

소셜벤처 비즈니스 모델 통합 유형 선호도가 투자의도에 미치는 영향: 소셜임팩트 긍정적 정서의 매개 효과 검증

홍유정*

국민대학교 글로벌창업벤처대학원 석사과정

김종성**

국민대학교 글로벌창업벤처대학원/경영학부 조교수

국 문 요 약

소셜벤처는 하나의 조직 안에 경제적, 사회적 가치라는 두 가지 미션을 동시에 추구해야하며 이를 하이브리드 조직이라 한다. 소셜벤처의 사회적 가치는 기상정한 사회적 대상이 그 수혜자이고, 경제적 가치는 소셜벤처의 투자자가 수혜 대상이 된다. 두 가지 가치를 실현하기 위한 기업 활동의 중첩 정도는 소셜벤처 기업 조직마다 다르게 나타난다. 소셜벤처에서 사회적 가치를 추구하기 위한 활동에서 경제적 가치도 함께 창출된다면 비교적 적은 노력으로 두 가치를 달성할 수 있을 것이고, 두 가지 가치를 위한 활동을 각각 전개해야하는 비즈니스 모델이라면 사회적 가치를 위한 기업 활동 중의 일부 또는 전부가 기업의 경제적 가치를 창출해내지 못하는 활동이 될 수 있다.

본 연구는 두 가치의 중첩에 따른 비즈니스모델의 세 가지 유형에 대한 선행 연구를 재고하고, 유형별 선호도를 독립변수로 지정, 각 유형별 투자 의도를 알아보고자한다. 특히 소셜벤처에 대한 긍정적 정서가 투자의도에 매개효과로써 영향이 있을 것이라는 가설 아래, 소셜벤처의 투자 생태계에서 긍정적 정서에 대한 중요성을 밝히고자 한다.

핵심어: 소셜벤처, 임팩트투자, 하이브리드 조직, 비즈니스 모델 유형

1. 서론

사회문제를 해결하는 주체는 대체로 정부, 자선재단, 비영리적 공공기관 등으로 여겨져 왔다. 하지만 공공의 역할만으로는 너무 많은 사회문제들이 해소되지 못하고 있는 것이 현 실정이다. 기후변화, 고용평등, 교육기회제공, 식량난개선, 사회 인프라 구축 등 다양한 소셜 문제들에 대해서 다양한 주체들이 기여하기 위한 방법을 고민이 가시화되고 있다. 세계적인 사모펀드 블랙스톤에서 2021년 신년서한을 통해 투자사들에게 기후 위험, 친환경 건물 등급과 같은 환경 인증, 직원의 다양성, 인권에 대한 약속 등에 대해서 이사회에게 정기적인 보고를 요구했다. 사기업에서도 이러한 움직임을 보이는 이유는 부의 재분배라는 단순한 자선에 목적을 둔 것이 아니라, 소셜 문제를 해결해 나가는 것은 영리적 사업이 지속가능한 환경을 구축하

는 것과 일맥상통하기 때문이다. 황폐해진 부지와 무너진 고용 시장에서는 어떠한 기업도 성장하기 어려울 것이다.

사회문제를 혁신 기술이나 비즈니스 모델을 통해 적극적으로 해결하려는 기업을 소셜벤처라고 하며, 전통적인 기업이 추구하는 영리적 목적을 달성함과 동시에 소셜문제를 해결하기 위한 사회적 가치를 달성하고자 하는 조직이다. 두 가지 미션을 지니고 있기 때문에 소셜벤처는 하이브리드 조직으로도 불린다(정선희·조상미, 2018). 하이브리드 조직은 영리활동을 비영리목적 달성을로 견인하기 위해서 다른 영리적 목적의 벤처기업보다 더욱 혁신, 창의성, 민첩성을 지닌 비즈니스 모델을 구축할 필요가 있다.

