

Finansens folkdräkt

OM ATT ÖVERSÄTTA EKONOMI SÅ FOLK FÖRSTÅR

Charlotta Bay



FORSKNING I FICKFORMAT

Forskning i Fickformat är en vetenskaplig skriftserie som ges ut av stiftelsen Stockholm School of Economics Institute for Research i samarbete med revisions- och rådgivningsföretaget PwC. Syftet är att sprida aktuell forskning om företag och samhälle. Författarna är huvudsakligen nydisputerade forskare från svenska universitet och högskolor. Varje forskare formulerar fritt innehållet i sin skrift.

*Linda Portnoff och Filip Wijkström,
Stockholm School of Economics
Institute for Research, och
Sussanne Sundvall, PwC.*



SSE INSTITUTE FOR RESEARCH



Finansens folkdräkt

OM ATT ÖVERSÄTTA EKONOMI SÅ FOLK FÖRSTÅR



SSE INSTITUTE FOR RESEARCH

Stockholm School of Economics Institute for Research

är en självständig forskningsstiftelse, grundad 2010.

Institutet har till ändamål att bedriva kvalificerad akademisk forskning inom det ekonomiska fältet som syftar till att förena vetenskaplig stringens med empirisk relevans. I dess styrelse ingår professorer och andra representanter ur fakulteten vid Handelshögskolan i Stockholm. Institutet uppmuntrar och bistår de vid institutet verksamma forskarna i arbetet med att kommunicera sin forskning. Syftet med institutets publikationer är att sprida forskning om företag och samhälle.

Styrelseordförande: Professor Richard Wahlund

Institutets chef: Johan Söderholm

Adress

Stockholm School of Economics Institute for Research

Box 6501, SE-113 83 Stockholm, Sverige

Besöksadress: Sveavägen 65, Stockholm

Telefon: +46(0)8-736 90 00

www.economicresearch.se

Finansens folkdräkt

OM ATT ÖVERSÄTTA EKONOMI SÅ FOLK FÖRSTÅR

Charlotta Bay

www.pwc.se

PwC Sverige är marknadsledande inom revision, redovisning, skatte- och affärsrådgivning med 3 600 medarbetare på 100 kontor runt om i landet. Med erfarenhet och unik branschkunskap utvecklar vi värden för våra 60 000 kunder vilka utgörs av globala företag, svenska storföretag och organisationer, mindre och medelstora, främst lokala företag samt den offentliga sektorn.

PwC Sverige drivs som en självständig och oberoende juridisk enhet. Vi ingår i det globala nätverket PwC och delar våra kunskaper, erfarenheter och lösningar med 184 000 medarbetare i 157 länder för att utveckla nya perspektiv och praktiska råd.



Ämnesord: ekonomisk kommunikation, finansialisering, översättning, finansiell folkbildning

ISSN: 1654-8566

ISBN: 978-91-86797-18-8

© SIR och författaren, 2015

Omslag och formgivning: Petra Lundin, Manifesto

Sättning: Manifesto, www.manifesto.se

Omslagsfoto: www.bigshot.se

Bilder inlaga: www.bigshot.se

Distribuerad av:

Stockholm School of Economics Institute for Research

Box 6501, SE-113 83 Stockholm, Sverige

www.economicresearch.se

publications@hhs.se

Tryck: Exakta Malmö, 2015



MILJÖMÄRKT 341 417 Exaktaprinting AB

FORSKNING I FICKFORMAT

Forskning i Fickformat är en vetenskaplig skriftserie som ges ut av stiftelsen Stockholm School of Economics Institute for Research i samarbete med revisions- och rådgivningsföretaget PwC. Syftet är att sprida aktuell forskning om företag och samhälle. Författarna är huvudsakligen nydisputerade forskare från svenska universitet och högskolor. Varje forskare formulerar fritt innehållet i sin skrift. Serieredaktörer är Linda Portnoff och Filip Wijkström.

