

Living in the moment

The fiscal practices of today's Korean business owners



We'll help you get there.®

MC1058ENKR 1113



A young man with dark hair and glasses, wearing a light green dress shirt and a tan apron, stands in front of a window. He is holding a black sign with the word "OPEN" written in large, orange, sans-serif letters. He is smiling and looking towards the camera. The window behind him has a white frame and is divided into four panes. The building's exterior is visible, showing some brickwork and a door at the bottom.

OPEN

The pursuit of success

The Korean business community is flourishing financially. Korean business owners are the third-highest earners among all Asian groups. From 2002 to 2007, Korean-owned business revenue grew a substantial 66.6% to \$78.3 billion¹.

Despite their success, a 2011 study of business owners and entrepreneurs conducted by GfK Custom Research North America for Massachusetts Mutual Life Insurance Company (MassMutual) reveals that Korean business owners have minimal protection in place for their businesses and struggle with their personal financial affairs. They are in particularly great need of a long-term financial strategy.

The research shows that Koreans started their businesses primarily to support their families and get ahead. Almost all the respondents (96%) were the first generation in America, and 67% hold at least a bachelor's degree. Yet only one-fourth say they started their business because it aligns with their education. It is clear that Koreans view their businesses mainly as a way to generate income.

Because Koreans are not emotionally invested in their businesses, they view their businesses primarily as a way to get ahead, keep their business and family concerns separate, and therefore have done little financial planning.

A need for fiscal planning at work and home may be a stumbling block in the pathway of Koreans fully realizing their vision of a more prosperous future for themselves and their children. To create established, thriving businesses and to position their families for success, they must advance their financial health.



¹ U.S. Census Bureau, Survey of Business Owners: Asian-Owned Businesses: 2002 and 2007

Business as a way to get ahead



...Koreans view their businesses as a way to support their families and get ahead.

Koreans take a very practical approach to owning a business. While most general population and other multicultural business owners have emotional ties to their businesses, Koreans view their businesses primarily as a way to get ahead, support their families, and provide better lives for their children.

Rather than starting their businesses to pursue passions, follow dreams, use their training, or gain more control of their lives and time—reasons most general population and other multicultural business owners name—Koreans view their businesses as an income source.

Korean business owners identify two key motivators for owning a business: 77% did it to provide financially for their family, and 68% did because it was the only way they saw to get ahead. This is reflected in the importance Koreans place on business valuation. Koreans are significantly more likely than the general population to believe a business valuation is very important. It can help them decide whether they should keep the business or sell it. Knowing the value of their business may be part of their present focus on business and getting ahead.

