

# University & Collective Impact

HANYANG UNIVERSITY  
HYUN SHIN





Background



A social venture  
founded in 1939 with  
a founding philosophy  
"Love in Action"

# Present

---

- 61 departments and 21 graduate schools
- 24K undergraduates, 8K graduate students and 310K alumni network
- Technology: 1st in Korea and 23rd in the world (2017 *Nature's* Lens Index)
- Business: 76th in the world (University with most CEOs in the world's top 500 firms)

Became one of the leading universities in Korea with its competitive edge on **business** and **technology**



# Notable Changemakers

1st Car  
M.K. Chung (Business)

Founder & CEO  
Hyundai Motors Group



1st Energy IoT Service  
B.K. Yoon (Engineering)

CEO  
Samsung Electronics



1st MLB Player  
C.H. Park (Business)

Pitcher  
LA Dodgers



1st Handprints  
B.H. Lee (French)

Actor  
Hollywood

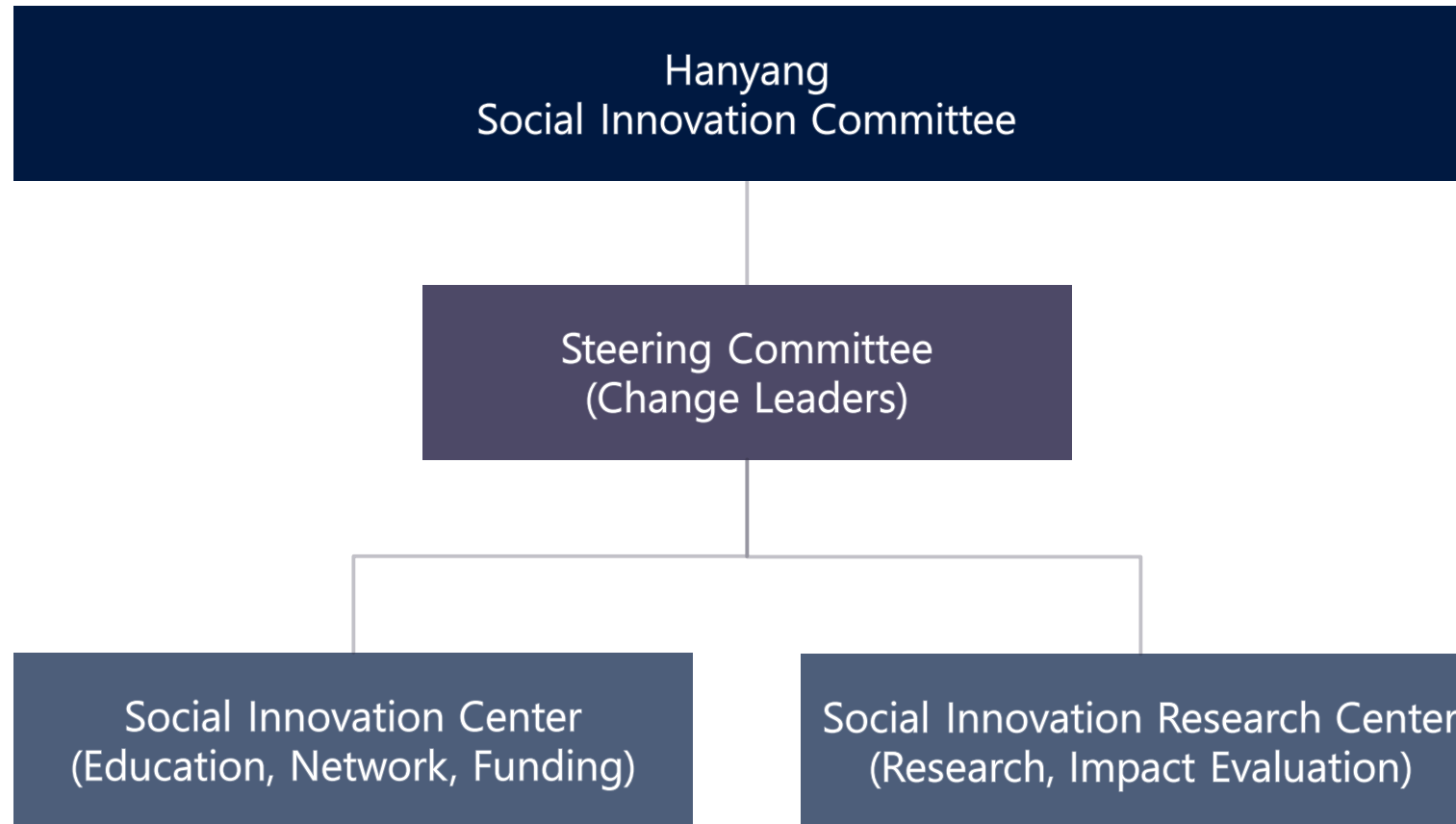


# Senior Leadership's Commitment to Social Innovation



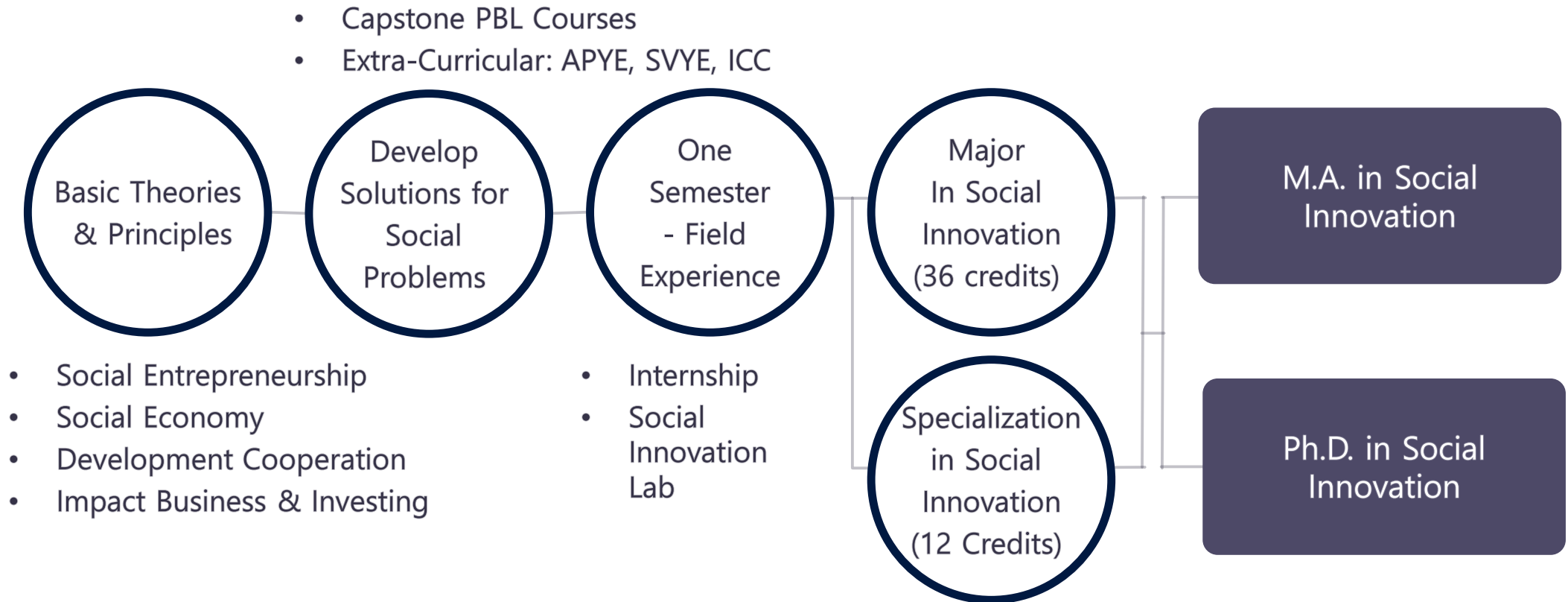
Former President Young Moo Lee (2015-2019)  
HUGE announcement at ADB's 2017 Annual Meeting in Japan

## The Coordination Structure for Social Innovation



## Undergraduate level

## Graduate Level





# Eco-system for Social Innovation



Sungsu Valley: Platform for Social Innovation  
Over 1500 young changemakers working together nearby the university

# Role of University

## Building Ecosystem for Changemakers



## Our Dream @ HanyangXSungsu Valley



Hub of  
Changemakers  
In Korea

Hub of  
Changemakers  
In East Asia





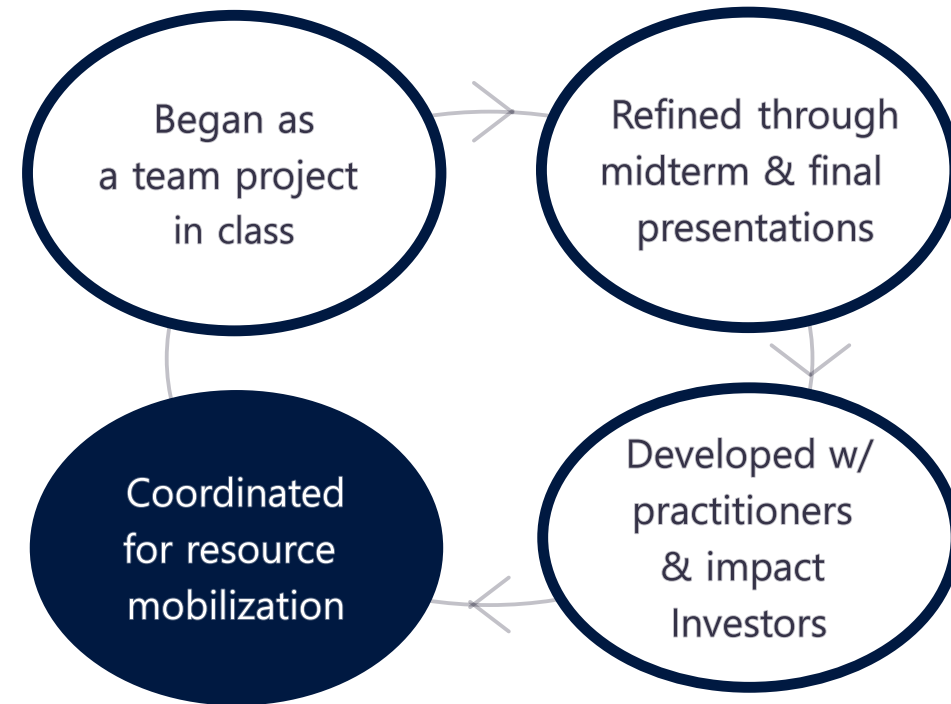
So What?





