



CHALMERS

Konkurrens- och marknadsanalys av den nordiska marknaden för finansiell data

En kvalitativ studie av konkurrenskraft, tillit och
byteskostnader i en informationsintensiv B2B-marknad

Examensarbete inom högskoleingenjörsprogrammet Ekonomi och
Produktionsteknik

HUGO AHLSTRÖM
ADAM RASTIN

**INSTITUTIONEN FÖR TENIKENS EKONOMI OCH ORGANISATION
AVDELNINGEN FÖR ENTREPRENEURSHIP AND STRATEGY**

CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA
Göteborg, 2026
www.chalmers.se

Konkurrens- och marknadsanalys av den nordiska marknaden för finansiell data.

En kvalitativ studie av konkurrenskraft, tillit och byteskostnader i en informationsintensiv B2B-marknad

HUGO AHLSTRÖM
ADAM RASTIN

Handledare: Robin Teigland & Tomas Karlsson
Examinator: Tomas Karlsson

TEKNIKENS EKONOMI OCH ORGANISATION
Avdelningen för Entrepreneurship and Strategy
CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA
Göteborg, Sverige 2026

Konkurrens- och marknadsanalys av den nordiska marknaden för finansiell data

En kvalitativ studie av konkurrenskraft, tillit och byteskostnader i en informationsintensiv B2B-marknad

HUGO AHLSTRÖM
ADAM RASTIN

© HUGO AHLSTRÖM, 2026
© ADAM RASTIN, 2026

Teknikens ekonomi och organisation
Chalmers tekniska högskola
412 96 Göteborg
Sverige
Telefon + 46 (0)31-772 1000

Göteborg, Sverige 2026

Göteborg, Sverige 2026

Konkurrens- och marknadsanalys av den nordiska marknaden för finansiell data
En kvalitativ studie av konkurrenskraft, tillit och byteskostnader i en
informationsintensiv B2B-marknad

HUGO AHLSTRÖM
ADAM RASTIN

Institutionen för Teknikens ekonomi och organisation
Chalmers tekniska högskola

FÖRORD

Vi vill rikta ett stort tack till Per och Mats på Millistream för möjligheten att genomföra examensarbetet hos er. Ert engagemang, er tid och era insikter har varit mycket värdefulla under arbetets gång och har bidragit till att ge studien en tydlig branschförankring.

Vi vill även tacka våra handledare Tomas och Robin för vägledning, återkoppling och stöd genom processen. Era synpunkter har hjälpt oss att utveckla arbetet och föra det framåt.

Slutligen vill vi tacka samtliga respondenter som har ställt upp på intervju. Era erfarenheter och perspektiv har varit avgörande för studiens genomförande och har bidragit till en djupare förståelse för marknaden och dess förutsättningar.

SAMMANFATTNING

Detta examensarbete analyserar konkurrenssituationen och marknadsstrukturen på den nordiska marknaden för finansiell data. Studien har genomförts i samarbete med Millistream Market Data AB och fokuserar på vilka faktorer som påverkar konkurrenskraft i en informationsintensiv B2B-marknad. Särskilt fokus läggs på tillit, cybersäkerhet, datakvalitet och byteskostnader, eftersom kunder ofta är beroende av externa leverantörer för affärskritisk data.

Studien bygger på en kvalitativ forskningsdesign med semistrukturerade intervjuer med respondenter från olika delar av branschen. Intervjumaterialet har analyserats genom tematisk analys och kopplats till teoretiska ramverk såsom Porters Five Forces, Resource-Based View och Transaction Cost Economics. Porters Five Forces används för att analysera marknadsstruktur och konkurrenskrafter, medan Transaction Cost Economics används som ett kompletterande ramverk för att förstå hur tekniska beroenden och byteskostnader påverkar kunders möjlighet att byta leverantör.

Resultatet visar att marknaden för finansiell data är konkurrensutsatt, men samtidigt präglas av beroenden och inlåsning. Flera aktörer kan erbjuda liknande datainnehåll, vilket gör att konkurrensen inte enbart avgörs av pris eller produkt. I stället blir faktorer såsom datakvalitet, support, teknisk stabilitet, tillit och relationer viktiga delar av leverantörens konkurrenskraft.

En central slutsats är att Porters Five Forces är ett användbart ramverk för att strukturera konkurrensanalysen, men att modellen inte fullt ut fångar hur konkurrens fungerar i praktiken på marknaden för finansiell data. Höga byteskostnader, tekniska integrationer och organisatoriska beroenden gör att kunders förhandlingsstyrka kan vara mer begränsad än vad en traditionell marknadsanalys antyder. Studien visar även att cybersäkerhet främst fungerar som ett grundkrav, medan tillit, datakvalitet och support fungerar som praktiska konkurrensfaktorer i långsiktiga leverantörsrelationer.