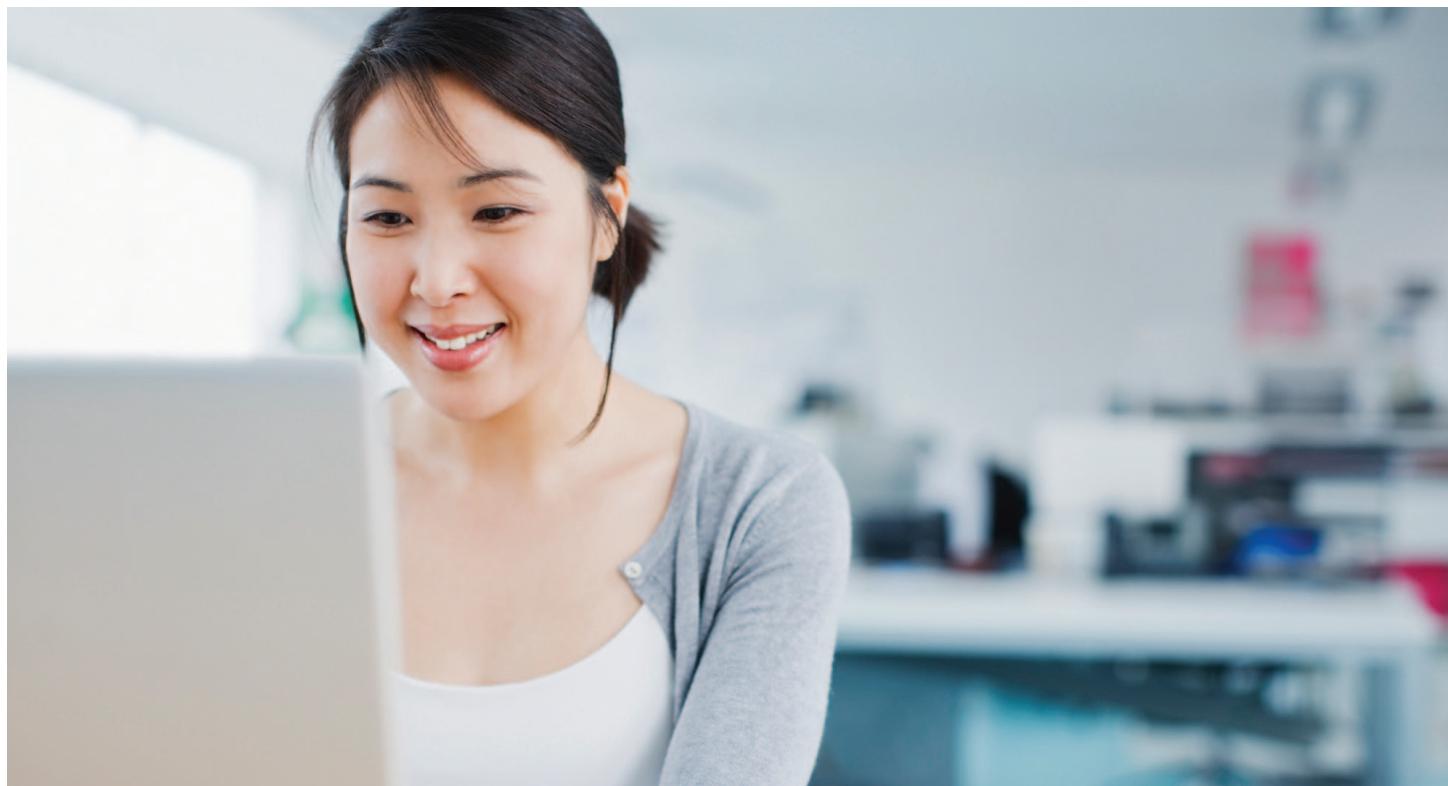
While Korean business owners are motivated to own the business to provide financially for their family, they don't appear to want their children to follow in their footsteps. They may prefer that their children pursue an education that allows them to get a high-paying job or open a more profitable business in the future.

- Eleven percent, compared to 35% of general population and 48% of other multicultural business owners, started their businesses so that they would have something tangible to pass on to their children.
- Only one in 10 Korean business owners plan to leave their business to a child, versus 38% of the general business population and 42% of other multicultural business owners.

Positioning their businesses for success both today and tomorrow is critical to Korean business owners' ability to secure better futures for their children. In addition, creating a long-term strategy for their families and businesses will help ensure they are able to reach their goals and watch their children succeed.

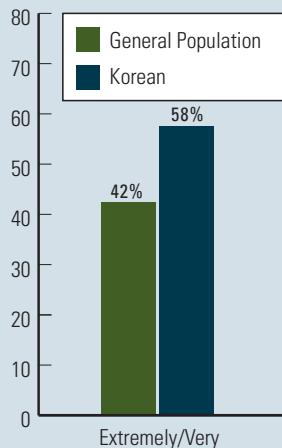
Major Reasons for Owning a Business

Reason	General Population	Total Multicultural	Korean
Provide financially for family	77%	80%	77%
Be own boss	57%	72%	32%
Have more control of life, time, etc.	53%	71%	29%
Have strong passion for craft or trade	47%	63%	30%
Only way to get ahead	32%	58%	68%
To follow your dreams	36%	68%	30%



The business and family divide: the business side

Business Valuation Importance



With their attention devoted to daily business operations, Korean business owners are less likely to be concerned with long-term planning for their businesses.

Korean business owners view their businesses and personal financial affairs as two distinct areas separate from one another. Because much of the reason they went into business is related to family, they typically show less concern related to their businesses compared to family. Much of their business concerns are focused on immediate business needs and generating income as opposed to long-term planning. Their short-term business concerns are reflected in their views on succession plans, general business concerns, and even their own retirement.

