

창업 행동은 개인의 특성 및 창업 기회, 환경적 요인 등에 의해 사업 아이디어를 발견하고 기회를 실험함으로써 창업 행동으로 이어지게 된다(Shane et al., 2003). 실제 창업의지를 가지고 그 결정사항에 대해 실행하기 위해서 하는 실질적인 창업 행동에 대한 연구는 그리 많지 않다(윤지영·이은정, 2013). 창업 행동과 관련해 Davidsson(2004)연구에서는 창업으로 이어지는 창업 행동을 기회 인식과 기

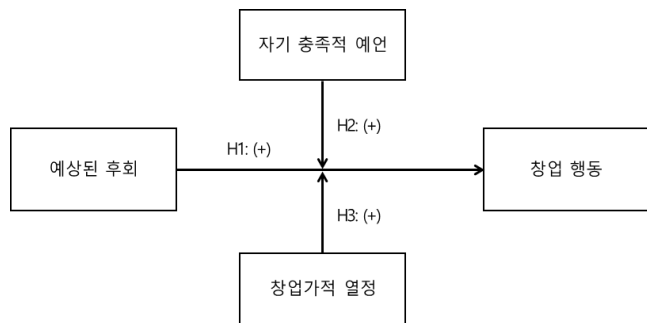
회 활용이라는 개념으로 구분하여 설명하였다. Timmons(1994) 또한 창업행동을 기회발견과 기회활용으로 정의하며 기회는 지속적으로 존재하는 것이 아니라 어느 시점에서만 의미가 있기 때문에 기회추구의 타이밍이 기업의 향후 성장에 중요하다고 주장하며 기회발견의 적절한 순간을 강조한 바 있다. 국내 연구 가운데 옥준우 외(2020)의 연구에서는 창업 행동을 새로운 사업 아이디어의 발견과 발견을 창업으로 연결하는 행동으로 설명하였다.

### III. 연구방법

#### 3.1. 연구모형

본 연구에서는 창업가의 예상된 후회가 클수록 창업 행동을 촉진시키고, 촉진된 창업 행동은 창업가의 목표 지향성과 창업가적 열정에 의해 영향을 미칠 것이라는 가설을 검증하고자 한다.

따라서 본 연구는 창업가의 예상되는 후회가 실제 창업 행동에 미치는 영향을 살펴보고, 그 관계에서 자기 충족적 예언 및 창업가적 열정의 조절효과를 확인하기 위해 연구모형을 <그림 1>과 같이 구성하였다.



<그림 1> 연구 모형

#### 3.2. 연구가설

앞선 선행연구를 바탕으로 다음과 같이 가설을 설정하였다.

**가설 1:** 창업가의 예상되는 후회가 클 경우 창업 행동에 정(+)의 영향을 미칠 것이다.

**가설 2:** 창업가의 예상되는 후회가 창업 행동에 미치는 영향은 자기 충족적 예언에 의해 조절될 것이다.

**가설 3:** 창업가의 예상되는 후회가 창업 행동에 미치는 영향은 창업가적 열정에 의해 조절될 것이다.

#### 3.3. 조사대상 및 연구방법

본 연구의 표본은 실전교육예비창업을 수강한 교육생들을 대상으로 2019년 10월 7일 ~ 2019년 12월 31일까지 두 차례에 걸쳐 설문을 실시하였으며 총 145부를 최종 표본으로 선정하였다. 자료의 분석은 측정변수 간의 일관성을 측정하는 내적 일관성 신뢰계수인 Cronhach's  $\alpha$  값으로 자료 수집에 활용된 측정변수의 신뢰도를 검증과 변수간의 상관관계 분석 그리고 연구에 적용된 가설을 검증하기 위하여 다중회귀분석을 실시하였다. 분석을 위해 Stata Ver 13.0 프로그램을 이용하여 분석을 진행하였다.