Nyckelord: Porter's Five Forces, Finansiell Data, Tillit, Konkurrensanalys, Marknadsanalys, Transaction Cost Economics, Leverantörsrelationer

Innehåll

1. Inledning.....	11
1.1 Bakgrund.....	11
1.2 Problemformulering.....	11
1.3 Syfte.....	12
1.4 Forskningsfråga.....	12
1.5 Avgränsningar	12
2. Teoretisk referensram.....	13
2.1 Porter's Five Forces.....	13
2.2 Resource-Based View	15
2.3 Transaction Cost Economics.....	15
2.4 Tillit mellan företag	16
2.5 Cybersäkerhet och dataintegritet	17
3. Metod.....	19
3.1 Forskningsdesign och Datainsamling	19
3.2 Intervjuplanering	20
3.2.1 Urval.....	20
3.2.2 Respondenter	20
3.3 Genomförande av intervjuer	22
3.4 Intervjuguide.....	22
3.5 Analysmetod	23
3.6 Trovärdighet och validitet.....	23
4. Analys.....	24
4.1 Porters Five Forces som ramverk för marknaden för finansiell data	24
4.2 Värdekedjan: leverantör → Millistream → kund.....	25
4.3 Analys av Porters Five Forces i relation till empirin.....	26
4.3.1 Konkurrens mellan befintliga aktörer.....	26
4.3.2 Kunders förhandlingsstyrka.....	26
4.3.3 Leverantörers förhandlingsstyrka	27
4.3.4 Hot från nya aktörer	28
4.3.5 Hot från substitut.....	29

4.4 Tematisk empirisk analys	30
4.4.1 Leverantörsväl som avvägning mellan kvalitet, pris och serviceförmåga	30
4.4.2 Byteskostnader och inläsning.....	31
4.4.3 Tillit som praktisk konkurrensfaktor	32
4.4.4 Cybersäkerhet som grundkrav snarare än differentiering	33
4.4.5 Datakvalitet och verifierbarhet	34
4.5 Hur väl fungerar Porter för att analysera marknaden?	34
4.6 Kompletterande perspektiv: Transaction Cost Economics.....	35
4.7 Slutsats kopplat till analyskapitlet.....	36
5. Slutsats	37
5.1 Svar på huvudfråga	37
5.2 Svar på delfrågor	37
5.3 Sammanfattade slutsatser.....	38
6. Diskussion.....	40
6.1 Begränsningar.....	40
6.2 Reflektioner.....	41
6.3 Framtida forskning.....	42
7. Referenser	43
8. Bilagor.....	44
8.1 Intervjuguide.....	44

1. Inledning

1.1 Bakgrund

Millistream Market Data AB är en leverantör av finansiell marknadsdata och tillhörande tjänster till banker, fintechbolag och andra aktörer inom finansbranschen. Företaget verkar på en konkurrensutsatt marknad där både internationella och nordiska aktörer erbjuder liknande tjänster inom realtidsdata, historisk data och analysverktyg för finansiella instrument såsom aktier, fonder och makroekonomisk data.

Marknaden för finansiell data i Norden präglas av snabb teknisk utveckling, ökade krav på datakvalitet och tillgänglighet samt förändrade kundbehov. Digitalisering, API-baserade tjänster och nya affärsmodeller har bidragit till att intensifiera konkurrensen och förändra förutsättningarna för hur företag skapar och upprätthåller konkurrenskraft. Samtidigt har frågor relaterade till cybersäkerhet och tillit mellan företag fått en allt större betydelse i takt med att verksamheter blir mer beroende av externa dataleverantörer och integrerade system.

På informationsintensiva marknader, såsom marknaden för finansiell data, kan det vara svårt för kunder att själva verifiera kvaliteten på den data som tillhandahålls. Detta innebär att tillit till leverantören samt säkerheten i datahanteringen blir centrala faktorer i affärsrelationer. Dessa aspekter har traditionellt haft en begränsad roll i etablerade marknadsanalytiska ramverk, men kan i dagens digitaliserade kontext få en ökad betydelse för hur konkurrenssituationen förstås.

Mot denna bakgrund genomförs detta examensarbete i samarbete med Millistream, med syftet att analysera marknadsstrukturen och konkurrenssituationen på den nordiska marknaden för finansiell data samt undersöka hur faktorer såsom tillit mellan företag och cybersäkerhet påverkar konkurrens och marknadsdynamik.

1.2 Problemformulering

Trots att etablerade marknadsanalytiska ramverk, såsom Porters Five Forces, länge har använts för att analysera konkurrens- och marknadsstruktur, är dessa modeller huvudsakligen utvecklade i en kontext där konkurrens drivs av ekonomiska och strukturella faktorer. I takt med digitalisering och ökad användning av datadrivna tjänster har dock nya faktorer blivit alltmer centrala för hur företag väljer leverantörer och etablerar affärsrelationer.