# Outcomes

## Fun & Interactive Donation Kiosk, DETRIS invented by students who took the *Social Entrepreneurship* course



Coordinator  
Financial support  
Technical support  
Administrative support  
Utilization

- Social Innovation Center
- LINC+ Foundation
- Professors in engineering & business
- Local government agency
- Fundraisers, Youth Change Makers, etc.



## KAINA @Philippines (Restaurants for Single Moms in Rural Areas)

**중앙일보**  
**교통카드 대면 기부  
필리핀에 한식당 열어  
현지 싱글맘 자립 돕조**

**소셜벤처 '카이나' 세운 한양대생들**

20일 서울 지하철 2호선 한양대입구역, 한양대도어어지는 통로에 이른 키 두배 높이 설치물이 서 있다. 한양대를 모조리 학생·교직원·이따금 이 앞에서 교통카드를 찍었다. 설치물에 내장된 단말기에 교통카드가 닿으면 500원이 빠져나간다.

이들은 한양대에서 약 2700km 떨어진 필리핀 나가사키시(Nagasaki) 아테네오 대학교 나가캄피스 교내 식당 앞 '카이나 1호점' 입대로 쓰인다. 카이나 1호점은 오는 6월 이 대학 개교에 맞춰 문을 연다. 카이나(Kaina)는 '필리핀 여성의 자립을 돕는 한식 프랜차이즈'를 표방한 소셜벤처다. 회사명은 필리핀 타갈로그어로 '함께 식사하자'는 의미다.

창립자는 한양대 한승훈(25·파이낸스경영학과 12학번), 성지훈(25·생물생명학과 12학번), 이재서(25·경제학과 13학번)씨, 파이낸스경영학과 15학번 최정석(23), 그리고 아테네오대학교 나가캄피스 경영학과 학생 네비 로즈 자도라(22·여), 이들 다섯은 아시아개발은행(ADB)이 지난해 7월 필리핀에서 연 행사에서 처음 만났다. 청년들이 국제적 연대 속에 소셜 벤처를 만드는 것을 축하하는 행사다.

학생들의 눈에 비친 필리핀 취약계층의 삶은 고단했다. 카이나 1호점에서 자동차로 10분 거리인 '바오그바 빌리지'는 싱글맘들을 위해 조성된 집단 거주지다. 10~60대 싱글맘과 자녀는 180여 명이 산다. 싱글맘 중 상당수는 생교육을 제대로 못 받은 채 임신했다. 일자리 없는 여성이 수도북하다. 하루 최저 임금(8시간 기준)은 한국 돈으로 5000~6000원이나 이를 다 먹는 여성은 드물다.

아들의 사립학교를 심사한 한양대는 장학협력 사업 예산에서 최대 2000만원을 지원하기로 했다. 아테네오대학교는 교내 식당의 한 공간(23㎡)을 빌려주는 것으로 협력을 보였다. 임대료는 월 12만원.

카이나 1호점은 바로그바 빌리지 여성 2명을 고용한다. 이들은 한국 요리를 만들어 아테네오대 학생과 교직원에게 판매한다. 카이는 2년 안에 나가사키에서 5호점까지 내는 것을 목표로 하고 있다. 카이나 본점에서 1년간 일한 여성들에게 분권 운영권을 줄 예정이다.

"소셜 벤처로 사회문제를 해결한다"(이재서), "여성들이 겪는 열악한 환경을 개선하고 싶다"(한승훈), "사회적 가치를 비즈니스로 실현하겠다"(성지훈), "취약계층 여성이 단단히 활동하고 아이들이 제대로 된 교육을 받게 될 거다"(최정석), "개인의 변화가 사회의 변화로 확산될 수 있다"(네비)는 창업자들의 확신이자 소망이다.

한양대생들은 다음달 출국을 위해 이번 기회를 휴학했다. 내년 초까지 한지에 아들이 1호점을 성공시킬 계획이다. 17일 지하철역에서 시작된 디지털 모험은 20일 현재 23여 명이 참여해 첫 날 지 입대도가 나타났다.

심사관 기자 song.jyeon@hanyang.ac.kr

**WORLD CULTURE OPEN**  홈페이지: [culturaldesigner.net](http://culturaldesigner.net)

**김지디자인**  
발굴컨텐츠

자신의 재능과 열정을 바탕으로 특별한 두의 사회를 바꿔 가는 창의적 사람을 찾습니다.





That's great!

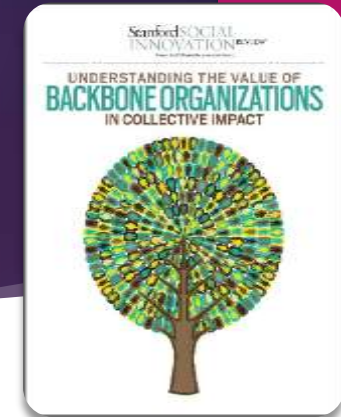
But, that's it??