투자자들은 소셜벤처 투자 결정 과정에서 투자 팀의 수익 달성 가능성과 사회적 가치 달성을 위한 비영리적 활동 사이에서 갈등하게 될 것이며, 투자자 개인이 가지고 있는 소셜벤처에 대한 긍정적 정서(소셜미션 달성 정도 중시)와 투자 팀이 제시하는 비즈니스 모델 구조의 타당성

* strberryfields4ever@gmail.com

** 01041603713@kookmin.ac.kr

(잠재적 수익 가능 가능) 등을 통해서 투자 여부를 결정할 수 있을 것이다.

본 연구의 목적은 소셜벤처가 가진 두 가지 가치가 어떻게 결합되어있는지(비즈니스 모델)를 기준으로 유형화된 바를 다시 짚어보고 이를 바탕으로 투자자들의 유형별 선호도를 분석해보고자 한다. 유형화 기준으로는 2007년도에 진행되었던 Sutia Kim Alter의 저술, Social Enterprise Typology의 ‘Business/Program Integration’을 사용했다. 그 외에 국내의 선행 연구에서는 소셜벤처가 가진 두 가지 가치 요소에 대해서 벤처투자가가 가진 해석수준에 따른 투자자의도가 연구가 진행된바 있으며(한정수, 2021) 임팩트 투자자의 소셜벤처 투자결정요인에 관한 연구(유성호, 2021)도 본 연구의 선행 자료로써 확인할 수 있었다. 이처럼 국내의 소셜벤처 기업 분석을 통해 투자 연계성을 찾기 위한 많은 노력들이 확인되고 있으며, 실제로도 소셜/임팩트 투자는 2020년 한해에만 2671억원 집행되었으며 그 전년도인 2019년의 투자액 282억원 보다 9배 이상 확대된 수치이다.

II. 이론적 배경

2.1. 소셜벤처(Social Venture, Social Enterprise)

소셜벤처는 유사한 개념을 가지고 있는 많은 단어들과 혼용되고 있으며 특히 이러한 사회적 문제에 대한 관심이 높아질수록 각각 개념별 구분이 무의미하게 여겨지고 있는 듯하다. 함께 쓰이고 있는 개념인 소셜벤처(Social Venture)와 사회적기업에 대해서 간략히 살펴보고자 한다.

사회적기업은 2007년 제정된 ‘사회적기업육성법’에서 국내의 어원을 찾을 수 있다. 사회적기업은 취약계층에게 일자리 또는 사회 서비스를 제공하거나 지역사회에 공헌함으로써 지역주민의 삶의 질을 높이는 등의 사회적 목적을 추구하면서 재화 및 서비스의 생산·판매 등 영업활동을 하는 기업을 의미한다. 또한 고용노동부의 인증을 받은 조직만 ‘사회적기업’이라고 명명할 수 있다.

소셜벤처(Social Venture) 개념의 시작은 벤처 자선가(Venture Philanthropist)에서 시작했다. 이 개념의 근본은 영국의 1800년대 엘리자베스 시대의 협동조합에 의한 자선 운동부터 태동되어 1969년 록펠러가 처음 언급하여 기업의 투자 자금에 대해서 성공할 가능성은 낮지만 적은 투자를 통해서 사회문제 해결에 기여하는 분야에 자선 투자하는 것이 소셜벤처의 시발점이었다. 오늘날의 국내에서의

소셜벤처의 개념은 기술성과 혁신성을 보유하면서 사회적으로 가치를 실현하는 기업들을 의미한다.

이러한 배경 속에서 국내에 사회적기업 개념이 공공기관으로부터 이제 정의되었을 무렵인 2007년도 록펠러재단이 제시한 임팩트 투자라는 개념과 2000년도에 유엔 글로벌 캠포에서 발의되었지만 2021년도에 되어서 재조명된 ESG(Environmental, Social, Governance) 개념이 대두되면서 지금까지 유사한 개념들이 혼재되어 사용되고 있다. 국내외 연구자들이 내린 사회적기업(Social Venture, Social Enterprise)에 대한 정의를 정리하면 <표 1>과 같다.