Särskilt har tillit mellan företag och cybersäkerhet fått en ökad betydelse då organisationer i högre grad är beroende av externa aktörer för kritiska system och data. Detta innebär att aspekter såsom dataintegritet, säkerhet och tillförlitlighet kan påverka konkurrenskraft och marknadsdynamik på ett sätt som inte fullt ut fångas av traditionella analysmodeller.

Det finns därmed ett behov av att undersöka i vilken utsträckning etablerade teoretiska ramverk är tillräckliga för att analysera konkurrens på informationsintensiva marknader, samt hur faktorer

såsom tillit och cybersäkerhet påverkar konkurrenssituationen. Detta indikerar ett kunskapsgap i hur moderna digitala förutsättningar integreras i klassiska modeller för marknadsanalys.

1.3 Syfte

Syftet med examensarbetet är att analysera konkurrenssituationen och marknadsstrukturen för leverantörer av finansiell data i Norden. Studien kommer särskilt att undersöka hur faktorer såsom tillit mellan företag, cybersäkerhet och dataintegritet påverkar relationer mellan leverantörer och kunder samt hur dessa faktorer kan bidra till differentiering på marknaden.

1.4 Forskningsfråga

Hur kan konkurrenssituationen och marknadsstrukturen på den nordiska marknaden för finansiell data förstås, och vilka faktorer påverkar konkurrenskraften?

Delfrågor:

- Hur påverkar tillit och cybersäkerhet relationer och konkurrenskraft?
- Hur kan Porters Five Forces användas för att analysera marknaden?

1.5 Avgränsningar

Arbetet avgränsas till den nordiska marknaden (Sverige, Norge, Danmark och Finland) och till leverantörer av finansiell data inom områdena aktier, fonder och relaterad marknadsinformation.

Fokus ligger på B2B-marknaden och kunder såsom banker, fintechbolag, tradingplattformar och andra företag som använder finansiella data i sina tjänster. Studien omfattar inte privatkundsmarknaden i detalj.

Arbetet kommer inte att inkludera detaljerad finansiell analys av enskilda företag eller utveckling av tekniska system. I stället fokuserar studien på strategisk marknads- och konkurrensanalys. Den globala marknaden analyseras endast i den mån det är relevant för att förstå den nordiska marknaden.

2. Teoretisk referensram

För att analysera marknaden för finansiell data och Millistreams position är det centralt att förstå hur konkurrens uppstår och hur företag skapar konkurrensfördelar. Inom Strategic Management betonas både externa marknadsfaktorer och interna resurser som avgörande för företags konkurrenskraft.

2.1 Porter's Five Forces

För att analysera en branschs struktur och långsiktig lönsamhetspotential är Porter's Five Forces ett av de mest centrala ramverken inom Strategic Management. Modellen, som introducerades av Michael Porter, utgår från premissen att konkurrensintensiteten och lönsamheten i en bransch inte enbart avgörs av de direkta konkurrenterna. I stället formas branschens villkor av fem grundläggande krafter. Den sammantagna styrkan av dessa krafter avgör branschens attraktivitet och den genomsnittliga avkastningen på investerat kapital (Porter, 2008).

Konkurrens mellan befintliga aktörer (Rivalry among existing competitors): Denna kraft bedömer intensiteten i kampen mellan de företag som redan är etablerade på marknaden. Rivaliteten tenderar att vara hög om det finns många jämnstarka aktörer, om branschtillväxten är låg, eller om exitbarriärerna är höga, vilket hindrar företag från att lämna marknaden trots dålig lönsamhet. Hög rivalitet tar sig ofta uttryck i priskrig, aggressiva marknadsföringskampanjer och tävlan om produktutveckling, vilket pressar branschens totala lönsamhet (Porter, 2008).

Hot från nya aktörer (Threat of new entrants): Risken att nya företag etablerar sig på marknaden påverkar de befintliga aktörernas möjligheter att sätta priser. Hotbilden styrs främst av inträdesbarriärernas höjd. Höga inträdesbarriärer skyddar de etablerade företagen och kan bestå av faktorer som stordriftsfördelar, höga kapitalkrav, exklusiv tillgång till distributionskanaler eller legala restriktioner, till exempel patent och licenser. Om barriärerna är låga riskerar branschen snabbt att bli överetablerad, vilket sänker lönsamheten (Porter, 2008).

