

혁신적인 기부 플랫폼, 키바(KIVA)의 메시지

크리베이트 대표

박성연



‘아이디어 컨설팅’이라는 국내에 다소 생소한 개념으로 사업을 하는 회사가 있다. 다양한 관심사와 호기심, 창의력을 마음껏 발휘하기 위해 대기업 회사원 대신 창업의 길을 선택한 박성연 대표가 만든 ‘크리베이트’다. 이번 호에서는 ‘기부’, ‘사회적 기업’이 창의, 혁신과 결합할 때 발생하는 시너지에 대해 알아보려고 박성연 대표를 만나났다.

크리베이트를 소개한다면?

크리베이트는 아이디어 컨설팅 회사다. 이름은 ‘Create+ Innovate’의 합성어다. 사명에 창의, 혁신을 달고 있는 만큼 회사나 조직에서 전에 없던 새로운 것을 만들려고 할 때 컨설팅을 하고 있다.

주로 하는 일은 새로운 아이디어를 도출하는 전문성을 바탕으로, 소비자에게 가장 임팩트 있는 아이디어를 골라 가치 있는 콘셉트를 만드는 것이다. 대표 사례들로 LG전자의 똑똑 두드려서 휴대폰 잠금화면을 해제하는 ‘노크온(KnockOn)’, 가구와 세탁기를 결합한 ‘스타일러’, 현대자동차의 ‘AS 대신 Before Service’ 등이 있다.

그 외 컨설팅을 진행하면서 컨설팅에 적용되었던 방법론에 대해 교육을 진행하고 있고, 그 외 전자회사, IT회사, 엔터테인먼트회사 등을 대상으로 창의·혁신역량을 강화시키는 일을 하고 있다.

모 경제지에 ‘박성연의 비영리를 위한 혁신’이란 타이틀로 연

재하는 칼럼 소재들이 매우 다양해서 놀랍다.

크리베이트는 전에 없던 새로운 것을 만들고자 하는 회사들에 컨설팅을 제공하고 있다. 흔히들 아이디어는 그냥 하늘에서 뚝 떨어지는 영감 같은 것이라고 생각하는데 그렇지 않다. 아이디어는 일종의 아웃풋이므로 인풋이 매우 중요하다. 따라서 새로운 인풋의 일환으로 트렌드나 뉴스에 관심을 가지고 살펴봐야 하는데, 단시간에 많은 정보를 접하다 보니 살펴보는 분야가 넓은 편이다. 하지만 깊이는 부족한 경우들이 종종 있었다. 그런데 칼럼 연재 요청을 받고, 지금까지 알았던 다양한 혁신 사례들을 좀 더 깊이 살펴볼 수 있겠다 싶어 수락했다.

칼럼 중 ‘키바(KIVA)’라는 단체 관련 기사를 재미있게 보았다. 이 단체는 어떻게 알게 되었나?

키바를 처음 안 것은 2008년도쯤이었는데, 그 당시 마이크로펀딩 같은 게 유행하던 때라 키바도 그런 서비스를 제공하는 곳 정도로만 알고 있었다. 그런데 칼럼을 위해 키바

를 다시 조사하며 내가 알고 있던 것이 빙산의 일각이었고, 여러 측면에서 놀랍도록 혁신적인 곳이라는 것을 알게 되었다. 대표적인 예는 키바의 기부시스템이었다.

‘혁신’이라 표현한 키바의 기부시스템을 간단히 소개한다면?



키바는 ‘온라인 P2P(Person to person) 마이크로파이낸스 회사로 개인 간 무담보 금융서비스를 제공하는 기업’이다. 그런데 자세히 들여다보면 다른 무담보 금융서비스와 좀 다르다. 키바에서는 기부자가 직접 온라인에서 돈을 빌려줄 사람을 선택하여 일정액을 투자한다. 큰돈이 아닌 단돈 25달러면 된다. 이 돈은 고스란히 대출자에게 전달되고, 대출자는 투자된 돈이 각 비즈니스 상에서 어떻게 쓰이고 현지사업은 어떻게 진행되고 있는지 온라인상에 올려둔다. 그리고 일정 기간 내에 돈을 갚으면 기부자는 처음 냈던 25달러를 돌려받는다. 대신 이자는 없다. 기부자는 돌아온 그 돈을 찾을 건지, 다시 또 투자할지를 결정할 수 있다. 그래서 키바의 시스템을 ‘기부성 투자’라고 한다.

투자금이 다른 곳으로 빠져나가지 않고 고스란히 대출자에게 전달되고 또다시 후원자에게 돌아가면 키바는 무슨 비용으로 운영되는가?

비법은 ‘팁 시스템’이다. 돈이 회수 되면 투자자들은 그 돈을 인출하거나 다시 다른 곳에 투자할 수 있는데, 이때 ‘키바’에 팁으로 기부할 것인지 슬쩍 물어보는 질문에 많은 사람들이 팁을 주는 쪽을 선택할 수 있다. 시스템에 대한 신뢰 덕분이다. 더 놀라운 것은 키바의 대출 상환율이 99%에 이른다는 것이다. 세계 어떤 은행보다 높은 상환율이다.

키바가 신뢰만을 바탕으로 운영될 수 있게 된 배경은?