<표 1> 소셜엔터프라이즈의 정의

연구자	정의
Smallbone et al.	사회적 목적을 실현하기 위하여 경쟁적 비즈니스 또는 거래를 하는 조직
Bibby	커뮤니티를 지속하게 하거나 변화시키기 위하여 경제적, 사회적, 환경적 가치를 생산하는 조직
Gray et al.	사회적 목적을 실현하기 위하여 비즈니스적 감각을 사용하는 조직
Paton	일반 비즈니스 사업체와 마찬가지로 경제적 수익활동을 하지만 영리 목적이 아닌 조직의 목적과 비전을 실현하는 조직체
Dart	사회적기업은 조직이 시장 주도, 고객 주도, 자기 만족, 상업적 또는 사업적으로 발전하는 것과 동등으로 간주됨
Alvord et al.	사회적기업은 비즈니스 경제 사업으로 사회문제 해결을 시도하려는 조직
Crossan et al.	사회적 목적을 실현하기 위하여 비즈니스 모델을 사용하는 사회적 목적과 미션에 의해 운영되는 조직체
Alter	사회문제의 해결, 시장 실패의 극복과 같은 사회적 미션을 달성하기 위한 비즈니스 벤처
Defourny & Nyssens	공동체 이익을 위한 분명한 목적과 직접 관련되는 재화와 서비스를 제공하는 비영리조직
Gould	사회적 목적을 실현하거나 사회적 목적 실현을 위해 수익 활동을 하는 비즈니스 조직체
Haugh	사회적 목적을 실현하기 위해 거래 및 수익 활동을 전개하는 다양한 조직들의 집합체
Hockerts	이익을 추구하는 일반 비즈니스 영역과 사회적 목적을 추구하는 비영리 영역이 중첩되는 사회적 목적을 추구하는 혼합적 조직체
Thompson & Doherty	사회적 문제를 비즈니스 기법을 통해 해결하려는 조직체
Babos et al.	사회 취약계층을 위한 노동 통합 및 사회서비스를 제공하는 조직체
Borzaga et al.	민간부문의 합법적인 기업형태 및 모델과 공공의 재화 및 서비스 제공이라는 목적을 결합시키지만, 그 위상과 조직 형태는 사회적 목적을 강조
임형식	유럽 국가의 다양한 사회적 현상, 특히 복지 국가의 위기 속에서 비영리 단체들의 사회적 서비스의 창출에 참여하고, 시민단체들이 자발적으로 주도하여 일자리를 만들어내면서 나타난 현상들을 개념화 한 것
조영복 외	사회적 경제에 의한 새로운 기업형태로서, 이윤을 추구하는 기업의 특성과 공공성을 우선시하는 사회적 특성을 모두 포함
최종태 외	사회적기업은 사회적 목적을 가진 기업으로 인식되며, 저소득층, 노숙자, 삶의 위기에 처한 사람에게 직업훈련의 기회와 일자리를 제공하는 기업체 설립을 모색 중이던 미국의 비영리 활동가에 의해 사용
이용탁	사회적 가치를 창출하기 위한 경영구조나 기금을 확보하고 모색하는 비영리조직의 이니셔티브

조용복	사회적 목표 달성을 위한 사회적, 경제적 목적을 가지고 상업 거래를 통해 안정적인 지원을 확보하는 독립된 조직
배귀희	사회적 목적을 추구하기 위해 혁신적인 방법으로 새로운 사업 기회를 포착하고 위험을 감수하며 시장의 변화에 대해 진취적으로 대응 하는 것

출처: Brouard & Larivet(2010), 김형민(2022)

다양한 정의들의 개념들의 차이가 두드러지지 않지만, 소셜벤처와 소셜엔터프라이즈(사회적기업)의 다양한 개념들은 ‘비즈니스를 통해 사회적문제를 해결한다’는 하나의 지향점을 가지고 있다.