Another reflection of Korean business owners' short-term view can be seen in their current thoughts around succession planning. Korean business owners are more likely than other groups to not know who they'll pass their business on to or to plan on selling it. They are also significantly less likely than general business owners or other multicultural business owners to plan to pass their business on to a family member. This is further evidence of the separation they place between their business and family.

With their attention devoted to daily business operations, Korean business owners are less likely to express worry on a variety of topics related to business concerns. This may be due to their rational, emotionally-detached approach to their businesses.

To Whom Do You Plan to Pass on Your Business?

	General Population	Total Multicultural	Korean
Family	54%	60%	23%
No one, would sell	16%	12%	36%
I don't know/haven't thought	15%	19%	34%

Another area to be concerned about for Korean business owners is their lack of retirement planning. Few have planned for the years when they are no longer able to work:

- Twenty-five percent feel they have too many immediate financial concerns (personal finances) to think about saving for retirement.
- Thirty-four percent don't know when they plan to retire.
- Only 25% are confident they are doing a good job preparing financially for retirement.

Working with a trusted financial professional could help Korean business owners think about the long-term financial implications that their current business decisions have on their financial well-being. Doing so may help them create a strategy to achieve their goals and aspirations for their families, which we see them express significantly more concern and worry over.

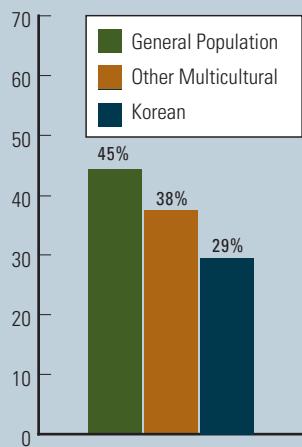


Business-Related Concerns That “Keep Them Up at Night”

Reason	General Population	Total Multicultural	Korean
Business Operations (keep work/ enough business/day-to-day operation)	23%	17%	11%
Finances	17%	19%	10%
Sales	5%	7%	1%
Employees (hiring / retaining)	4%	3%	2%
Government	5%	1%	—
Non-Business Concerns	7%	5%	1%
Nothing / Don't worry about business	28%	35%	67%

The business and family divide: the family side

I'm Satisfied with My Personal Financial Situation



Korean business owners are more concerned with their personal and family financial planning than they are with their businesses.

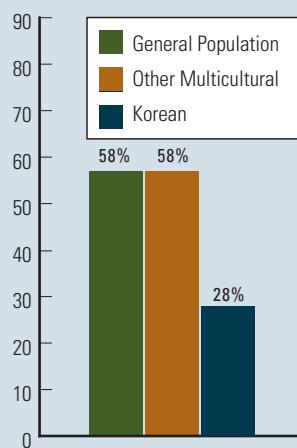
While Korean business owners expressed little concern related to their business finances, they shared ongoing concerns about their finances at home, which again reveal a need for them to create a long-term strategy with help from a financial professional.

Korean business owners tend to lack confidence in their personal financial abilities. They are:

- More likely to wish they were in control of their finances (38% for Koreans versus 20% of the general population)
- Less likely to feel like they're good at managing money (about one-fourth of Koreans compared to 58% of the general population)
- Less likely to be satisfied with their personal finances
- And, despite all their concern, less likely to want to be involved in all decisions regarding their finances than the general population.

Korean business owners report lower levels of ownership on a number of financial products. Not surprisingly, Koreans are significantly less likely than the general population or other multicultural groups to have a financial plan in place. This, coupled with their lack of confidence, points to the value that having a trusted financial professional may bring.

I'm Good at Managing Money



As is true for their businesses, Koreans should work to consider the long-term strategies they need to meet their personal financial goals. This approach can help them address their concerns and feel good about their plans to provide for their families' futures.



Personal Financial Products Owned

	General Population	Total Multicultural	Korean
Will	79%	62%	29%
Qualified retirement savings plan, such as 401 (k), or an IRA	76%	57%	43%
Investments outside a pension type plan	71%	54%	22%
Estate plan	47%	34%	36%
Group life insurance from work	45%	30%	14%
Formal financial plan	45%	47%	18%
Long-term care insurance	29%	36%	9%
College savings plan	18%	24%	13%

Make the best of today and plan for tomorrow

Managing daily operations and issues is key to building a lucrative business, but there is more to consider. A long-term financial strategy can help Korean business owners and their advisors build strong businesses that ease their fiscal concerns, support their children's education, and ensure their families are protected now and in the years to come.