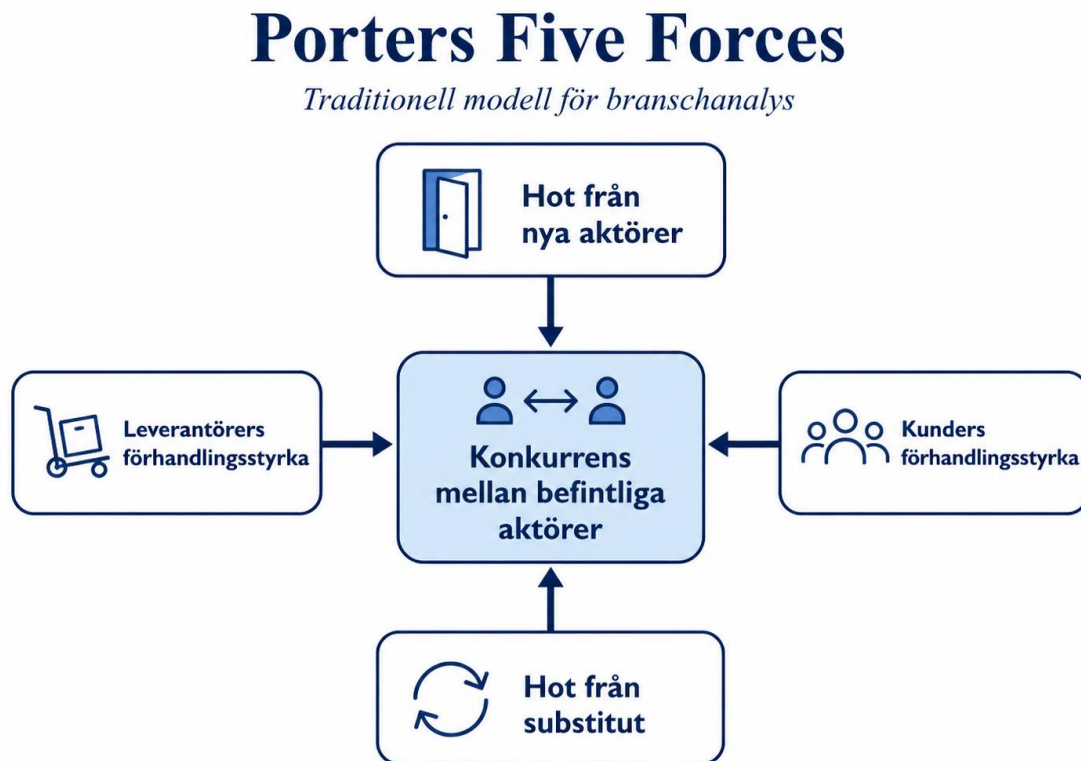
Kundernas förhandlingsstyrka (Bargaining power of buyers): Kunder kan utöva makt genom att pressa priser, kräva högre kvalitet eller mer service, vilket driver upp kostnaderna för företagen. Kundernas förhandlingsstyrka är hög om de är få och köper stora volymer, eller om produkten är standardiserad och lätt att byta ut mot en konkurrents alternativ. Motsatt situation råder om kundernas byteskostnader är höga eller om produkten är kritisk för kundens egen verksamhet (Porter, 2008).

Leverantörernas förhandlingsstyrka (Bargaining power of suppliers): Leverantörer kan påverka en bransch genom att höja priserna på insatsvaror eller sänka kvaliteten på leveranser. Starka leverantörer kan därmed pressa lönsamheten för företag som inte kan föra vidare kostnadsökningarna till sina slutkunder. Leverantörsmakten är ofta hög om det finns få

dominerande leverantörer, om det saknas substitut till insatsvaran, eller om bytet av leverantör medför höga kostnader (Porter, 2008).

Hot från substitut (Threat of substitutes): Substitutprodukter är varor eller tjänster från andra branscher som fyller samma grundläggande behov hos kunden. Förekomsten av substitut sätter ett tak för de priser branschens aktörer kan ta ut utan att förlora kunder. Om substituten erbjuder ett bättre pris/prestanda-förhållande eller om kundens kostnad för att byta till substitutet är låg, utgör detta ett allvarligt hot mot branschens lönsamhet (Porter, 2008).

Genom att identifiera styrkan i dessa fem krafter kan företag förstå de underliggande orsakerna till branschens lönsamhet. Analysen syftar till att hjälpa företagsledningen att positionera företaget där krafterna är som svagast, eller att strategiskt påverka krafterna till företagets fördel. I figur 1 nedan illustreras Porters modell.



Figur 1 Porter's Five Forces som traditionell modell för branschanalys. Egen illustration baserad på Porter's (2008)

2.2 Resource-Based View

En central teori inom strategisk analys är Resource-Based View (RBV), vilken fokuserar på hur ett företags interna resurser kan skapa långsiktiga konkurrensfördelar. Enligt Barney uppnår företag varaktiga konkurrensfördelar genom resurser och förmågor som är värdefulla, sällsynta, svåra att imitera och organisatoriskt integrerade (Barney, 1991). Dessa resurser kan inkludera teknisk kompetens, organisationsstruktur, kundrelationer och informationssystem. I kontexten av finansiell data kan exempelvis hög datakvalitet, säkerhetssystem, kundförtroende samt kundservice betraktas som strategiska resurser som är svåra för konkurrenter att kopiera.