2.2. 하이브리드 조직

하이브리드(hybrid) 조직이란, 서로 다른 조직 모델의 요소를 결합한 조직으로, 종종 재정적 및 사회적 목표와 같은 여러 목표를 달성하려고 만들어진다. 단일 유형의 조직으로는 해결할 수 없는 복잡한 문제를 해결하기 위해 만들어질 수도 있고, 더 효과적이기 위해 다른 유형의 조직의 장점을 결합하는 방법으로 형성될 수도 있는데, 비즈니스, 정부 및 시민 사회를 포함한 다양한 분야에서 찾을 수 있다.

하이브리드 조직이 출현한 이유는, 어느 한 섹터의 고유한 기능만 수행하는 전통적인 조직의 단점이 부각되었고 이를 보완할 필요성이 높아졌기 때문이다. 사회 전체 차원에서는 전통적인 조직이 초래하거나 해결하지 못하는 사회문제에 대응하기 위해서, 그리고 개별 조직 차원에서는 급변하는 환경변화에 신속히 대응하기 위해 조직의 유연성을 극대화하는 차원에서 탄생했다. 하이브리드 조직은 특정 조직의 강점만을 취하여 운영될 수 있기 때문이다(임창희·홍용기, 2013).

소셜벤처가 지닌 하이브리드 특성은 경제적 목적과 사회적 목적(주성수, 2010)으로 구성하는 것이 가장 일반적이며, 영리적 목적과 비영리적 목적으로 구성하기도 한다. 조직의 동기 차원에서는 ‘영리의 이윤(profit) 중심’과 ‘비영리의 사명(mission) 중심’ 두 개의 요소로 구분한다(Alter, 2007).

하이브리드 조직은 두 가지의 목표를 달성하기 위해서 비즈니스 액션 플랜(비즈니스 모델)을 구성해야하며, 필연적으로 두 가지 목표가치의 액션플랜이 상충하거나 충돌하는 경우가 발생하게 된다. Hockerts(2015)는 하이브리드 조직이 적대적 자산¹⁾(antagonistic assets)을 보완자산(complementary assets)으로 전환할 수 있는 방법은 서로 충돌하거나 경쟁할 수 있는 조직의 다양한 요소를 통합하고

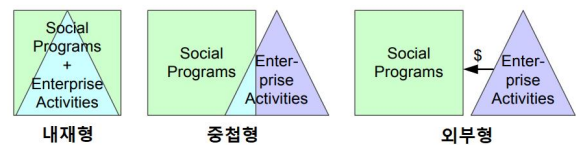
조정할 수 있는 방안을 찾는 것이라고 하며, 혁신적인 방법으로 자원을 공유하고, 목표를 조정하고, 활동을 조정해 나가는 것이 필요하다.

예를 들어, 영리적 요소와 비영리적 요소를 결합하는 하이브리드 조직은 비영리적 측면의 임무와 목표를 지원하기 위해 영리적 측면의 자원과 전문성을 활용하는 방법을 찾는 동시에 비영리적 측면의 사회적 영향과 평판을 이용하여 재정적 목표를 지원하는 방법을 찾을 수 있다. 이런 식으로 조직의 양측이 갈등을 빚지 않고 서로 협력하고 지원할 수 있다. 전반적으로, 소셜벤처(하이브리드 조직)의 성공은 목표와 목표를 달성하기 위해 적대적 자산을 보완 자산으로 전환하는 능력, 조직의 다양한 요소를 효과적으로 관리하고 조정하는 능력에 달려 있다.