The financial professionals at MassMutual work closely with business owners and their advisors to understand their unique situations and goals, then identify solutions to help them work through the obstacles that may stand in their

way to building their financial future. MassMutual has been helping customers with their financial needs for more than 160 years and has financial strength ratings that are among the highest of any company in the industry¹. As a mutual company, we focus on providing long-term value for our policyholders.

Visit massmutual.com/multicultural/korean today to find a MassMutual agent in your area and learn how to take the next step in creating a solid business strategy and achieving fiscal fitness.



¹ Financial strength ratings: A.M. Best Company: A++; Fitch Ratings: AA+; Moody's Investors Service: Aa2; Standard & Poor's: AA+. Ratings apply to Massachusetts Mutual Life Insurance Company (Springfield, MA 01111) and its subsidiaries, C.M. Life Insurance Company and MML Bay State Life Insurance Company (Enfield, CT 06082). Ratings are as of 8/1/2013 and are subject to change.

MassMutual. We'll help you get there.[®]

Policies, applications, administrative documents, and forms are available in English only.



© 2013 Massachusetts Mutual Life Insurance Company, Springfield, MA 01111-0001. All rights reserved. www.massmutual.com. MassMutual Financial Group is a marketing name for Massachusetts Mutual Life Insurance Company (MassMutual) and its affiliated companies and sales representatives.





© 2011 Massachusetts Mutual Life Insurance Company (미국 보험 회사) 및 그룹 회사, 그리고 그룹 회사의 계열사 및 계열 회사. © 2011 Massachusetts Mutual Life Insurance Company, Springfield, MA 01111-0001. All rights reserved. www.massmutual.com.



보험증권, 퇴직금, 투자금 및 투자금을 위한 투자 상품입니다.

미국 보험 회사. 미국 보험 회사 및 그룹 회사의 계열사 및 계열 회사.
SM

A+ : A.M. Best Company: AA+: Moody's Investors Service: AA2: Standard & Poor's
 AA+: 은급 Massachusetts Mutual Life Insurance Company (Springfield, MA 01111)은 미국 HLGI C.M. Life Insurance
 Company of MML Bay State Life Insurance Company (Enfield, CT 06082)의 계열사입니다. 은급은 2013년 8월 1일에 설립되었으며, 미국 내에 위치한 회사입니다.



을 위한 것입니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다. 그리고 우리는 서로 다른 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께, 서로 다른 배경과 경험을 가진 사람들 간의 협력과 소통을 강조합니다.

여기에는 다양한 문화를 존중하는 태도와 함께,

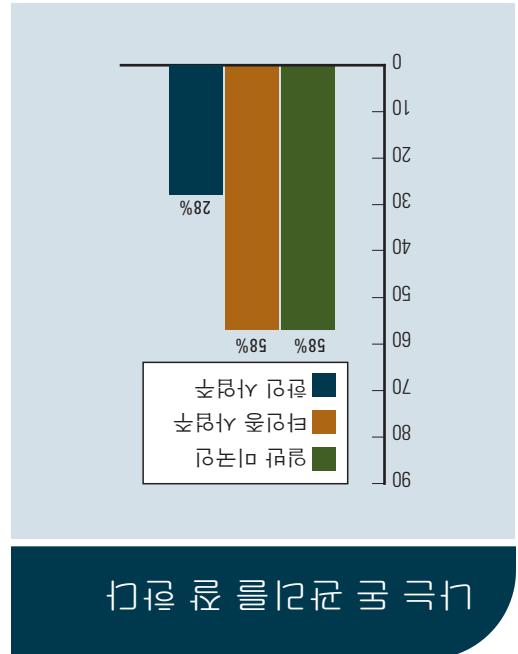
부모님	62%	79%	76%	71%	47%	34%	54%	30%	45%	47%	18%	36%	22%	43%	76%	57%	71%	47%	34%	14%	18%	9%	29%	24%	13%
부모님은 투자에 대한 관심이 있는가?	62%	79%	76%	71%	47%	34%	54%	30%	45%	47%	18%	36%	22%	43%	76%	57%	71%	47%	34%	14%	18%	9%	29%	24%	13%
부모님은 투자에 대한 관심이 있는가?	62%	79%	76%	71%	47%	34%	54%	30%	45%	47%	18%	36%	22%	43%	76%	57%	71%	47%	34%	14%	18%	9%	29%	24%	13%
부모님은 투자에 대한 관심이 있는가?	62%	79%	76%	71%	47%	34%	54%	30%	45%	47%	18%	36%	22%	43%	76%	57%	71%	47%	34%	14%	18%	9%	29%	24%	13%
부모님은 투자에 대한 관심이 있는가?	62%	79%	76%	71%	47%	34%	54%	30%	45%	47%	18%	36%	22%	43%	76%	57%	71%	47%	34%	14%	18%	9%	29%	24%	13%