Tidigare utgivna titlar i serien **Forskning i Fickformat**

- Alexandersson, Gunnar (2011) *Den svenska buss- och tågtrafiken: 20 år av avregleringar*
- Breman, Anna (2008) *Forskning om filantropi. Varför skänker vi bort pengar?*
- Carlsson-Wall, Martin (2013) *Target Costing. Innovation med både kund och ägare i fokus*
- Castillo, Daniel (2013) *Farliga förbindelser? Statens förändrade gränser och näringslivets nya möjligheter.*
- Dahl, Matilda (2012) *Gransknings-samhället och det nya Europa. När de baltiska staterna sattes på prov*
- Dahl, Matilda (2012) *Under Scrutiny. The Magic of Measurability and the Baltic States' Entry Into the EU*
- Hagberg, Axel (2009) *Bankkrishantering*
- Henriksson, Lars (2009) *Marknad eller reglering? Välgval för europeisk telekommunikation*
- Holmquist, Carin (2011) *Kvinnors företagande – kan och bör det öka?*
- Kraus, Kalle (2008) *Sven eller pengarna? Styrningsdilemman i äldrevården*
- Krohwinkel-Karlsson, Anna (2009) *Oändliga projekt? Om projektförvaltningens tidsproblematik*
- Melén, Sara (2010) *Globala från start. Småföretag med världen som marknad*
- Näslund, Lovisa (2014) *Får jag lov? Förtroendeskapande bland konsulter och teaterregissörer*
- Ottosson, Mikael (2011) *Skogsindustrin och energiomställningen*
- Petrelus Karlberg, Pernilla (2008) *Vd under press – om medialiseringen av näringslivets ledare*
- Portnoff, Linda (2008) *Musikbranschens styrningsproblematik*
- Schriber, Svante (2009) *Att realisera synergier: Ledning av värdeskapande vid företagsköp*
- Sjöström, Emma (2010) *Ansiktslösa men ansvarsfulla? Institutionella ägare och en hållbar utveckling*
- Törn, Fredrik (2010) *Utmana varumärket! Ökad effektivitet med inkongruent kommunikation*

Beställningar kan skickas via e-post till: publications@hhs.se



Innehåll

Förord	7
Inledning	11
Finansialiseringen av privatekonomi	17
Finansiell folkbildning	23
Finansiell översättning	31
Finansiella översättare	37
Hur prata ekonomi med tonåringen?	41
Hur prata ekonomi med medelvensson?	57
Hur prata ekonomi med pensionsspararen?	71
Finansens folkdräkt – några avslutande ord	91
Referenser	95

Förord

Rätt översättningar skapar förståelse

Enligt Kronofogden är omkring en halv miljon svenskar idag överskuld-satta. Det innebär att de har svårt att klara sina utbetalningar en vanlig månad. Samtidigt rapporterar Konsumentverket att gruppen överskuld-satta drabbas av depressioner och psykisk ohälsa fem gånger så ofta som genomsnittsbefolkningen. Att ekonomi och livskvalitet går hand i hand är knappast överraskande, men vad görs egentligen för att skapa ekonomiskt medvetna och ansvarstagande människor? Vad gör samhället och andra aktörer för att underlätta medborgarnas möjligheter att tolka och agera på finansiell information? Detta är utgångspunkter i Charlotta Bays skrift »Finansens folkdräkt«, där hon analyserar strävan efter att översätta ekonomi på ett begripligt sätt.

Till bilden hör att samhället successivt har finansialiserats. Allt fler av oss förväntas kunna ta ställning till olika typer av ekonomisk information, till exempel kring pensionslösningar, sparprodukter eller låneerbjudanden. Kunskaperna blir mot den bakgrunden mer betydelsefulla och den som halkar efter riskerar att hamna i ett ekonomiskt utanförskap.

Tre olika exempel

Grundfrågan Charlotta Bay ställer är hur man pratar ekonomi med människor som inte förstår den. Hon tar exempel från tre aktörer som försökt översätta ekonomi och göra den begriplig för olika grupper av privatpersoner. Hon granskar vad avsändarna vill ha kommunicerat, men lika mycket hur dessa avsändare tror att mottagaren förstår kommunikationen.

I det ena fallet följer hon en satsning på att lära svenska gymnasie-elever mer om ekonomi. Det andra exemplet är hämtat från tv-programmet Lyxfällan. Här är målgruppen för den ekonomiska översättnings-

aktiviteten de som brukar kallas medelssvensson. Det tredje och sista exemplet gäller ett svenskt pensionsförsäkringsbolag. Fokus ligger på hur företaget kommunicerar med kunder och marknad.