2.3. 소셜벤처 비즈니스 통합 유형

소셜벤처, 하이브리드 조직에서 달성하고자하는 두 가지 미션에 대한 달성 과정은 늘 보완적으로 작용하지 않고, 서로 상호배타적으로 작용한다. 각 가치 실현 목표 타겟이 다르기 때문이다. 경제적 가치는 조직의 지속가능성을 높이고, 조직의 투자자들에게 명확한 이익을 가져온다. 사회적 가치의 달성은 사회적 공헌과 기 상정한 수혜자(사회적 취약층 또는 자연, 불평등한 사회구조 등)에게 혜택이 돌아간다. 두 가치를 동시에 달성하기 위한 비즈니스 모델, 액션 플랜을 구성하는 것이 소셜벤처의 핵심적인 과업일 것이다. Hockerts(2015)의 하이브리드 조직에 대한 가치상충의 타개점(적대적 자산을 보완자산으로 변환하는 것)을 비즈니스 모델을 구성하는 관점에서 바라보고 구체적인 유형화를 진행한 것은 Alter(2006)의 연구에서 찾아볼 수 있다.

Alter는 하이브리드조직이 가진 두 가지 미션을 달성하기 위한 각각의 액션 플랜을 엔터프라이즈 액티비티(경제적 가치 창출 활동), 소셜 프로그램(사회적 가치 창출 활동)이라고 구분하여 소셜 프로그램을 중심으로 엔터프라이즈 액티비티가 내재되어있는지, 중첩되어있는지, 외부에 위치하는 지로 나누었다.



<그림 1> Alter의 소셜엔터프라이즈 비즈니스 모델 통합 유형

1) 전통적인 경영활동을 방해하는 요소의 자산. 보완자산의 반대 개념(complementary assets)

내재형(Embedded Social Enterprises)은 소셜 프로그램과 비즈니스 활동이 내재되어 하나가 된 경우다. 이 유형은 비즈니스 활동이 소셜 프로그램과 함께 내재되어 기업의 미션에 핵심적인 역할을 한다. 소셜 프로그램은 비즈니스 활동을 통해 조달한 자기 자본으로 이루어지므로 지속 가능한 프로그램 전략 수행이 가능하다. 이 경우 경제적 성과와 사회적 혜택은 동시에 달성된다. 중첩형(Integrated Social Enterprise)은 소셜 프로그램이 비즈니스 활동과 중첩되어 비용과 자산을 공유하는 경우다. 이 유형은 조직의 미션을 확장하거나 강화하여 사회적 임팩트를 더 크게 달성할 수 있다. 조직의 미션 확장은 사회서비스를 상품화하여 달성 가능하다. 이런 경우 비즈니스 활동은 조직의 미션과 연결된다. 그러므로 비즈니스 활동과 소셜 프로그램 간의 관계는 상호 간에 시너지 효과를 발휘한다.

외부형(External Social Enterprise)은 소셜 프로그램이 비즈니스 활동과 구별된 경우다. 이 경우 비영리 조직은 외부에 사회적 기업을 만들어 사회적 서비스 및 운영비를 조달하게 된다. 또한 조직 내에 수익 센터나 비영리 혹은 영리 사회사를 별도로 구성할 수도 있다. 미션과 무관한 경우가 많고 외부 비즈니스 활동의 수익으로 소셜 프로그램을 수행하는 비영리 모기업에 제한 없이 자금을 제공하고 후원하게 된다. 사회 프로그램이나 간접비를 위한 수입 창출 외에 조직의 비전을 확산시키기 위해 추가로 비즈니스 활동을 요구하지 않는다.

해당 3가지 유형은 소셜 벤처를 유형화하는 다양한 기준 중 명확한 시장논리인 비즈니스 모델로써 기업 유형을 나눈다는 동시에 사회적 미션의 구체적인 방안이 얼마나 경제적 활동과 결합되어있는지에 대해서 고려하였기에 충분한 추가 연구의 가치가 있으며, 특히 투자관점으로 본 유형을 바라보았을 때 도출되는 다양한 의견들은 향후 소셜 벤처를 운영하는 기업, 유관 관계자들에게 가치 있는 자료로 활용되어질 것이라고 여긴다.