Den resursbaserade synen kompletterar traditionella marknadsanalyser genom att visa att konkurrensfördelar inte enbart skapas genom positionering på marknaden, utan även genom interna förmågor. Företag som lyckas kombinera externa möjligheter med interna styrkor har bättre förutsättningar att skapa hållbara strategier och stärka sin marknadsposition (Barney, 1991).

Sammanfattningsvis visar dessa teorier att konkurrens och marknadsposition påverkas både av externa marknadsförhållanden och av interna resurser såsom kompetens, teknik och förtroende. I synnerhet på informationsintensiva marknader blir tillit och datakvalitet centrala faktorer i konkurrensen.

2.3 Transaction Cost Economics

Transaction Cost Economics, TCE, är ett teoretiskt perspektiv som används för att förstå hur företag organiserar och styr ekonomiska transaktioner. Teorin förknippas framför allt med Oliver E. Williamson, som utvecklade TCE som ett sätt att analysera varför företag väljer vissa former av avtal, samarbeten och organisatoriska lösningar. En central utgångspunkt är att företag inte enbart fattar beslut utifrån priset på en vara eller tjänst, utan även utifrån de kostnader som uppstår i samband med att genomföra, kontrollera och upprätthålla en transaktion. Williamson beskriver transaktionen som den grundläggande analysenheten inom TCE, vilket innebär att fokus ligger på relationen mellan parter och de kostnader som uppstår före, under och efter ett affärsutbyte (Williamson, 1979).

I TCE betraktas transaktionskostnader som kostnader utöver det direkta priset för produkten eller tjänsten. Det kan exempelvis handla om kostnader för att söka information, jämföra alternativ, förhandla avtal, implementera en lösning, övervaka leverantörens prestation och hantera problem som uppstår under relationens gång. Williamson framhåller att transaktioner behöver styras på olika sätt beroende på hur de är utformade och vilka risker de medför. Detta innebär att företag ofta försöker välja den lösning som minimerar den totala kostnaden för transaktionen, inte enbart den lösning som har lägst inköpspris (Williamson, 1979).

Ett centralt begrepp inom TCE är tillgångsspecificitet. Med detta avses i vilken utsträckning investeringar är anpassade till en specifik relation eller transaktion. Om ett företag exempelvis anpassar sina system, processer eller arbetssätt efter en viss leverantör kan relationen bli svårare

och mer kostsam att avsluta. Williamson betonar att transaktioner behöver analyseras utifrån sina specifika egenskaper och att styrningen av relationen påverkas av hur beroende parterna är av varandra. I en sådan situation kan ett leverantörsbyte innebära betydande kostnader, även om det finns andra leverantörer på marknaden (Williamson, 1981).

TCE är särskilt relevant i situationer där det finns osäkerhet. Osäkerhet kan uppstå när det är svårt att på förhand bedöma kvaliteten på en tjänst, när framtida behov är svåra att förutse eller när det är svårt att kontrollera om en leverantör levererar enligt förväntan. På marknaden för finansiell data är detta relevant eftersom kunder ofta är beroende av externa leverantörer för data som används i affärskritiska system. Om datan är svår att verifiera fullt ut behöver kunden förlita sig på leverantörens processer, historik och förmåga att hantera fel. Detta innebär att tillit och tidigare erfarenhet kan minska den upplevda osäkerheten i relationen.

TCE bidrar även till att förklara varför företag inte alltid byter leverantör trots att alternativa aktörer finns på marknaden. Inom traditionell konkurrensanalys kan det antas att kunder byter leverantör om de hittar ett bättre pris eller erbjudande. Ur ett TCE-perspektiv blir bilden mer komplex. Ett byte kan medföra kostnader för teknisk integration, testning, avtalsförhandling, intern utbildning och riskhantering. Om dessa kostnader är höga kan det vara rationellt att stanna kvar hos en befintlig leverantör, även om det finns alternativ som framstår som mer attraktiva på pappret.

2.4 Tillit mellan företag

På marknader där produkter och tjänster är komplexa och svåra att utvärdera spelar tillit en central roll. Tillit mellan företag är särskilt viktig i långsiktiga affärsrelationer och kan påverka både samarbete och konkurrens.

Morgan och Hunt framhåller i sin commitment-trust theory att tillit och engagemang är centrala faktorer för framgångsrika affärsrelationer (Morgan, 1994). När företag litar på varandra ökar sannolikheten för långsiktigt samarbete, informationsdelning och stabila relationer. Tillit minskar även upplevd risk i affärsrelationer och kan därmed bidra till ökad lojalitet.