키바를 설립한 제시카는 우간다로 봉사활동을 갔을 때 현지인들을 보고 ‘당장의 도움보다 근본적으로 가난에서 벗어날 수 있는 방법이 필요하다’ 생각했다고 한다. 이후 제시카는 구체적인 방법을 찾기 위해 고민한 끝에 ‘사람들의 자립을 도울 수 있게 사업 자금을 대주면 어떨까?’는 생각에 이르렀다. 그래서 우간다에서 양을 치고, 염소를 키우는 7명의 사람들에게 돈을 빌려주는 실험을 했다. 놀랍게도 6개월 안에 7명 모두 원금을 갚았고, 빌린 자금으로 사업을 확장시켜가며 잘 살게 되는 것을 보았다. 실험 결과, 이 시스템이 다른 사람들에게도 도움이 될 것이란 확신을 주었고, 지금의 키바가 탄생했다.



키바의 설립자 맷 플래너리는 키바의 성공 요인으로 투명성과 회소성을 들었다. 한국가이드스타 역시 비영리단체의 투명성 중요성을 선도하고 있는 입장인데, ‘비영리단체의 투명성’에 관한 의견이 있다면?

기부하려는 사람들에게 ‘왜 기부를 망설이는가?’ 물어보면, 많은 이들이 ‘기부한 돈이 어디에, 어떻게 쓰이는지 알기 어려워서’라는 식으로 말한다. 사실 기부 단체도 자원봉사가 아니라 조직으로 구성되어 있기에 당연히 운영비나 인건비가 든다. 그러니 사람들이 ‘내가 기부한 돈에서 단 한 푼도 건드리지 마!’라고 생각하는 것은 옳지 않다. 다만 기부금 활용 현황이나 계획 등을 투명하게 공개할 필요는 있다. 또 ‘투명성’은 비영리단체의 의사결정 방식에도 적용된다. 어떤 중요한 사안을 결정할 때 기부자들이 참여할 수 있는 민주적 장치가 필요하다. 예를 들어 기부자들의 의견을 들을 수 있는 다양한 루트를 마련하거나, 어떤 프로그램을 만들 때 만드는 과정이나 홍보하는 과정 등에서 많은 이들을 참여시킬 수 있다. 최소한 관심을 표명한 사람들에게는 그런 것이 필요하다고 본다. 그러나 지금까지는 과정 없이 결과만 있었다. 그 결과조차 투명하지 않았고, 그래서 사람들이 실망하는 경우가 많았다. 그래서 비영리단체의 투명함이란 비영리가 취해야 할 중요한 덕목이자 자세인 동시에 비영리를 후원하고 있는 많은 후원자들과의 커뮤니케이션 방식에 적용되어야 한다고 생각한다.

비영리에 관한 많은 선진국 사례들을 통해, 한국의 비영리단체가 성장하기 위해 배울 점이 있다면 어떤 것들이 있을까?

선진국 사례 중에서 키바 하나만 보아도 배울 것이 많다. 우선 키바는 기부자 입장에서 철저히 고민했다. 기부의 가장 큰 허들은 ‘금액’이다. 유명한 사람이 몇 천만 원, 몇 억

원을 기부했다는 이야기를 듣고, 대부분 ‘그래. 돈 좀 더 벌면 기부해야지’라고 생각한다. 그런데 키바는 단돈 25달러로 기부할 수 있도록 했고, 1회성 기부로 끝나지 않고 다시 돌려받을 수도 있기에 사람들이 쉽게 동참할 수 있었다. 실제로 25달러가 상환되었을 때, 사람들은 또 다시 투자를 하는 게 보통인데, 평균 8회 이상 투자를 한다고 한다. 많은 단체들이 기부는 거창한 것이 아니라는 메시지를 주고 싶어 했는데, 키바는 영리하게 그것을 이루어낸 것이다. 그리고 키바에서는 굶주림과 질병에 고통 받는 이야기 대신 적극적인 생활과 투자 계획을 보여주며 기부자와 수혜자의 관계를 ‘비즈니스 파트너’로 보았다. 혁신은 이렇게 관점을 전환시키는 것에서 시작된다.

한국 비영리단체의 앞날에 대해 조언해준다면?

비영리는 명분이 매우 훌륭하기 때문에, 사람들이 동참하지 않으면 ‘이 좋은 뜻을 사람들이 몰라준다’고 속상해하기 쉽다. 그래서 오히려 더 창의적 혁신이 중요한 것 같다. 왜냐하면 그 영향력이 영리 영역보다 훨씬 크기 때문이다. 사실 영향력의 크기나 효과를 따지는 것이 영리 영역에서 중시하는 효율과 효과에 대한 이야기같아 불편할 수도 있다. 비영리 영역은 앞으로 더 많이 성장할 것이라고 생각한다. 그러기 위해서는 지금까지의 관점을 전환하고, 영리 영역에서 활용되는 좋은 방법론이나 툴도 적극적으로 활용할 필요가 있다. 그리고 영향력을 키우기 위한 자체적인 고민과 솔루션이 필요하다고 본다. 이미 영리 영역에서도 우리의 인적·물적자원을 잘 활용하여 어떻게 하면 사회적으로 더 큰 영향력을 키울 것인가 고민하고 있다. 바람직한 현상이라고 생각한다. 그렇다면 어떻게 해야 지금까지와는 다른 방식, 새로운 관점으로 다른 가치를 줄 수 있을지 치열한 고민이 필요한 때라고 생각한다. NPO 가이드스타