Måste väcka känslor

Charlotta Bay visar på några av svårigheterna med att översätta och betonar att ekonomi i stor utsträckning är ett socialt fenomen. Hon klarar också att de som tar emot informationen oftast är mer känslostyrda än rationella – de »förstår« med hjärtat snarare än med hjärnan. För att nå fram måste den finansiella informationen därför översättas och paketeras på ett sätt som väcker känslor. Det är också här som själva folkdräkten skraddas till. Konsten att drapera finanserna i en folkdräkt är just förmågan att informera på ett igenkännande sätt och på ett sätt som ger mottagaren en personlig upplevelse.

Problematiken med att nå ut med ekonomisk information är lätt att känna igen, inte minst för oss som arbetar i den finansiella sektorn. Det må sedan gälla information om fondavgifter, riskscenarier eller avkastningsmodeller. Många gånger betonar samhälls- och branschaktörer vikten av transparens när frågan om bra kundinformation förs på tal. Transparensen är viktig, men räcker inte långt om kunderna ändå inte förstår innehållet i det som sägs. Charlotta Bay pekar på betydelsen av väl fungerande översättningar för att uppnå denna förståelse. Det känns som viktiga ord på vägen för alla som vill bidra till att höja den finansiella allmänbildningen och det ekonomiska ansvarstagandet i samhället.

Susanne Sundvall

Partner, Financial services, PwC



Inledning

En lördag för inte så länge sen, slog jag på radion i köket. Det var Spanarna, ett program där deltagarna förutspår framtida vardagstrender i samhället. Just denna lördag berättade en av de medverkande om en händelse från sitt eget vardagsliv. Han hade befunnit sig på morgonbussen på väg till jobbet när han överhört en konversation mellan två tonårskillar som satt i sätet framför honom. Den ene hade bläddrat i gratistidningen Metro och efter att ha uppmärksammat en notis på en av sidorna, hade han vänt sig mot sin kompis och sagt:

– Visste du att i Burkina Faso kan bara 18 procent läsa, skriva och räkna?

Hans kompis hade varit tyst en stund. Sedan tittade han på sin tidningsläsande vän och svarade:

– Men vaddå'rå? Burkina Faso är ett jäkligt litet land. De kanske inte är fler än 18 procent.



Nu minns jag inte hur radiospaningen slutade. Men utöver den fantastiska lilla historien i sig, är anekdoten också en bra illustration av vad denna bok handlar om. Boken är nämligen full av sådana exempel, av citat och människor som inte förstår siffror, eller kanske mer precist, som förstår siffror annorlunda. Den är full av människor som inte har riktig kläm på procent, eller som inte kan räkna ut räntan, eller ens vet vad

ränta är. Det är personer som aldrig har gjort en budget, som använder kreditkortet som en andra inkomst, som aldrig någonsin har stött på ordet riskprofil, inte ägnar pensionssparande den minsta tanke, eller ens har tillgång till ett eget sparkonto.

Så vad ska man säga om det? Kanske kan man vifta undan de här exemplen som olyckliga undantag, och att folk faktiskt borde skylla sig själva. För hur många är de egentligen, de där människorna som inte kan göra budgetar, eller räkna ut räntan på bolånet, eller som tar sig ett snabbblån då och då? Och är det så farligt egentligen? Vissa menar att det är det. Kronofogden till exempel. För om man tittar på siffrorna som Kronofogden producerar visar det sig att nästan en halv miljon svenskar är skuldsatta¹, att obetalda snabbblån fortsätter att slå alla rekord² och att uppemot 18 procent av den vuxna svenska befolkningen upplever att de har svårt att betala sina räkningar³. Varje månad. Och utanför landets gränser ser det tydligen än värre ut. OECD, exempelvis, hävdar att en ansevärd del av västvärldens befolkning har väsentliga svårigheter att såväl tolka som agera på finansiell information, och varnar att om inte något görs åt detta kommer många människor att hamna i ett ekonomiskt utanförskap⁴.

Ekonomiskt beteende är sannolikt något som vi människor inte föds med utan måste lära oss. Men hur lär man sig tänka och handla på ett ekonomiskt bättre sätt? Och vad betyder det? Som en följd av de problem som jag har nämnt ovan, är myndigheter och andra samhälleliga aktörer idag bekymrade över hur de ska kunna lära folk att ta ansvar för sin privatekonomi. Det är det sätt på vilket dessa aktörer omsätter sina bekymmer i handling som i sin tur intresserar mig, och som utgör temat för denna bok.