# Collaboration and University

- ▶ Sustainable partnership is the key for bigger impacts
  - ▶ Public-Private Partnership (PPP), Collective Impact
- ▶ Question:
  - ▶ **What can we do to make collective impacts as an Ashoka U Changemaker Campus??**
    - ▶ **Research & Teaching → Working with Ashoka and SK**
    - ▶ **Promotion & Dissemination → Working with SSIR**



# Collective Impact Framework



- ▶ Collective impact framework (Kania & Kramer, 2011, *Stanford Social Innovation Review*) may work in university-involved collaboration
- ▶ 5 key elements
  - ▶ Common agenda
  - ▶ Shared measurement
  - ▶ Mutual reinforcement
  - ▶ Open communication
  - ▶ And a backbone organization





# Partnership Project: Social Innovation Practicum

LOCAL SOCIAL ENTREPRENEURS-SK HAPPINESS FOUNDATION-HYU



# Core Competences & Individual Needs



## ▶ Local social entrepreneurs

- ▶ Good at solving **social problems** using business model
- ▶ Difficulty in **marketing** due to limited budget and manpower

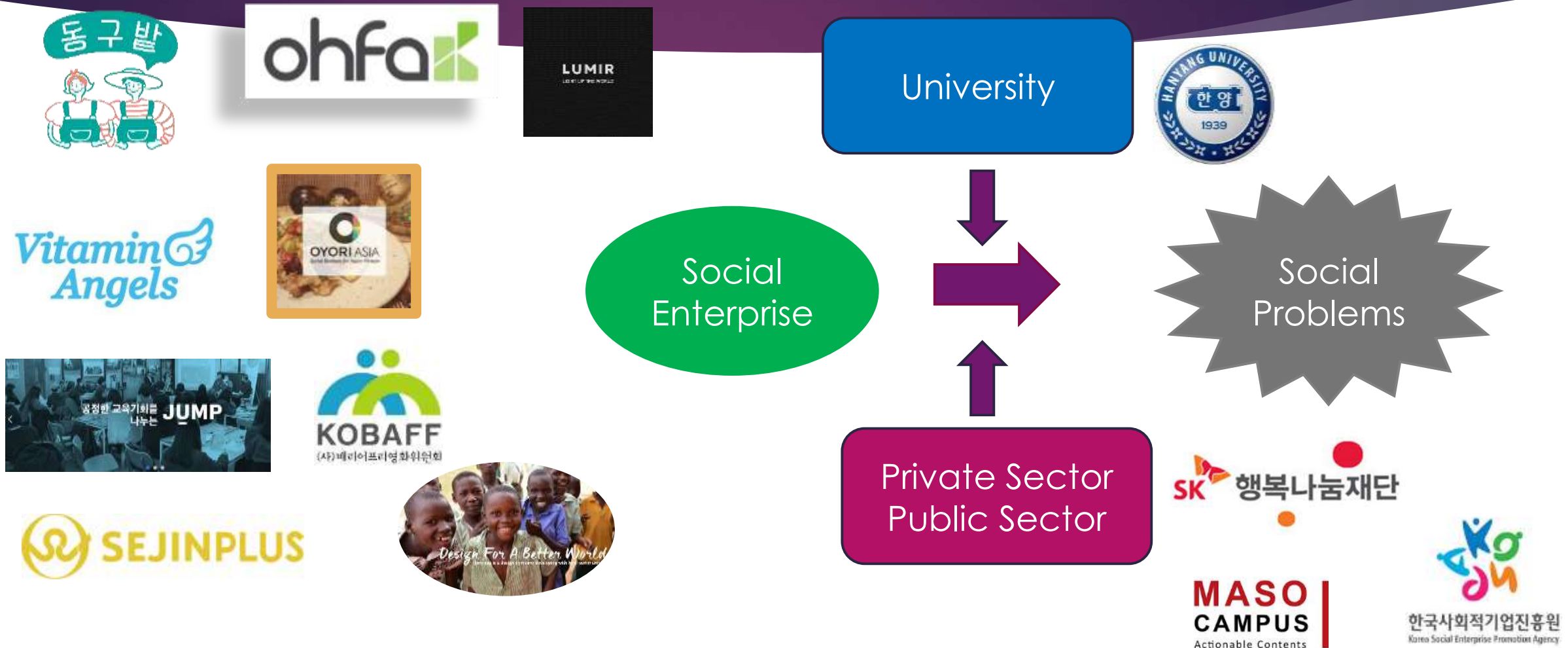
## ▶ Happiness Foundation (SK Group)

- ▶ Good **expertise and human/financial resources** for marketing
- ▶ Wants to better support social entrepreneurs in Korea

## ▶ HYU

- ▶ Good at **digital marketing (contents + SNS marketing)**
- ▶ Needs to allow students to practice social innovation in class