Davis, Schoorman och Mayer definierar tillit som viljan att göra sig sårbar gentemot en annan part baserat på förväntningar om att denna part kommer att agera på ett förutsägbart och tillförlitligt sätt (Davis, Schoorman, & Mayer, 1995). Modellen identifierar tre centrala faktorer som påverkar tillit: kompetens, integritet och välvilja. I en B2B-kontext innebär detta att kunder måste uppfatta leverantören som tekniskt kompetent, pålitlig och ärlig.

På marknaden för finansiell data är tillit särskilt viktig eftersom kunder ofta baserar finansiella beslut på den data de erhåller. Om datan uppfattas som felaktig eller osäker kan det få stora konsekvenser för kundernas verksamhet. Därför blir leverantörens förmåga att leverera korrekt, säker och stabil data avgörande för att skapa och upprätthålla kundtillit.

Vid analys av marknader där kvalitet och information spelar en central roll är även teorin om informationsasymmetri relevant. Akerlof beskriver hur marknader kan påverkas när köpare har begränsad möjlighet att bedöma kvaliteten på en produkt eller tjänst (Akerlof, 1970). Detta kan leda till osäkerhet och minskat förtroende, vilket i sin tur påverkar konkurrensen. På marknaden för finansiell data kan kunder ofta ha svårt att själva verifiera datans kvalitet och korrekthet, vilket innebär att tillit till leverantören blir en avgörande faktor. Företag som lyckas signalera hög kvalitet och tillförlitlighet kan därmed uppnå konkurrensfördelar.

Tillit kan därmed ses som både ett resultat av teknisk kvalitet och organisatorisk trovärdighet. Företag som lyckas kombinera hög datakvalitet med stark cybersäkerhet har bättre förutsättningar att bygga långsiktiga relationer och stärka sin marknadsposition.

2.5 Cybersäkerhet och dataintegritet

Digitalisering och ökad användning av realtidsdata har gjort cybersäkerhet till en central fråga för företag som hanterar finansiell information. Informationssäkerhet handlar i grunden om att skydda information mot obehörig åtkomst, manipulation och avbrott i tillgänglighet. Tre centrala dimensioner av informationssäkerhet är sekretess, integritet och tillgänglighet, vilka tillsammans säkerställer att information är korrekt, skyddad och tillgänglig när den behövs.

Forskning visar att informationssäkerhetsincidenter kan ha betydande konsekvenser för företag, både ekonomiskt och strategiskt. Säkerhetsintrång kan påverka företags prestation och marknadsvärde genom både direkta kostnader för att åtgärda incidenter och indirekta konsekvenser såsom minskat kundförtroende och försämrade affärsrelationer (Voermans, 2024). Även tidigare forskning visar att informationssäkerhetsintrång kan påverka företags marknadsvärde samt relationer till kunder och samarbetspartners, vilket understryker de breda konsekvenserna av säkerhetsincidenter (Gordon, 2011). Detta innebär att investeringar i cybersäkerhet inte enbart är tekniska utan även strategiska beslut för organisationer.

Cyberrisk skiljer sig från många andra affärsrisker genom att den ofta är sammankopplad mellan organisationer. Böhme och Schwartz beskriver hur cyberrisker kan vara ömsesidigt beroende och hur säkerhetsbrister hos en aktör kan påverka andra aktörer i ett nätverk. På marknaden för finansiell data, där flera system och aktörer är sammankopplade, kan detta innebära att en leverantörs säkerhetsnivå påverkar kunders upplevda risk. Därmed blir cybersäkerhet en viktig del av värdeerbjudandet och en potentiell konkurrensfördel (Böhme & Schwartz, 2010).

I takt med att organisationer blir alltmer digitaliserade betraktas cybersäkerhet i ökande grad som en strategisk ledningsfråga. Studier visar att cybersäkerhet i större utsträckning integreras i organisationers övergripande styrning och riskhantering, där ledning och styrelse har en central roll i att säkerställa organisationens motståndskraft mot cyberhot (Gale, Bongiovanni, & Slapničar, 2022). Effektiv styrning av cybersäkerhet kan därmed bidra till att stärka organisationers förmåga att skydda kritiska informationssystem och upprätthålla stabil verksamhet.

Ur ett strategiskt perspektiv kan cybersäkerhet därför ses som en organisatorisk förmåga som bidrar till konkurrenskraft. Företag som kan säkerställa hög dataintegritet och stabil drift kan differentiera sig på marknaden och skapa långsiktiga kundrelationer. Samtidigt kan bristande säkerhet leda till förtroendeförlust och försämrad marknadsposition.

3. Metod

3.1 Forskningsdesign och Datainsamling

Arbetet genomförs som en kvalitativ fallstudie av Millistream i kombination med en strategisk marknadsanalys av den nordiska marknaden för finansiell data. Studien kombinerar både kvalitativa och kvantitativa datakällor för att skapa en helhetsbild av marknadsstrukturen och konkurrenssituationen.