Ett otal studier har försökt förstå sig på dilemmat hur ekonomiskt medvetna och ansvarstagande människor skapas. Mångårig redovisningsforskning har exempelvis visat att ekonomisk information och ekonomiska verktyg formar människor till att börja tänka och agera på

1. Kronofogden 2015, Rapport

2. Kronofogden 2014, Pressmeddelande

3. Kronofogden 2007

4. OECD 2005; 2008

ett visst sätt. Det betyder att genom att exponera människor för siffror, kalkyler, budgetar och ett ekonomiskt språk skapas ekonomiskt ansvarsfulla människor. De flesta studier är dock gjorda inom en specifik och avgränsad organisatorisk kontext, såsom exempelvis arbetsplatser, och inte sällan på människor med arbetsuppgifter som inbegriper någon form av ekonomiskt ansvar. Det innebär att studierna är baserade på förhållanden där studieobjekten ifråga kan antas ha någon form av mer eller mindre avancerad ekonomisk förförståelse och erfarenhet av ekonomiska praktiker⁵.

Det är utgångspunkter som inte kan tas för givna när vi flyttar fokus från den organisatoriska och professionella arenan till den privata sfären av samhället. Att en individ inte förstår siffror och finansiella begrepp eller har begränsad personlig erfarenhet av ekonomiska verktyg borde rimligtvis inskränka individens möjligheter att agera på ekonomisk information. Denna omständighet förändrar således förutsättningarna för hur man på ett begripligt sätt kommunicerar ekonomisk information och motiverar vidare studier inom den privatekonomiska kontexten.

Så låt oss därför ställa frågan: *Hur pratar man ekonomi med människor som inte förstår den?* Det är den övergripande problemformulering som undersöks i denna bok.

I den här boken får vi göra bekantskap med ett urval samhällsaktörer som alla är engagerade i arbetet att stärka den finansiella förmågan hos grupper av människor som betraktas som särskilt utsatta. Utsattheten hos dessa människor ska inte i första hand förstås som ett resultat av att de lider av en avsaknad av sociala möjligheter eller mentala kapaciteter som begränsar dem när det handlar om att kunna sköta sin egen ekonomi. Snarare betraktas deras situation som en följd av att de ännu inte har anpassat sig till, eller är omedvetna om, de samtida kraven på individuellt ekonomiskt ansvar som medborgare i dagens alltmer finansialiserade samhälle förväntas ta i förhållande till sin privatekonomi. På grund av detta menar såväl internationella organisationer som OECD och EU, som vår svenska regering, att någon behöver utbilda människor att tänka och agera på ett sätt som antas ge dem förutsättningar att bättre kunna ta det ansvar som krävs för deras eget privatekonomiska

5. För en mer detaljerad genomgång, se Bay 2012, s. 13–20

välbefinnande. Det är om denna »någon«, det vill säga om den som ska lära människor att bli finansiellt kompetenta, som denna bok berättar.

Boken är i långa stycken baserad på min avhandling »Making Accounting Matter«⁶ som lades fram vid företagsekonomiska institutionen, Uppsala universitet, i juni 2012. Den bygger på kvalitativa studier av tre samhällsaktörer – statliga myndigheter; tv-programmet »Lyxfällan«; och ett svenskt pensionsförsäkringsbolag – och deras utbildande aktiviteter mellan 2006 och 2011 som syftade till att höja människors ekonomiska kompetens. Det empiriska underlaget utgörs främst av intervjuer och dokumentstudier, och för en mer detaljerad redogörelse av studiernas design och metod hänvisas läsaren till avhandlingen.

Det är dock av vikt att redan såhär inledningsvis understryka att studierna *inte* inbegriper en analys av mottagarna av de studerade samhällsaktörernas utbildande aktiviteter. Studierna är därför inte att betrakta som effektstudier, det vill säga med avsikten att undersöka huruvida aktörernas insatser föll ut som förväntat eller på vad vis mottagarna påverkades av deras aktiviteter. Istället undersöker jag uteslutande de tre samhällsaktörernas perspektiv genom att beskriva och återge deras antaganden och föreställningar om hur de anser att man bör gå tillväga för att få människor att förstå ekonomi.