# Collective Impact Education



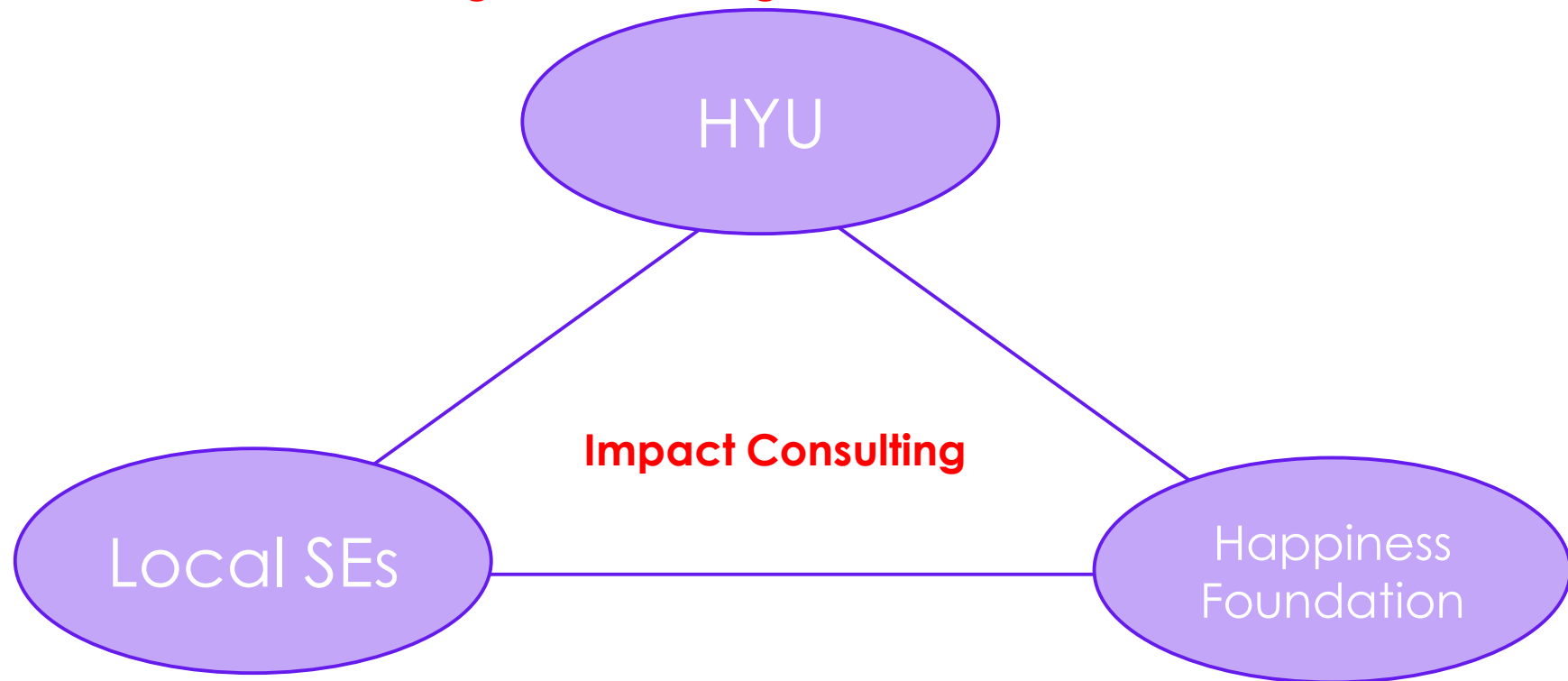
# Scope of Collaboration



- ▶ To co-operate and co-design “SI Practicum”
- ▶ 1 semester (16 weeks) course with 30 students
- ▶ **KEP strategy**
  - ▶ Knowledge: Digital contents + digital promotion
  - ▶ Experience: Field interviews + observations
  - ▶ Practice: Team project (digital marketing)

R&R

Course design & administration  
Digital marketing skills



Meeting & feedback

Probono & financial support



# Jerrybag

## ✓ Storytelling

**SK Sunny X HYU**  
게시자: 허재훈 [카·11월 20일 오후 8:03 · 📍]

나의 소비가 뭔가를 바꿀 수 있을까?  
누구나 '착한 소비'에 대한 생각을 하며 살아가죠. 그러나 쉽지 않은 일이기도 합니다. 제품이 나의 취향과 맞기란 쉽지 않고, 어떤 것이 착한 소비인지 판단하기 쉽지 않죠.

열악한 환경에서 살아가는 우간다 아이들에게 희망이 되어줄 가방이 있습니다.

'우간다 지역 사람들을 돕는 사회적 혁신기업 jerrybag'의 가방들이 바로 그것입니다.

제리백(jerrybag)은 사회적 문제를 해결할 수 있는 상품을 지역환경에 맞게 디자인하고 글로벌 소비자들께 소개하면서 보다 아름다운 세상을 위한 가치를 소비자와 함께 만들어 가고자 하는 기업입니다.

가방의 본질을 잊지 않으면서, 우간다 아이들을 돕는 제리백.

소비자가 자신에게 가치있는 물건을 구매하고, 그것이 자연스레 착한 소비로 이어지는 세상을 꿈꿉니다.

제리백 페이스북 페이지 구독을 통해 제리백의 앞으로의 행보를 지켜봐주세요!

자세한 내용은 카드뉴스와 하단의 링크를 확인해주세요!

인스타: @JERRYBAG\_SEOUL  
페이스북: 제리백  
제리백 링크: <http://jerrybag.com/>  
#제리백 #가방추천




## ✓ Functionality

**SK Sunny X HYU**  
게시자: 허재훈 [카·11월 27일 오후 3:32 · 📍]

가방이 필요한 학생, 학생에게 가방을 선물 할 일이 있는 사람, 심심한 사람, 그냥 사람 모두 주목! (+ @태그 준비)

튀지도 않으면서 깔끔하고 실용성 높고 원단 장황하고 개성을 살릴 수 있는데다가 의미까지 있는 #가방 이 있다면?

이 가방은 바로 '우간다 지역 사람들을 돕는 사회적 혁신기업 jerrybag'의 <캐주얼 백팩>입니다.

가방도 가방이지만 옆에 달린 리플렉터가 완전 '요 아이템'이라고!



게다가 가방 하나를 구매하면 우간다 아이들에게 one+ bag을 선물해준다고 해요!