<표 1> 연구대상자의 인구통계학적 특성

구분		합계	비율
성별	남성	101	70%
	여성	44	30%
연령	20대	54	37.2%
	30대	49	33.8%
	40대	26	18%
	50대 이상	16	11%
학력	고등학교 졸업	4	2.7%
	대학교 재학	80	55.2%
	대학교 졸업	23	15.9%
	대학원 이상	38	26.2%
창업 경험	있음	13	9%
	없음	132	91%

#### 3.4. 변수의 조작적정의

##### 3.4.1 종속변수

본 연구의 종속변수는 창업가의 창업 행동을 측정하기 위해 ‘창업팀을 조직하였다.’, ‘사업기회를 정리하였다.’, ‘사업계획서를 작성하였다.’, ‘사업자를 획득했다.’, ‘회사에 투자하기 위해 자본을 모았다.’, ‘자금지원을 받았다.’ 등 창업과 관련된 창업 행동 18개의 문항을 측정하였다.

##### 3.4.1 독립변수

본 연구에서는 Simonson(1992)의 연구를 참고로 ‘만약 귀하가 창업을 하지 않는다면 후회가 되겠습니까?’ 라는 질문으로 창업가의 창업에 대한 후회의 크기를 물어 창업을 할 때에 후회를 예상하도록 조작하였다.

<표 2> 상관관계 분석 결과

변수명	평균	표준편차	1	2	3	4	5	6	7	8
1. 예상된 후회	6.01	1.12	1							
2. 자기 충족적 예언	14.3	4.11	0.350	1						
3. 창업가적 열정	11.9	2.02	0.542	0.222	1					
4. 성별	1.30	0.46	-0.014	0.086	-0.125	1				
5. 연령	35.1	10.22	0.068	0.039	0.070	-0.004	1			
6. 학력	2.01	1.30	0.102	0.009	0.052	-0.071	-0.364	1		
7. 창업 경험	3.00	1.22	-0.016	0.118	-0.081	0.062	0.134	-0.001	1	
8. 창업 행동	2.91	1.20	0.169	0.249	0.187	-0.087	-0.114	0.139	-0.081	1
n=145										

### 3.4.3 조절변수

본 연구의 조절변수는 창업가의 자기 충족적 예언과 창업가적 열정을 측정하였다. 자기 충족적 예언은 기존 연구를 바탕으로 ‘창업을 결심한 후, 나는 내 지인들에게 내 사업에 대해 말하고 다녔다.’, ‘창업을 결심한 후, 나는 내 가족, 친지들에게 내 사업에 대해 많이 말하고 다녔다.’, ‘나는 외부사람들에게 내 사업에 대해 말하는 것을 좋아한다.’와 같이 3문항을 측정하였다. 그리고 창업가적 열정은 ‘제품(서비스)을 위한 새 아이디어를 찾는 것은 즐거운 일이다.’, ‘새로운 회사를 설립하는 것은 흥분되는 일이다.’, ‘더 좋은 회사를 만들기 위해 노력하는 것은 동기 부여가 된다.’로 구성하여 3문항을 측정하였다.

### 3.4.4 통제변수

본 연구는 창업가의 창업 행동에 영향을 줄 수 있는 창업가의 성별, 연령, 교육 수준, 창업 경험을 측정하여 분석에 포함시켰다.

## IV. 연구 결과

본 연구의 분석 결과 <표 3>은 다중회귀분석의 결과를 보여주고 있다. 모델 1은 통제변수만을 포함시킨 결과를 나타내며 모델 2는 가설 1에 대한 검증 결과를 나타내고 있다. 가설 1은 창업가의 예상된 후회가 클수록 창업 행동을 활발하게 할 것이라고 주장하였다. 분석 결과에서 볼 수 있듯이 예상된 후회가 큰 창업가일수록 창업 행동에 긍정적인 영향을 미치는 것으로 나타났다( $\beta=0.542, p < 0.1$ ).