부모님은 투자에 대한 관심이 있는가?



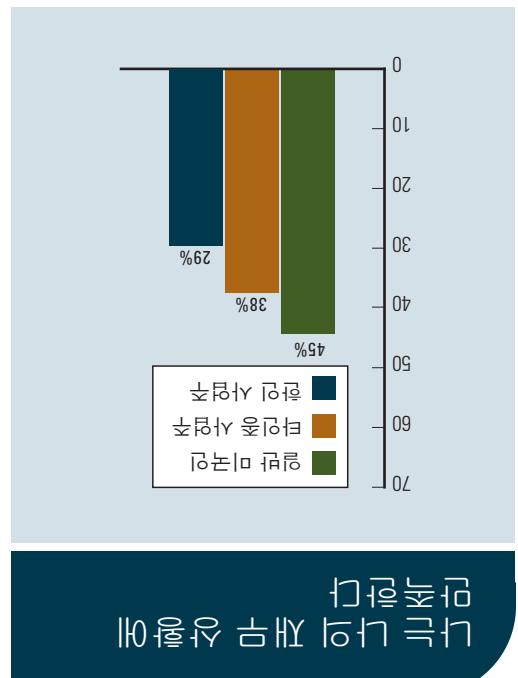
한국인은 평균 58%의 저축률을 보유하고 있다. 이는 전 세계 평균 저축률 28%를 상회하는 수준이다. 저축률은 개인의 소득 수준과 재정 상황에 따라 차이가 있을 수 있다. 예컨대 저축률이 높은 경우는 저축률이 낮은 경우보다 재정 안정성이 더 좋을 수 있다.

한국인은 평균 58%의 저축률을 보유하고 있다. 이는 전 세계 평균 저축률 28%를 상회하는 수준이다. 저축률은 개인의 소득 수준과 재정 상황에 따라 차이가 있을 수 있다. 예컨대 저축률이 높은 경우는 저축률이 낮은 경우보다 재정 안정성이 더 좋을 수 있다.



한국인 저축률은?

한국인은 평균 58%의 저축률을 보유하고 있다. 이는 전 세계 평균 저축률 28%를 상회하는 수준이다. 저축률은 개인의 소득 수준과 재정 상황에 따라 차이가 있을 수 있다. 예컨대 저축률이 높은 경우는 저축률이 낮은 경우보다 재정 안정성이 더 좋을 수 있다.



한국인 저축률은?

한국인은 평균 45%의 저축률을 보유하고 있다. 이는 전 세계 평균 저축률 38%를 상회하는 수준이다. 저축률은 개인의 소득 수준과 재정 상황에 따라 차이가 있을 수 있다. 예컨대 저축률이 높은 경우는 저축률이 낮은 경우보다 재정 안정성이 더 좋을 수 있다.

한국인은 평균 45%의 저축률을 보유하고 있다. 이는 전 세계 평균 저축률 38%를 상회하는 수준이다. 저축률은 개인의 소득 수준과 재정 상황에 따라 차이가 있을 수 있다. 예컨대 저축률이 높은 경우는 저축률이 낮은 경우보다 재정 안정성이 더 좋을 수 있다.