제리백(jerrybag)은 사회적 문제를 해결할 수 있는 상품을 지역환경에 맞게 디자인하고 글로벌 소비자들께 소개하면서 보다 아름다운 세상을 위한 가치를 소비자와 함께 만들어 가고자 하는 기업입니다.

제리백 페이스북 페이지 구독을 통해 제리백의 앞으로의 행보를 지켜봐주세요!

자세한 내용은 카드뉴스와 하단의 링크를 확인해주세요!

인스타: @JERRYBAG\_SEOUL  
페이스북: 제리백  
제리백 링크: <http://jerrybag.com/>

## ✓ Emotion

**SK Sunny X HYU**  
게시자: 허재훈 [카·11월 27일 오후 3:31 · 📍]

착한 가방이 존재할까?  
누구나 '착한 소비'에 대한 생각을 하며 살아가죠. 그러나 쉽지 않은 일이기도 합니다. 제품이 나의 취향과 맞기란 쉽지 않고, 어떤 것이 착한 소비인지 판단하기 쉽지 않죠.

그런 분들을 위해 준비한 가방입니다!

이 가방은 바로 '우간다 지역 사람들을 돕는 사회적 혁신기업 jerrybag'의 <캐주얼 백팩>입니다.

제리백(jerrybag)은 사회적 문제를 해결할 수 있는 상품을 지역환경에 맞게 디자인하고 글로벌 소비자들께 소개하면서 보다 아름다운 세상을 위한 가치를 소비자와 함께 만들어 가고자 하는 기업입니다.

가방의 본질을 잊지 않으면서, 우간다 아이들을 돕는 제리백.

소비자가 자신에게 가치있는 물건을 구매하고, 그것이 자연스레 착한 소비로 이어지는 세상을 꿈꿉니다.

제리백 페이스북 페이지 구독을 통해 제리백의 앞으로의 행보를 지켜봐주세요!

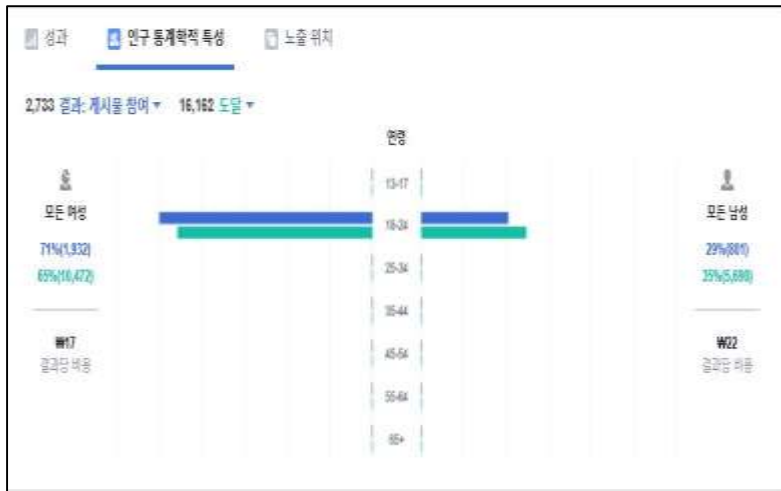
자세한 내용은 카드뉴스와 하단의 링크를 확인해주세요!