모델 3과 4는 각각 가설 3과 4의 검증 결과를 보여주고 있다. 가설 3은 창업가의 자기 충족적 예언이 예상된 후회

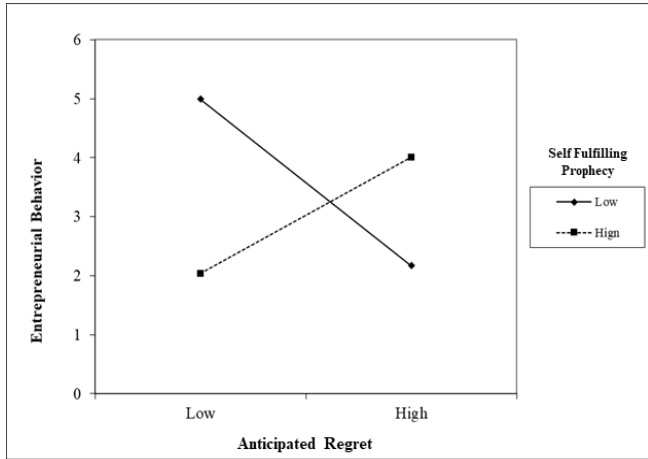
와 창업 행동 간 정(+)의 관계를 강화시킨다고 주장한다. 분석결과 실제로 창업가의 자기 충족적 예언이 예상된 후회와 창업 행동 간의 긍정적인 관계를 더욱 강화시키는 것으로 나타났다( $\beta=0.067, p < 0.01$ ). 따라서 가설 2는 채택되었다.

마지막으로 가설 3은 창업가의 열정이 예상된 후회와 창업 행동 간의 긍정적인 관계를 더욱 강화시킬 것이라고 예측했다. 분석 결과에 볼 수 있듯이 창업가의 열정이 높을수록 예상된 후회와 창업 행동 간 긍정적인 관계를 강화시키는 것으로 나타났다( $\beta=0.100, p < 0.01$ ). 따라서 가설 3은 채택되었다.

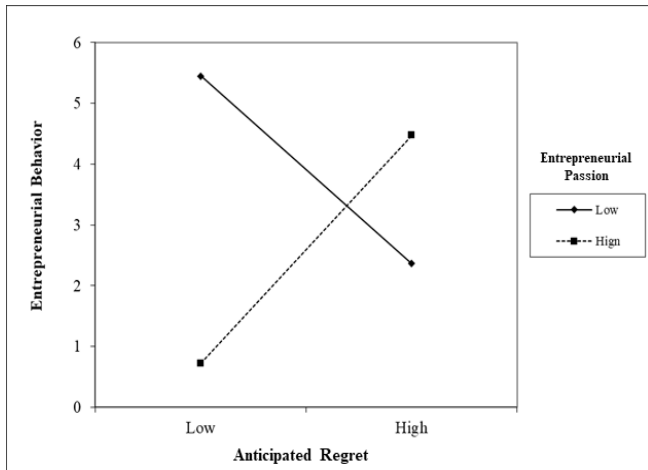
<표 3> 측정모델 분석 결과

변수		모델 (1)	모델 (2)	모델 (3)	모델 (4)
통제 변수	연령	-0.009	-0.012	-0.008	-0.011
	성별	-0.242	-0.241	-0.200	-0.169
	교육 수준	0.102	0.079	0.087	0.074
	창업 경험	-0.048	-0.043	-0.102	-0.067
독립 변수	예상된 후회		0.542*	-0.783*	-1.072*
	자기 충족적 예언			-0.345*	
	창업가적 열정				-0.471*
조절 효과	예상된 후회 x 자기 충족적 예언			0.067**	
	예상된 후회 x 창업가적 열정				0.100**
R2		0.038	0.064	0.165	0.124
△R2		0.010	0.029	0.121	0.078
F		1.36	1.86	3.75	2.71
n=141, + $p < 0.1$ , * $p < 0.05$ , ** $p < 0.01$					

<그림 2>와 <그림 3>은 창업가의 자기 충족적 예언과 열정 수준의 조절효과를 도식한 것이다. <그림 2>와 <그림 3>에서 볼 수 있듯이, 창업가의 예상된 후회와 창업 행동의 관계는 자기 충족적 예언의 수준이 낮을 때보다 높을 때 더욱 가파른 기울기를 갖는 것을 알 수 있다.