01. 희망(좋은면 면역, 나쁜면 면역)	23%	17%	11%	희망
02. 희망(좋은면 면역, 나쁜면 면역)	19%	17%	10%	희망
03. 희망(좋은면 면역, 나쁜면 면역)	7%	5%	1%	희망
희망(다음/당たり)	4%	3%	2%	희망
비교	5%	7%	1%	희망
기타(다음/당たり)	4%	3%	2%	희망
기타	—	5%	1%	희망
기타(다음/당たり)	7%	5%	1%	희망
비교	1%	5%	7%	희망
희망(다음/당たり)	28%	35%	67%	희망/나쁜면 면역, 좋은면 면역

한국어로 된 책입니다.



제작자와 배우는 작품에 대한 존중과 사랑을 표현하는 행위로, 예술가의 노력과 열정을 칭찬하는 행위입니다.

外國語文

질문	응답자 수	응답자 비율 (%)	선택 이유	선택 이유	선택 이유
국내 대학교	120	34%	국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공합니다.	국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공합니다.	국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공합니다.
국내 대학교	80	23%	국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공합니다.	국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공합니다.	국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공합니다.
국내 대학교	60	16%	국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공합니다.	국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공합니다.	국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공합니다.
국내 대학교	54	15%	국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공합니다.	국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공합니다.	국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공합니다.

국내 대학교 선택 이유 조사 결과

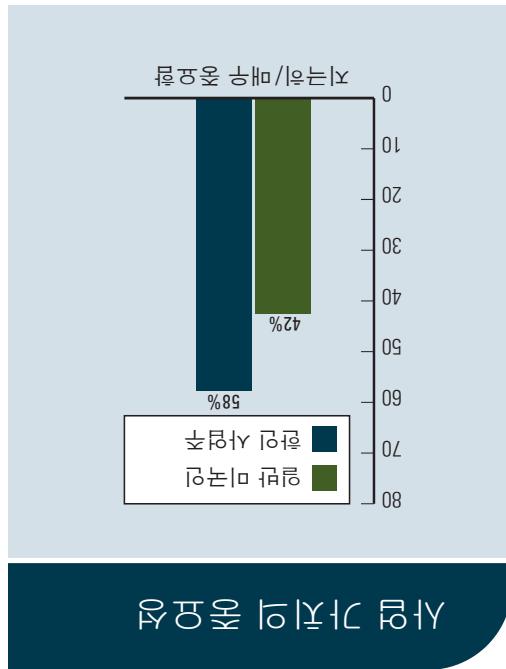
결과적으로 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 58%의 응답자가 선택했습니다. 이어 34%는 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택했습니다. 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택한 학생들은 대부분 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택했습니다.

학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택한 학생들은 대부분 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택했습니다. 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택한 학생들은 대부분 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택했습니다. 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택한 학생들은 대부분 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택했습니다.

학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택한 학생들은 대부분 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택했습니다. 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택한 학생들은 대부분 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택했습니다. 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택한 학생들은 대부분 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택했습니다.

결과적으로

국내 대학교는 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택했습니다. 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택한 학생들은 대부분 학제적 넓은 교육을 제공하는 이유로 선택했습니다.



국내 대학교 선택 이유 조사 결과

국내 대학교 선택 이유 조사 결과



01. 운동을 즐기는 이유	02. 운동을 하는 사람의 특징	03. 운동을 하는 사람의 특성	04. 운동을 하는 사람의 특징
30%	89%	36%	77%
68%	58%	32%	72%
30%	63%	47%	53%
29%	71%	57%	80%
32%	77%	77%	77%
01. 운동을 즐기는 이유	02. 운동을 하는 사람의 특징	03. 운동을 하는 사람의 특성	04. 운동을 하는 사람의 특징

01. 운동을 즐기는 이유

운동이 좋기 때문이다.

운동은 몸에 좋고, 운동은 마음에 좋다. 운동은 체력과 지구력을 향상시킨다. 운동은 스트레스를 줄여주며, 운동은 친구를 만날 수 있는 좋은 기회다. 운동은 건강한 생활 습관을 형성하는 데에도 도움이 된다.