2.4. 투자의도

엔젤투자자나 벤처캐피탈리스트의 투자의사결정요인(한주형·황보운, 2018)과 스타트업의 액셀러레이터 선택 의사결정요인(배상완·이동명, 2022; 권용석 외, 2018) 등 다수의 선행연구와 더불어 초기 창업기업 투자에 있어서 여러 투자자의 의사결정요인과 투자 형태 또는 투자 방식 등 투자와 관련된 세부사항을 분석한 선행연구(허가엘 외, 2021)들을 통하여 엔젤투자자나 창업기획자, 벤처캐피탈 등 각 투자기관은 자신만의 방식을 통해 초기 스타트업을 분석

하여 투자를 결정한다는 것을 확인할 수 있다. 벤처투자자가 투자할 기업을 선정할 때 고려할 점은 우선적으로 투자수익 달성과 위험회피에 있으며, 동시에 투자기업의 미션도 고려해야하는데, 운용하는 투자 펀드에 따라서 펀드 결성의 구체적인 목표를 달성해야하기 때문이다.

본 연구의 대상이 되는 소셜벤처는 혁신적인 원천기술 또는 특유의 비즈니스모델 구조를 바탕으로 사업역량을 보유하고 있어 꾸준한 매출 창출과 사회문제 해결이라는 두 가지 목표를 가지고 있는 조직이다. 이는 벤처투자자의 투자 관심의 대상이 되며 지속가능한 비즈니스 모델을 추구한다는 점에서 벤처투자자들에게 향후 성장 가능성도 기대가 되어 진다.

2.5. 긍정적 정서

선행 연구들에 따르면, 투자자나 소비자들은 사회적 영향을 실현하는 기업이 사회에 기여한다는 사실을 인식하면서 긍정적인 인식을 가지는 경향이 있다. 국내에서 실시된 윤선일 외(2020)의 연구에서는, 사회 문제의 심각성을 인식하는 경우나 사회 문제에 관심이 많거나 문제 해결에 직접 참여하는 경우에는 사회적 기업이나 소셜 벤처에 대한 선호도가 증가한다고 나타났다.

이전 연구들을 확인하면, 소셜벤처와 같이 추상적이고 불명확한 사회적 가치를 평가해야 하는 기업은 이중적 가치를 가지고 있다. 이러한 기업들은 사회적 가치를 실현하면서 투자자들에게 긍정적인 인식을 형성하게 되며, 사회에 기여하는 소셜벤처에 투자하게 되면, 투자자는 심리적으로 기쁨과 뿌듯함을 느낄 뿐 아니라 자부심과 자긍심을 얻을 수 있다. 이러한 이유로, 소셜벤처가 사회적 가치를 실현하는 방법으로써 투자자들의 긍정적인 정서를 유발할 수 있다는 것이 입증되었다. 그러므로 소셜 임팩트에 대한 긍정적 정서는 소셜벤처 투자행동에 긍정적인 영향을 미친다고 본다. 따라서 소셜 임팩트의 긍정적 정서가 생기면 투자자는 사회적 임팩트를 실현한 소셜벤처에 대한 투자의도가 강해질 것이라 가정한다.

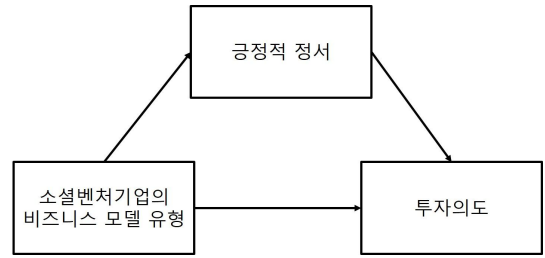
III. 연구 가설설정 및 모형

3.1. 연구 가설설정

두 요소의 통합도가 낮은 소셜벤처의 경우 경제적 가치를 달성하기 위해 설계된 재무적 비즈니스 모델이 사회적 가치의 달성 과정의 일치 정도가 비교적 적으며, 이는 투

자자와 소셜 수혜자의 이익에 대한 이해관계가 대립될 확률이 높다. 통합도가 높은 소셜벤처는 사회적가치 달성의 과정과 경제적 가치 달성 과정이 비교적 일치하는 유형으로 가치 대립이 적게 일어난다.