<그림 2> 자기 충족적 예언의 수준에 따른 조절효과



<그림 3> 창업가적 열정의 수준에 따른 조절효과

## V. 결론 및 시사점

### 5.1. 결론

본 연구에서는 창업을 결정하기 전 창업가의 예상된 후회가 창업행동에 어떠한 영향을 미치는지 규명하고자 하였다. 또한, 예상되는 후회가 창업행동에 미치는 영향에서 창업가의 자기 충족적 예언과 창업가적 열정이 조절효과 역할을 하는지에 대하여 실증 분석을 하였으며 연구의 결과는 다음과 같다.

첫 째, 창업가의 예상된 후회는 창업 행동에 영향을 미치

게 된 것으로 나타났다. 이전 연구에서와의 마찬가지로 의사결정 이전 예상된 후회를 함으로써 이후 행동에 영향을 미치며, 특히 창업을 하지 않는다면 후회의 감정이 클 것으로 예상한 창업가는 실제 창업 행동이 활발하다는 것을 확인 할 수 있었다.

둘 째, 창업가의 예상된 후회에 따른 자기 충족적 예언의 차이에 따라 창업 행동에 영향을 미치는 것을 알 수 있었다. 특히 자기 충족적 예언은 창업가의 창업 행동을 향상 시키는데 효과적인 것으로 나타났다. 이는 ‘자신이 할 수 있다’는 신념과 창업을 하지 않는다면 후회할 정도가 큰 상황에서 창업과 관련된 일련의 과정에 적극적으로 참여함으로써 더욱 활발한 창업 행동으로 이어진 것으로 사료된다.

셋째, 창업가적 열정 또한 창업가의 예상된 후회에 따라 창업 행동 간의 관계에서 조절 효과를 나타내는 것을 확인할 수 있었다. 예상된 후회가 낮은 집단과 높은 집단 모두 창업가의 열정에 따라 실제 창업 행동 변화가 크게 나타났는데 특히 예상된 후회가 높은 집단에서 창업가적 열정이 강해질수록 창업 행동을 더욱 유발하는 것으로 해석할 수 있다.

### 5.2. 시사점

본 연구의 학문적 시사점으로는 비교적 창업 분야에서 관심이 적었던 창업가의 후회라는 감정적 특성을 다루었다는 점에서 학문적 의의를 가진다. 특히 창업가가 실제 창업을 결정하고 행동할 때 미래에 발생 할 수 있는 후회의 감정을 미리 예상을 해봄으로써 자신의 선택과 행동에 중요한 역할을 한다는 것을 규명하였다. 또한 자기 충족적 예언과 열정이라는 요인이 창업가의 예상된 후회와 창업 행동 간의 관계에서 조절 역할을 밝혔다라는 점에서 이론적 시사점을 가진다.

실무적 시사점은 창업가들은 창업을 결정하고 행동으로 이어지기 전 향후 자신의 후회할 수 있는 가정에 대해 충분히 고려하고 의사결정을 내려야 한다. 창업이란 사업 아이디어와 노력만으로 성공하기 어렵기 때문이다. 따라서 창업가는 창업을 결정하고 후회의 경험을 최소화 하는 방향으로 의사결정을 해야 한다. 또한, 창업가는 자기 충족적 예언과 같이 창업에 대한 명확한 신념과 열정이 강했을 때 창업 행동으로 이어질 수 있다는 점에서 예비창업가와 창업가는 이러한 심리적 특성에 대한 지각을 높여야함을 시사하고 있다.