인스타: @JERRYBAG\_SEOUL  
페이스북: 제리백  
제리백 링크: <http://jerrybag.com/>  
#제리백 #가방추천

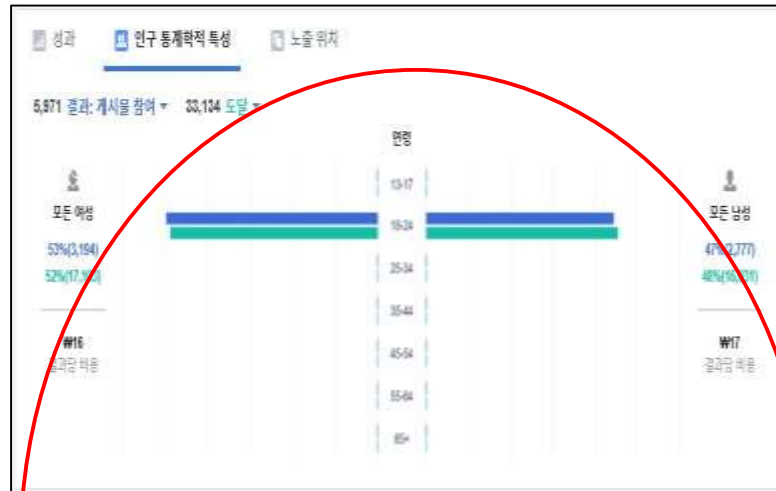




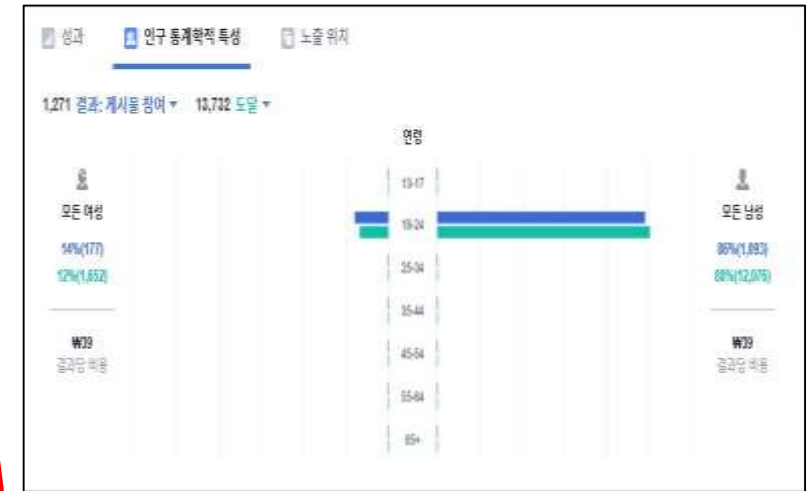

## ✓ Storytelling



## ✓ Functionality



## ✓ Emotion





## ✓ Storytelling

게시물 성과		
16,576 도달수		
42 좋아요, 댓글, 공유		
31 좋아요	22 페이지 게시물	9 공유된 게시물
7 댓글	5 페이지 게시물	2 공유된 게시물
4 공유	4 페이지 게시물	0 공유된 게시물
2,911 게시물 클릭		
2,873 사진 조회	13 링크 클릭	

## ✓ Functionality

게시물 성과		
42,656 도달수		
6 좋아요, 댓글, 공유		
6 좋아요	1 페이지 게시물	0 공유된 게시물
1 댓글	1 페이지 게시물	0 공유된 게시물
1 공유	1 페이지 게시물	0 공유된 게시물
1,000 게시물 클릭		
1,000 링크 클릭	0 링크 클릭	0 링크 클릭

## ✓ Emotion

게시물 성과		
19,368 도달수		
23 공감, 댓글 및 공유		
17 공감	17 페이지 게시물	0 공유된 게시물
1 댓글	1 페이지 게시물	0 공유된 게시물
1 공유	1 페이지 게시물	0 공유된 게시물
1,000 게시물 클릭		
1,000 링크 클릭	0 링크 클릭	18 기타 클릭수

**Reach 150K**  
**Participation 23K**  
**Click 1K**  
**+ Market insights**  
*with Facebook Promotion*  
*Campaign Budget 450 USD*

# Donggubat



FB Promotion Budget 500 USD

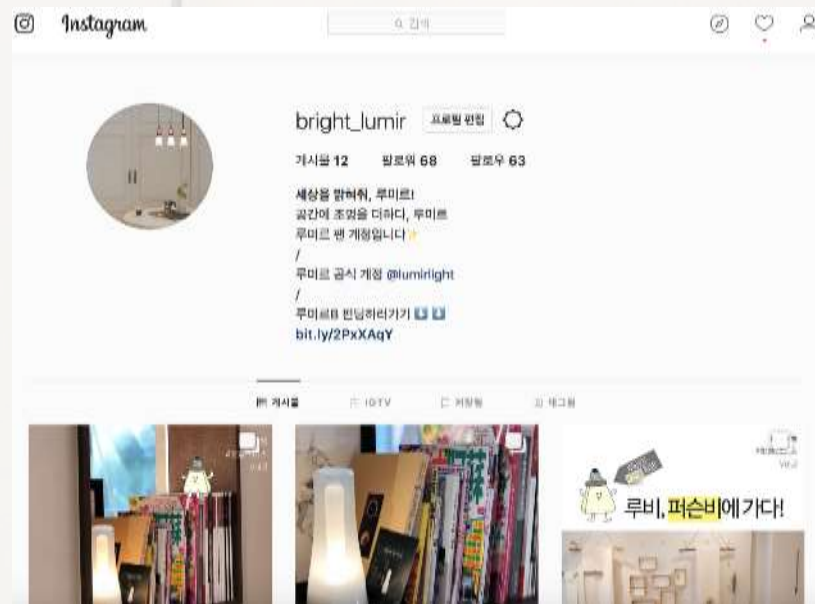
Reach 320K

Exposure 330K



LUMIR

# Bright





여기  
앉아볼까?



# 내가 루미르를 좋아하는 3가지 이유

## 루미르란?

빛을 중심으로 임팩트 창출과 수익 창출을 아우르는 글로벌 조명기업, 루미르!  
루미르는 사업을 통해 빛 부족 문제를 해결하고자 하는 소셜벤처입니다.

## 1 디자인이 예쁘다.

칼리만탄 신비한 자연의 빛깔을 조명에 녹여낸 루미르.  
루미르와 함께라면 조명이 인테리어 소품이 될 수 있습니다.

# LUMIR

LIGHT UP THE WORLD

## 2 가격이 합리적이다.



루미르B  
~~19,000원~~  
13,300원  
얼리버드 할인중

합리적인 가격에 디자인을 더하다



루미르S  
74,000원



루미르C  
79,000원

루미르B  
현재 할인 중  
→ 외디즈Wadiz 에서

## 3 사회적 가치를 담았다.

/ 전기가 닿지 않는 곳에 희망의 빛을 전하다 /

루미르는 전기가 닿지 않는 지역에 적합한 현지형 램프를 개발하여, 보다 밝은 빛을 더 많은 사람들이 저렴하게 누릴 수 있도록 노력하고 있습니다.

루미르, 더 알고싶다면



facebook.com/lumirlight/



www.lumir.co.kr



@lumirlight



# 숨은 루미르 찾기



사진 속 숨어 있는 루미르는 총 몇개일까요?

<정답 화면>  
모두들 맞추셨나요~?