따라서 투자자가 지닌 소셜벤처 유형의 선호도에 따라 소셜벤처 투자이도가 달라질 것으로 보았으며, 통합도가 높은 하이브리드조직으로 구성된 소셜벤처 투자를 선호하는 투자자가 투자이도 역시 높을 것이라고 예상하여 가설 1을 설정하였다.



<그림 2> 연구모형

<표 2> 소셜벤처 비즈니스 모델 유형과 투자이도의 관계

가설 1	소셜벤처 비즈니스 모델 선호도가 높아질수록 투자이도는 높아질 것이다.
가설 1-1	소셜벤처 비즈니스모델 중 내재형 선호도가 높을수록 투자이도는 높아질 것이다
가설 1-2	소셜벤처 비즈니스모델 중 중첩형 선호도가 높을수록 투자이도는 높아질 것이다
가설 1-3	소셜벤처 비즈니스모델 중 외부형 선호도가 높을수록 투자이도는 높아질 것이다

소셜벤처는 이중가치를 추구하고 있으므로 벤처투자자가 소셜벤처의 하이브리드적 특성에 대한 긍정적 정서에 따라서 유형별 투자이도가 달라질 수 있을 것이라 예상하고 연구를 확장하여 가설 2를 설정하였다.

<표 3> 긍정적 정서와 유형별 투자이도 간의 관계

가설 2	소셜벤처 비즈니스 모델 선호도는 긍정적 정서를 매개로 투자이도를 높일 것이다.
가설 2-1	소셜벤처 비즈니스모델 중 내재형 선호도는 긍정적 정서를 매개로 투자이도를 높일 것이다
가설 2-2	소셜벤처 비즈니스모델 중 중첩형 선호도는 긍정적 정서를 매개로 투자이도를 높일 것이다.
가설 2-3	소셜벤처 비즈니스모델 중 외부형 선호도는 긍정적 정서를 매개로 투자이도를 높일 것이다.

3.2. 연구모형

종합해보면 소셜벤처의 비즈니스 통합 유형에 따른 선호도가 벤처투자자의 투자이도에 미치는 영향력이 달라질 것으로 보았다. 이에 대해 소셜 임팩트의 긍정적 정서가 매개 역할을 할 것이라 가설을 설정하였으며, 본 연구에서 제시한 가설들을 반영한 연구모형을 도식화하면 <그림 2>와 같다.

IV. 기대효과

소셜벤처는 시장에서 영리 조직의 경쟁력으로 재무적 성과를 달성하고 동시에 사회문제를 해결하여 사회적 대의를 도모하고 이를 통해 소셜 임팩트의 혜택을 얻어 성장하는 것을 목표로 한다. 이런 소셜벤처에는 서로 다른 두 개의 가치(경제적 가치, 사회적 가치)가 존재한다.

본 연구에서는 두 가치가 서로 대립하기만 하는 것이 아니라 결합되어있는 정도에 따라서 유형을 나누고 유형별 투자자의 선호도와 투자이도를 연구하는 것으로 시작해보려 한다. 이 과정에서 긍정적 정서가 투자이도로의 매개효과를 검증하는 것까지 이끌어 본 연구에서 의미 있는 결과를 도출하고자 한다.

기존 선행연구들은 대부분 소셜벤처 조직의 내적 요소인 유형분류, 사업모델의 임팩트 측정, 기업가정신 분석, 성장이론 등에 집중 되어있는 경향이 있다. 소셜벤처와 투자 간의 상관관계에 대한 연구도 적게 발견할 수 있었으나 소셜벤처의 유형에 따른 다양한 외부 주체의 선호도와 긍정적 정서에 대한 국내 연구에 대해서는 많은 부분 공백이 확인되고 있다. 본 연구를 통해서 소셜벤처에 대한 긍정적정서와 투자 의도의 관계를 검증해 국내 투자자와 소셜벤처 기업, 유관 관계자들에 대한 다양한 추가 연구가 이루어지길 바란다. 특히 소셜벤처의 유형에 따른 비교 연구로 확장되어 나갈 수 있는 기반으로 본 연구를 활용하기를 희망한다.