Datainsamling:

Primärdata:

- Samtal med ledning på Millistream
- Intervjuer med kunder och leverantörer
- Intervjuer med branschexperter

Primärdata har samlats in genom semistrukturerade intervjuer. Denna metod valdes för att möjliggöra djupgående svar och ge utrymme för respondenterna att utveckla sina resonemang. Intervjuerna är fokuserade på hur företag väljer leverantörer, samt vilken roll tillit och cybersäkerhet spelar i dessa beslut.

Intervjuerna syftar till att skapa förståelse för marknadsbehov, konkurrenssituation och Millistreams nuvarande position.

Sekundärdata:

- Branschrappporter och marknadsanalyser
- Relevanta företags offentliga material

Analysmetoder:

Följande etablerade strategiska analysverktyg kommer att användas:

- Porter's Five Forces – analys av konkurrensintensitet och marknadsstruktur
- Transaction Cost Economics – analys av kostnader vid affärer

Intervjuerna analyseras med tematisk analys där återkommande mönster och insikter identifieras.

3.2 Intervjuplanering

3.2.1 Urval

Urvalet av respondenter har skett genom ett målinriktat urval, där individer valts ut baserat på deras relevans för studiens syfte i samverkan med Millistream.

Följande grupper har inkluderats:

- Kunder och leverantörer till Millistream
- Branschexperter med erfarenhet av marknadsdata och strategiska analyser

Urvalet syftar till att fånga flera perspektiv:

- leverantörsperspektiv (Millistream och andra aktörer)
- kundperspektiv (företag som köper tjänster)
- övergripande branshperspektiv (experter)

Detta möjliggör en mer heltäckande analys av marknaden och stärker studiens trovärdighet.

3.2.2 Respondenter

Respondent 1 – Styrelseordförande, Finwire

Respondent 1: Styrelseordförande hos Finwire de senaste fem åren och agerar både strategiskt och operativt som senior rådgivare.

Intervju: 22 april 2026, 59 minuter.

Respondent 2 – Grundare och VD, Finwire

Respondent 2: Grundare och VD för Finwire. Finwire är en svensk finansiell nyhetsbyrå som levererar högfrekvent nyhetsinnehåll så som pressmeddelanden, breaking news och bolagsinformation till den nordiska finansmarknaden. Med cirka 30 anställda och en årlig omsättning på runt 20–25 miljoner kronor är Finwire en lönsam nischaktör. Nyheterna integreras direkt hos ledande banker och nätmäklare som Avanza och Nordnet.

Intervju: 22 april 2026, 36 minuter.

Respondent 3 – VD, Fondbolagens Förening

Respondent 3: VD för Fondbolagens Förening och agerar som branschens talesperson och remissinstans gentemot lagstiftare som Finansinspektionen, med fokus på regelverksutveckling

inom data, hållbarhetsrapportering och kapitalmarknadsfrågor. Fondbolagens Förening är en branschorganisation som företräder de fondbolag som är aktiva på den svenska marknaden. Föreningen bildades 1979 och har idag runt 50 fondbolag som medlemmar, vilka tillsammans förvaltar merparten av det svenska fondkapitalet, samt ett tjugotal associerade medlemsbolag.

Intervju: 17 april 2026, 37 minuter.

Respondent 4 – Software Engineer, Avanza

Respondent 4: Arbetar med inköp och förvaltning av marknadsdata och leverantörsrelationer, med ansvar för att säkerställa att Avanzas dataförsörjning möter höga krav på kvalitet, säkerhet och kostnadseffektivitet. Avanza är Sveriges ledande digitala plattform för sparande och investeringar.

Intervju: 14 april 2026, 38 minuter.

Respondent 5 – Senior Sales Executive, ICE Data Services (Intercontinental Exchange)

Respondent 5: Arbetar med Sales and customer relations inom ICE Data Services dataverksamhet. ICE är ett globalt Fortune 500-företag med runt 13 000 anställda och en årlig omsättning på cirka 10–13 miljarder dollar, varav data- och infrastruktursegmentet står för drygt en fjärdedel. Genom datacenter i både Europa och USA och det globala nätverket ICE Global Network erbjuder de marknadsdata, låg-latensanslutningar och teknisk infrastruktur till allt från retailapplikationer till banker och hedgefonder.

Intervju: 24 april 2026, 43 minuter.

Respondent 6 – Product Owner, Montrose by Carneige

Respondent 6: Arbetar i en central roll i bolagets leverantörsrelationer och har tidigare arbetat tolv år på Nordnet. Montrose är en ny och snabbväxande digital investeringsplattform som riktar sig till aktiva privata investerare. Bolaget grundades 2023 av tidigare Avanza-profiler, lanserades brett våren 2025 och utsågs till Årets Bank 2025 av Privata Affärer. Montrose erbjuder handel på 18 marknader, djupgående analysverktyg och tillgång till DNB Carnegies topprankade aktieanalyser. Plattformen backas upp av bankkoncernen DNB Carnegie som ägare och består av ett team på cirka 20 anställda.