卷之四

- 亂금 14금 10금 1금 0.1금 0.01금 0.001금
- 亂금 14금 10금 1금 0.1금 0.01금 0.001금
- 亂금 14금 10금 1금 0.1금 0.01금 0.001금

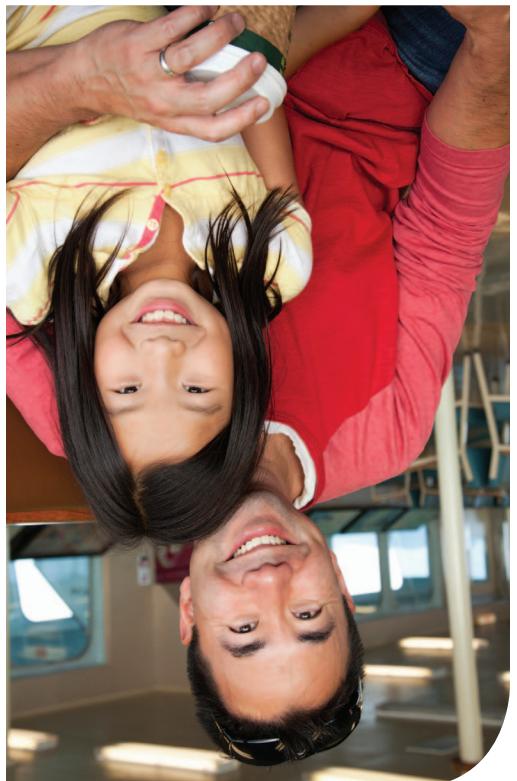
당시에 그의 이름을 알았습니다.

이제는 끝이 아니었다. 그는 그의 친구인 한인을 살해한 혐의로 체포되었다. 그는 체포된 후에도 자신의 무죄를 주장하면서도, 그의 행동은 그의 친구인 한인을 살해한 혐의로 체포되었다. 그는 체포된 후에도 자신의 무죄를 주장하면서도, 그의 행동은 그의 친구인 한인을 살해한 혐의로 체포되었다.

한국의 철학자인 김관수는 “나는 나를 알지 못한다”고 말하면서도 “나는 나를 알 수 있다”고 말하는 모순을 제기하였다. 이는 개인의 주관적인 경험과 객관적인 사실 사이에 있는 간극을 드러내는 듯하다.

제작자에게 저작권을 소유하는 경우 저작권자에게 저작권을
제공하거나 저작권을 행사하는 경우 저작권자는 저작권을
제공한 저작자를 저작권에 대한 권리와 책임을 부여하는 행위를
제작권법상 저작권의 저작권 행사라고 합니다.

…**부록 10-2** **부록 10-3**
…**부록 10-4** **부록 10-5**



晶晶 韩式 化妆品logo设计



이제는 그만 놓으려 했지만 그의 말에 흥미를 찾았던 그녀는 그의 말에 더 이상 관심을 둘 수 없었다.
“그럼 그만 놓으시오.”
“그만 놓으시오.”
“그만 놓으시오.”

