

소셜벤처 창업 초기에 플랫폼 전략 채택의 중요성에 관한 연구
-점프!의 사례를 중심으로-

| 발표자 | 박재홍(홍익대학교)* / 황금주(중앙대학교)**

[요약]

소셜벤처는 기존의 일반적인 벤처기업과 달리 기술, 경영 혁신 등의 방법으로 경영 활동을 수행하는 기업 형태에 사회적 가치를 추구해야 하는 기업 형태를 결합한 조직이다. 소셜벤처에게는 창업 초기의 전략 수립과 이에 따른 비즈니스 모델 설정이 일반 벤처보다 더 어려울 수밖에 없는데 이는 소셜벤처들이 경제적 가치 추구하고 함께 사회적 가치를 동시에 추구해야 하는 소셜벤처만의 이중적인 사업 목적을 가지고 있기 때문이다.

이런 이중적인 사업 목적을 달성하기 위한 새로운 또는 효과적인 사업 전략의 필요성이 대두되고 있으며, 관련 그룹들을 플랫폼에 모아 네트워크 효과를 창출하고 새로운 기업생태계를 구축하는 플랫폼 전략(Platform Strategy)이 주목된다.

본 논문에서는 국내 소셜벤처중에 점프!라는 기업의 사례를 주목하게 되는데 이 회사는 2011년 5월에 창업한 이래 현재까지 지난 7년동안 사업의 내용과 규모를 확장하면서 지속적인 성장을 이루어 냈기 때문이다. 그런데 이러한 성장의 배경에는 타 소셜벤처가 시도하지 않았던 플랫폼 전략을 시도하여, 다양한 참여자들을 유인하고, 이들이 새로운 혁신과 성장을 리드하였다는 것이 큰 작용을 했다는 사실이 존재한다. 본 논문을 통해 소개되는 소셜벤처 점프!의 창업과 성장 사례를 통해서 소셜벤처에게 창업 초기부터 플랫폼 전략을 적용하는 것이 지속 가능한 성장에 유의미한 효과를 발생시키는지 알아보고 기업생태계를 넘어 사회전체적인 생태계를 통한 사회적 대공진화를 논의해 보고자 한다.

핵심주제어: 소셜벤처, 창업플랫폼, 플랫폼 전략

* mpahks@gmail.com

** kumju@cau.ac.kr