참고문헌

권용석·황보운·이중훈(2019). 스타트업의 액셀러레이터 선택 시 의사결정요인에 관한 연구. *벤처창업연구*, 14(1), 33-46.
 김상준·김나현·이승주(2022). 소셜 벤처 성장 이론: 혼합성의 다이나믹스 고찰. *전략경영연구*, 25(1), 1-35.
 김진영·성창수·조한준·문강현(2020). 소셜벤처의 의사결정 프로세스에 관한 연구: 고요한택시 사례. *벤처창업연구*, 15(4), 83-96.
 김형돈(2015). 사회적기업의 하이브리드 특성이 지속가능성에 미

- 치는 인과경로 연구:인과지도 분석들과 사회적목적 유형별 분석을 중심으로. *사회복지정책*, 42(3), 293-322.
- 김형민·김진수(2022). 하이테크 소셜벤처의 사회적·경제적성과에 미치는 영향요인. *벤처창업연구*, 17(1), 121-137.
- 박재환·전혜진(2019). 지속가능한 비즈니스모델 설계 도구: 소셜벤처 사례를 중심으로. *벤처창업연구*, 14(1), 187-198.
- 배상완·이동명(2022). AHP 기법을 이용한 스타트업의 액셀러레이터 선택 의사결정요인의 상대적 중요도와 우선순위 분석. *디지털융복합연구*, 127-140.
- 유두호·엄영호·윤선일(2021). 정부의 공정성이 행복에 미치는 영향요인 분석: 정부혁신의 조절효과를 중심으로. *지방정부연구*, 24(4), 297-319.
- 유성호(2022). *임팩트투자자의 소셜벤처 투자결정요인에 관한 연구* 석사학위논문, 국민대학교.
- 임창희·홍용기(2013). 직업과 조직에 관한 만족과 몰입이 전환의도에 미치는 영향에 관한 연구. *경영과 정보연구*, 31(43), 377-395.
- 장석인·성연옥·임상호(2017). 사회혁신기업의 임팩트 투자와 비즈니스 모델에 관한 사례연구: 사회적기업을 중심으로. *인적자원개발연구*, 20(2), 253-273.
- 정선희·조상미(2018). 하이브리드 요인이 사회적기업 성과에 미치는 영향: 사회적기업가 정신의 매개효과를 중심으로. *사회적가치와 기업연구*, 11(3), 125-161.
- 중소벤처기업부·기술보증기금(2019). *소셜벤처 판별기준 및 가치평가모형 안내서*. 중소기업부·기술보증기금.
- 차연희·김경환(2019). 사회적 기업가정신이 사회적경제기업의 사회적·경제적 성과에 미치는 효과에 관한 탐색적 연구. *한국창업학회지*, 14(6), 429-455.
- 한정수·최자영(2021). 소셜벤처의 이중가치(경제적 vs. 사회적 가치)와 벤처투자자의 해석수준이 소셜벤처 투자의도에 미치는 영향. *한국창업학회지*, 16(4), 85-111.
- 허가엘·정승화·김지연(2021). 스타트업 액셀러레이터의 민간·공공 유형별 투자결정요인에 대한 연구. *중소기업연구*, 43(4), 173-209.
- Alter, K.(2007). Social enterprise typology. *Virtue Ventures LLC*, 12(1), 1-124.
- Brouard, L(2010). Essay of clarifications and definitions of the related concepts of social enterprise. *social entrepreneur and social entrepreneurship*.
- Yang, S., Kher, R., & Newbert, S. L.(2020). What signals matter for social startups? It depends: The influence of gender role congruity on social impact accelerator selection decisions. *Journal of Business Venturing*, 35(2), 1-22.