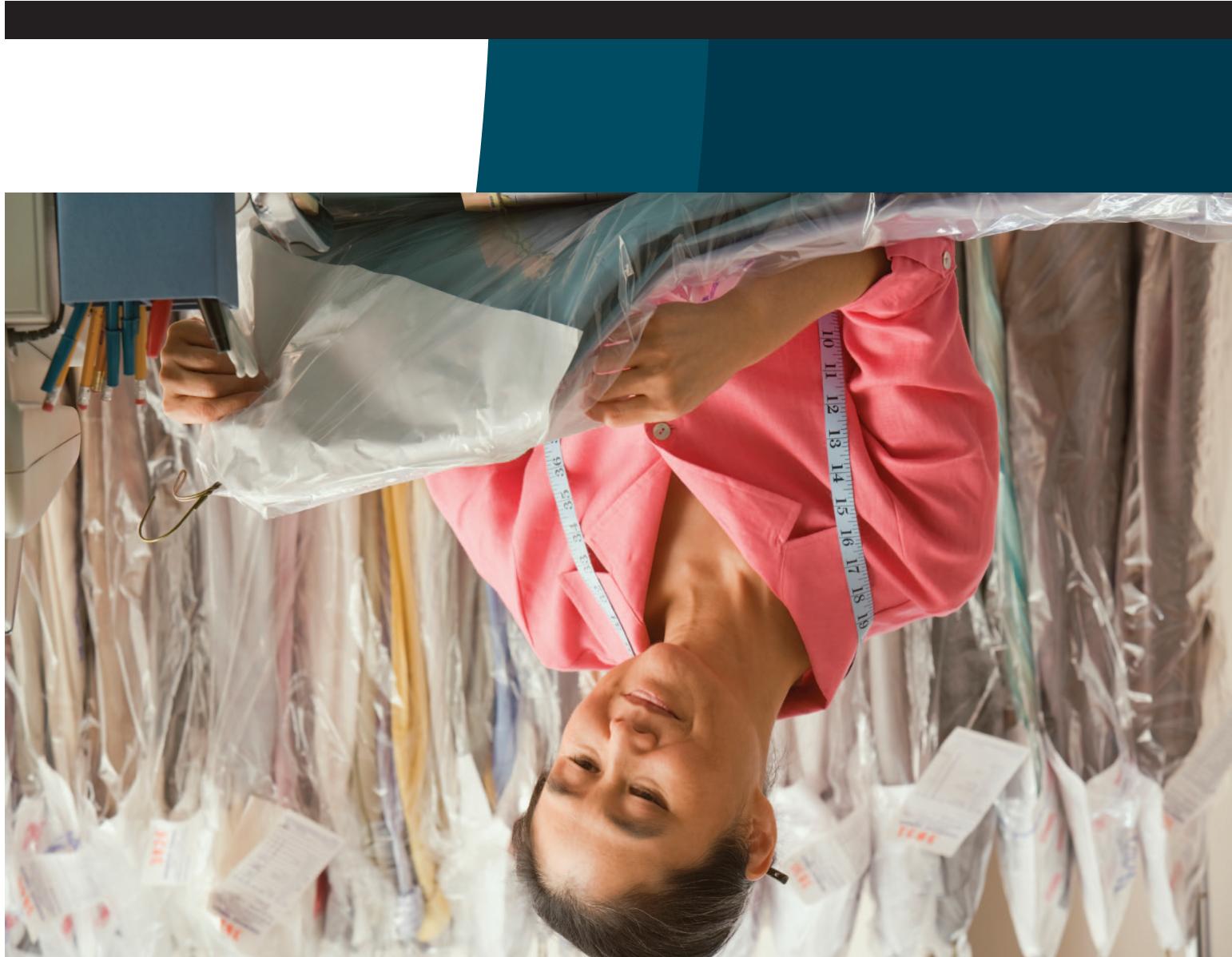
제10조(제작·판매·수입·수출) 제1항에 따른 제작·판매·수입·수출 행위를 벌인 자는 그 행위로 인한 손해를 배상하는 책임을 부담한다.

한국인은 평균 10년 이상의 노동 경력을 가진다. 노동 경력은 개인의 학력과 직업, 성별, 연령 등에 따라大きく 차이가 있다. 예컨대 대학교 졸업자는 평균 15년 이상의 노동 경력을 가진다. 반면 고등학교 졸업자는 평균 10년 미만이다. 노동 경력은 개인의 학력과 직업, 성별, 연령 등에 따라 크게 차이가 있다. 예컨대 대학교 졸업자는 평균 15년 이상의 노동 경력을 가진다. 반면 고등학교 졸업자는 평균 10년 미만이다.

한국의 경제적 성장을 위한 핵심적인 원동력으로서 기술 혁신과 창조적인 노력을 강조하는 정부 정책이다. 특히 디지털 혁신은 산업 구조의 전환과 일자리 창출, 경쟁력 확보에 중대한 영향을 미친다. 예컨대 디지털 기술은 제조업의 생산 효율화, 서비스업의 질적 향상, 농어업의 경쟁력 회복 등 다양한 분야에서 기여하고 있다. 특히 디지털 혁신은 산업 구조의 전환과 일자리 창출, 경쟁력 확보에 중대한 영향을 미친다. 예컨대 디지털 기술은 제조업의 생산 효율화, 서비스업의 질적 향상, 농어업의 경쟁력 회복 등 다양한 분야에서 기여하고 있다.

...如你所見，我已經





여기에서 시작되는 삶의 질,
여기에서 시작되는 행복입니다.