틀린 그림 찾기



Before



After



공간에 조명을 더하다  
루미르 B를 더하다

#왕십리  
#핫플레이스  
Vol.1



루비, 흥신소에 가다!



한양대 근처 감성 카페로 유명한 흥신소

#공부하기 좋은 카페  
#분위기 좋은 카페



흥신소에는 보드게임도 있군요!

#놀이 좋은 카페



루비가 앉을 자리를 정했나봐요!



루비가 앉고 나면  
공간이 어떻게 달라질까요?



한결 밝아졌네요!

루비의 핫플레이스 탐방기는  
[@bright\\_lumir](#) 에서 보실 수 있어요:)  
다음에 루비가 찾아가면 좋을 곳을  
댓글로 추천해주세요!





# CF #1

## Easy-to-Use



## CF #2

## Emotion



# Total Outcomes Measured (Fall 2018)

1.2M



Exposure

1.1M



Reach

60K



Participation

10K



Click

- ▶ Total marketing budget: 1,000 USD per team \* 10 teams = 10K USD
- ▶ Facebook digital promotion campaign budget: 4K USD
- ▶ ROI: 0.2 cent/exposure, 5 cent/participation, 35 cent/click

Results?







# Key Take-aways

# Survey Results (Fall 2018, N= 30/58, 51.7%)

Number	Items	Average Score
1	Empathy	4.5
2	Social problem analysis skills	4.4
3	Social problem solving skills	4.3
4	Practical skills	4.2
5	Creativity	4.2
6	Challenge	4.5
7	Sharing	4.3
8	Communication	4.7
9	Collaboration	4.7
10	Reflection	4.6
11	Interests in social innovation	4.7
12	Participation intention in social innovation	4.6
13	Overall satisfaction	4.4
14	Intention to recommend to others	4.4

# Expansion within the University

- ▶ Introduction to Business
  - ▶ Spring 2019
  - ▶ All first-year business major undergrads (n=365)
  - ▶ Double bottom line + Business model canvas  
→ Profit + Impact
- ▶ Climate Change and Impact Business
  - ▶ Fall 2019
  - ▶ Engineering School + Business School + DBR
  - ▶ Tech + Biz + Journalism → Bigger impact



# Expansion outside the University

- ▶ Impact Consulting Camp
  - ▶ Summer 2019
  - ▶ 15 Korean + 11 Vietnamese students
  - ▶ Collaboration with MARS, FTU, Vietnam Post, and Asia Foundation













NHANDANTV.VN

Ươm mầm khởi nghiệp từ giảng đường đại học

Tin trong nước



# Stanford SOCIAL INNOVATION Review

Informing and inspiring leaders of social change 한국어판



"상호성의 경제(Economics of Mutuality)는 향후 수십 년간 경영관행, 교육, 연구에 지대한 영향을 미칠 획기적인 개념이다."

Colin Mayer, Professor of Management Studies Said Business School  
University of Oxford

## Economics of Mutuality 베트남 적용 사례 발표

1. Asia Foundation, CGV
2. VN Post, Traffic Jam in Hanoi
3. VN Post, Food Safety in Vietnam
4. VN Post, Educational Inequality
5. FIIS, Women Entrepreneurship



스탠포드소셜이노베이션리뷰, 8월 모임에 초대합니다  
'19.8.21(수) 저녁 7시~9시 성수동 헤이그라운드 B1

IMPACT RESEARCH  
Impact Business Research Center

KOICA

KAIDEC  
한국사회적기업진흥원

- ▶ Social Innovation Practicum (Fall 2019)
  - ▶ First English-based social innovation course in Korea (n=29)
  - ▶ Work with Kwang Kim (Asia Foundation) and MARS Catalyst
  - ▶ Focus
    - ▶ Economics of Mutuality Concept
    - ▶ Cross-sectoral collaboration based on respect and trust
    - ▶ Work with FutureLearn: "Social Innovation in South Korea"

<https://www.futurelearn.com/courses/social-innovation>



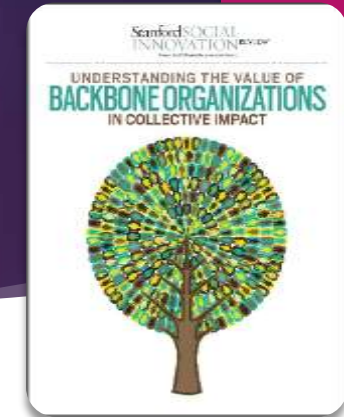


# Lessons from Partnership Projects

- ▶ Stage 1: Planning
  - ▶ Identifying individual needs & shared vision
  - ▶ Scope of project & core competences → R&R
- ▶ Stage 2: Implementation
  - ▶ Team building: trust & mutual-respect
  - ▶ Continuous communication
- ▶ Stage 3: Evaluation & beyond
  - ▶ Evaluation: Measurable outcomes
  - ▶ Modeling (incentive design for win-win mechanism) & scale-up



# Collective Impact Framework



- ▶ Collective impact framework (Kania & Kramer, 2011, *Stanford Social Innovation Review*) **works** in university-involved collaboration
- ▶ Common agenda, shared measurement, mutual reinforcement, open communication are important



# Ashoka & SSIR

- ▶ University (especially, **Ashoka U Changemaker Campus**) can be a **backbone organization**!
- ▶ Working with globally influential media such as SSIR can be very helpful for **local dissemination and global reach**!







LOVE x ACTION x CHANGE