## 참고문헌

- 옥준우·현병환·장은실·양재민(2020). 사회적 지지가 창업의도 및 창업행동에 미치는 영향에 관한 연구: 창업자기 효능감과 창업의도의 매개효과. *벤처창업연구*, 15(1), 151-165.
- 윤지영·이은정(2013). 대학생의 진로 장벽에 대한 인지와 기업가 성향이 창업의지와 창업 준비행동에 미치는 영향: 전문 경영인 양성을 위한 시사점 도출. *전문경영인연구*, 16(4), 61-81.
- Adomako, S., Quartey, S. H., & Narteh, B.(2015). Entrepreneurial orientation, passion for work, perceived environmental dynamism and firm performance in an emerging economy. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 23(3), 728-752.
- Baron, R. A., & Ward, T. B.(2004). Expanding entrepreneurial cognition's toolbox: Potential contributions from the field of cognitive science. *Entrepreneurship theory and practice*, 28(6), 553-573.
- Baum, J. R., & Locke, E. A.(2004). The relationship of entrepreneurial traits, skill, and motivation to subsequent venture growth. *Journal of Applied Psychology*, 89, 587-598.
- Baum, J. R., Locke, E. A. & Smith, K. G.(2001). A multidimensional model of venture growth. *Academy of Management Journal*, 44(2), 292-303.
- Brophy, J. E.(1983). Research on the self-fulfilling prophecy and teacher expectations. *Journal of educational psychology*, 75(5), 631.
- Chen, X. P., Yao, X., & Kotha, S.(2009). Entrepreneur passion and preparedness in business plan presentations: a persuasion analysis of venture capitalists' funding decisions. *Academy of Management journal*, 52(1), 199-214.
- Cooke, A. D., Meyvis, T., & Schwartz, A.(2001). Avoiding future regret in purchase-timing decisions. *Journal of Consumer Research*, 27(4), 447-459.
- Davidsson, P.(2004). *Researching entrepreneurship (Vol. 5)*. New York: Springer.
- Gerschewski, S., Lindsay, V. J., & Rose, E.(2016). Advancing the entrepreneurial orientation construct: The role of passion and perseverance. *Review of International Business and Strategy*, 26(4), 446-471.
- Harris, M. J., & Rosenthal, R.(1985). Mediation of interpersonal expectancy effects: 31 meta-analyses. *Psychological bulletin*, 97(3), 363.
- Hawkins, E., Ho, C. K., Osborne, T. M., Fricker, T. E., Ferro, C. A. T., & Challinor, A. J.(2012). Increasing influence of heat stress on French maize yields from the 1960s to the 2030s. *Global Change Biology*, 19(3), 937-947.
- Kahneman, D., & Miller, D. T.(1986). Norm theory: Comparing reality to its alternatives. *Psychological Review*, 93, 135-153.
- Madon, S., Guyll, M., Spoth, R. L., Cross, S. E., & Hilbert, S. J.(2003). The self-fulfilling influence of mother expectations on children's underage drinking. *Journal of Personality and Social Psychology*, 84(6), 1188.
- Madon, S., Willard, J., Guyll, M., & Scherr, K. C.(2011). Self-fulfilling prophecies: Mechanisms, power, and links to social problems. *Social and Personality Psychology Compass*, 5(8), 578-590.
- Merton, R.(1957). *Social Theory and Social Structure*. Glen- coe: The Free Press.
- Palich, L.E., & Bagby, D.R.(1995). Using Cognitive Theory to Explain Entrepreneurial Risk-Taking: Challenging Conventional Wisdom. *Journal of Business Venturing*, 10(6), 405-417.
- Rosenthal, R., & Jacobson, L.(1968). Pygmalion in the classroom. *The urban review*, 3(1), 16-20.
- Shane, S., Locke, E. A., & Collins, C. J.(2003). Entrepreneurial motivation. *Human resource management review*, 13(2), 257-279.
- Simonson, I.(1992). The influence of anticipating regret and responsibility on purchasing decisions. *Journal of Consumer Research*, Vol. 19, No. 1, pp. 105-119.
- Timmons, J. A.(1985). *New venture creation*. Tata McGraw-Hill Education.
- Timmons, J. A.(1994). *New venture creation: Entrepreneurship for the 21st century*. Homewood Ill.: Irwin. Van Aardt,
- Vesper, K.(1990). *New Venfure Strategies*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall, Inc.