6. Bay 2012



Finansialiseringen av privatekonomi

Frågan om hur man på ett begripligt sätt pratar ekonomi med människor sägs kompliceras alltmer i takt med att människors privatekonomiska bestyr knyts närmare till finansmarknadens svårförklarliga natur. Förändringar av pensionssystemen, exempelvis, påstås ha resulterat i en sparihysteri⁷ där människors privata sparformer numera i allt högre utsträckning utgörs av fonder och aktier, eller olika kombinationer därav. Då eget sparande har kommit att bli alltmer avgörande för att säkerställa människors individuella välfärd i form av boende, studier, pensioner och hälsa, har kraven på människors förmåga att uppträda som aktiva investerare på en ekonomisk marknad intensifierats. Denna utveckling mot ett ökat beroende av kapitalmarknaden som en leverantör av förutsättningar för en framtida social välfärd, sägs ha radikalt förändrat förutsättningarna för hur människor förväntas ta hand om sin egen ekonomi.

[This development requires] new identities and forms of calculation from its citizens who must now take individual responsibility for their financial futures.⁸

7. Erturk, Froud, Johal, Leaver & Williams. 2007; Langley 2007; 2008

8. Froud, Leaver & Williams 2007, s. 340

Det har dock visat sig att alla människor inte har kapacitet eller intresse att leva upp till dessa nya förväntningar från omvärlden. Kreditkortsanvändning och oaktsamt nyttjande av smålån exempelvis, har lett till alltmer stressade konsumenter, överskuldssättning⁹ och personliga konkurser¹⁰. Det är en utveckling som fått regeringar över hela världen att börja ifrågasätta och oroa sig för sina medborgares alltjämt växande oförmåga att kunna ta hand om sina egna finanser. OECD och EU har till och med uppfunnit ett ord för den. De kallar människors bristande förmåga att ta ansvar för sin privatekonomi för en *financial illiteracy*¹¹. På svenska skulle vi säga en »ekonomisk analfabetism«. Man menar att om åtgärder inte genomförs för att utrusta folk med en starkt finansiell förmåga kommer en ansevärd mängd människor att hamna i ett ekonomiskt utanförskap.

I syfte att åtgärda denna bristfällighet hos stora delar av västvärldens befolkning, har regeringar under det senaste decenniet introducerat såväl internationella som nationella utbildningar som ska lära folk vad det innebär att ta ett ekonomiskt ansvar. Denna form av utbildning i privatekonomi kallas av OECD och EU för *financial education* och syftar till att stärka medborgarens förmåga att bättre förstå sig på de nya villkor som hen måste anpassa sig till, inte enbart för sin egen skull utan också för samhällets.

*Those Member States that decide to take consumer financial education really seriously – from classroom to grave – will be the ones that carve out a real competitive advantage in the medium term. These policies are not add-ons. They are essential.*¹²

Också i Sverige sjösattes ett finansiellt utbildningsprogram. Den svenska versionen, som initierades av regeringen 2007, kom att kallas *Finansiell folkbildning*. Finansinspektionen fick uppdraget att samordna de insatser som skulle genomföras. Behovet av utbildningsinsatser sägs bedömas

9. »Överskuldssatt är den som själv upplever sig ha ständigt återkommande problem med att inte kunna betala alla sina räkningar«. Se Kronofogden och Konsumentverket 2008, s. 5

10. OECD 2005

11. Ibid

12. Tal av Charlie McCreevy, Internal and Services Commissioner, EU conference

»Better financial education for EU consumers«. Se Finansmarknadsrådet 2006, s. 10

vara som störst i de faser av livet då individens ekonomiska förutsättningar är som mest sårbara; när man flyttar hemifrån, när man skaffar familj, och när man planerar inför sin pension¹³.

Det verkar sålunda som att myndigheter, regeringar och andra samhälleliga aktörer är oroade över den ökande ekonomiska utsattheten hos människor. Dessa aktörer tycks tolka utsattheten som en konsekvens av en brist hos den enskilda individen, vilken måste åtgärdas genom vissa specifikt riktade åtgärder. Dessa så kallade folkbildande aktiviteter ska ses i ljuset av en global trend för vilka såväl internationella organisationer, nationella regeringar som privata initiativ hyser samma förhoppning: att förse medborgarna med en förmåga att kunna uppträda som finansiella konsumenter, och därmed kunna ta större ansvar för sin privatekonomi.

Ända sedan millenniumskiftet har studier av kapitalmarknadens inflytande på människors privatekonomi ökat alltmer. I internationella termer brukar detta fenomen refereras till som »the financialization of daily life«¹⁴ och definieras som:

| *[T]he broadening and deepening of access to the capital market for ordinary, moderate income individuals and households.*¹⁵ |

Finansialiseringforskarern Paul Langley, bland andra, anser att tendenserna av detta fenomen går att utläsa utifrån mer eller mindre avsiktliga försök att ändra människors vanor och attityder gentemot sin egen privatekonomi såsom besparingar, försäkringar, amorteringar och pensioner.¹⁶ Greenfield och Williams menar att intentionen med dessa försök är att utrusta människor, från alla samhällets skikt, med en finansiell beredskap som kommer omstöpa dem till att tänka och handla som investerare och finansiellt självständiga beslutsfattare.¹⁷

Eller för att, med Martins ordval, prata klarspråk: »without significant capital, people are being asked to think like capitalists«¹⁸.

13. Finansinspektionen 2007

14. Martin 2002

15. Erturk, Froud, Johal, Leaver & Williams 2007

16. Langley 2007;2008

17. Greenfield & Williams 2007

18. Martin 2002, s. 12

Med den svenska kontexten som bakgrund finner vi också ett antal motsvarande studier. Företagsekonomen Dick Forslund har studerat, vad han kallar, den »finansiella massövertalningen« som handlar om att genom olika typer av finansiell reklam styra medborgarnas pengar från banksparande till finansmarknaden.¹⁹

I samma anda har också Claes Belfrage, forskare inom politisk ekonomi, liksom Claes Ohlsson, forskare i ekonomisk kommunikation, undersökt hur den svenske medborgaren adresserats i olika informationskampanjer gällande pensionsfrågan.²⁰

Vidare beskriver socialantropologen Anette Nyqvist och företagsekonomen Ingalill Söderberg i sina avhandlingar pensionsspararens respektive kundens/rådgivarens olika perspektiv och redogör för deras upplevelser som konsumenter och förmedlare av finansiella tjänster.²¹ Forskarna konstaterar att hushållens närmare sammanlänkning med den finansiella marknaden inte enbart är av ekonomisk karaktär utan också i allra högsta grad kulturell och emotionell, något som syftar till att revidera medborgaren mot att anta en mer individualiserad syn på ekonomiskt ansvarstagande och sin egen roll som samhällsmedlem. Det är inom detta fält av finansialiseringslitteraturen som också denna bok hör hemma.

19. Forslund 2008

20. Belfrage 2008; Ohlsson 2007

21. Nyqvist 2008; Söderberg 2012



Charlotta Bay, född 1973, disputerade 2012 och vann året därpå Oscar Silléns pris för bästa avhandling. Bays forskningsintresse för privatekonomi tog fart när hon började ifrågasätta det obehag hon själv kände varje gång det orangea kuvertet dök upp i brevlådan.

Charlotta Bay är filosofie doktor, och verksam som forskare och lärare i redovisning vid företagsekonomiska institutionen, Stockholms universitet. I sin forskning intresserar hon sig bland annat för hur ekonomisk information presenteras och översätts i människors vardag.

Finansens folkdräkt: Om att översätta ekonomi så folk förstår

Dagens finansialiserade samhälle ställer allt högre krav på individers ekonomiska ansvarstagande. Den här boken handlar om hur det kommer till uttryck genom olika former av finansiell folkbildning.

I tre kvalitativa studier av olika samhällsaktörer – svenska staten, tv-programmet Lyxfällan och ett svenskt pensionsförsäkringsbolag – beskriver och analyserar författaren hur ekonomisk information genomgår en rad översättningar på vägen från avsändarna till mottagarna. Hon blottlägger de metoder och översättningsmekanismer som de studerade samhällsaktörerna använder i syfte att göra ekonomisk information mer tillgänglig och relevant för människor i deras vardag.

Efter vilken mall är då dagens finansiella folkdräkt skuren? Det handlar om att fostra aktivt väljande medborgare som förstår sitt ekonomiska medborgarskap inte enbart som en rättighet, utan också som en skyldighet gentemot den egna ekonomiska välfärden. Detta kan vara en utmanande uppgift, visar bokens berättelser.

Forskning i Fickformat ges ut av stiftelsen Stockholm School of Economics Institute for Research i samarbete med revisions- och rådgivningsföretaget PwC.