Intervju: 9 april 2026, 51 minuter.

3.3 Genomförande av intervjuer

Intervjuerna har genomförts digitalt via videomöten. Varje intervju har varit cirka 30–60 minuter lång och spelats in efter godkännande från respondenten.

Intervjuerna har följt en semistrukturerad intervjuguide med fokus på:

- leverantörsval och beslutsprocesser
- tillit mellan företag
- cybersäkerhet och dataskydd
- konkurrens och marknadsdynamik

Den semistrukturerade formen har möjliggjort följdfrågor och fördjupning inom relevanta områden.

Efter genomförandet har intervjuerna transkriberats och renskrivits för att underlätta analysen.

3.4 Intervjuguide

Intervjufrågorna utformades i samråd med Millistream genom diskussioner om vilka områden som var mest relevanta för studiens syfte och forskningsfrågor. Eftersom arbetet fokuserar på konkurrenssituationen på marknaden för finansiell data samt betydelsen av tillit, cybersäkerhet, datakvalitet och leverantörsrelationer, behövde intervjuguiden täcka både marknadsrelaterade och relationella aspekter.

Diskussionerna med Millistream bidrog till att identifiera centrala teman som ansågs viktiga att undersöka i intervjuerna. Dessa teman var bland annat leverantörsval, konkurrens mellan aktörer, byteskostnader, tekniska beroenden, tillit, support, datakvalitet och cybersäkerhet. Frågorna formulerades därefter för att ge respondenterna möjlighet att beskriva sina erfarenheter och resonemang på ett öppet sätt, snarare än att endast besvara ja- eller nej-frågor.

Intervjuguiden utformades som semistrukturerad. Det innebar att samma huvudsakliga områden behandlades i intervjuerna, men att följdfrågor kunde ställas beroende på respondentens svar och erfarenhetsområde. Denna utformning valdes för att skapa jämförbarhet mellan intervjuerna, samtidigt som respondenterna fick utrymme att lyfta fram perspektiv som inte var förutbestämda. På så sätt kunde intervjuguiden både stödja studiens teoretiska inriktning och fånga praktiska erfarenheter från marknaden.

Intervjuunderlaget kan hittas i bilagor.

3.5 Analyismetod

Den insamlade datan har analyserats genom tematisk analys. Metoden innebär att återkommande mönster och teman identifieras i intervjumaterialet.

Analysen har genomförts i följande steg:

1. Genomläsning av transkriberat material
2. Kodning av relevanta delar av transkriberat material
3. Identifiering av återkommande teman
4. Kategorisering och strukturering av teman

De huvudsakliga teman som identifierats är:

- leverantörsval och beslutsprocesser
- tillit mellan företag
- cybersäkerhet och risk
- konkurrens och differentiering

Resultaten från den tematiska analysen har sedan kopplats till studiens teoretiska ramverk, såsom Porters Five Forces och Transaction Cost Economics, för att möjliggöra en djupare förståelse av marknaden.

3.6 Trovärdighet och validitet

Genom att använda flera datakällor, både primär- och sekundärdata, möjliggörs triangulering, vilket stärker studiens tillförlitlighet. Vidare har intervjuer genomförts med respondenter från olika typer av organisationer, vilket bidrar till att fånga flera perspektiv på marknaden.

Den semistrukturerade intervjumetoden har möjliggjort djupgående svar, men innebär också en viss grad av subjektivitet. För att minska denna påverkan har intervjufrågorna utformats med tydlig koppling till studiens teoretiska ramverk.

Studien genomförs i samarbete med Millistream, men har inte som syfte att vara partisk eller att gynna företaget. Detta har tydligt kommunicerats till samtliga intervjudeltagare för att säkerställa att deras svar inte påverkas av upplevda förväntningar. Ambitionen har varit att genomföra studien på ett objektivt och oberoende sätt.

En begränsning i studien är att urvalet av respondenter är relativt begränsat, vilket kan påverka generaliserbarheten. Däremot syftar studien till analytisk generalisering snarare än statistisk, vilket innebär att resultaten främst bidrar till en djupare förståelse av fenomenet.

4. Analys

4.1 Porters Five Forces som ramverk för marknaden för finansiell data

Porters Five Forces används i denna studie för att analysera konkurrenssituationen på marknaden för finansiell data. Modellen är relevant eftersom den fokuserar på de krafter som påverkar konkurrensintensitet och marknadsstruktur, såsom kunders och leverantörers förhandlingsstyrka, hot från nya aktörer, hot från substitut samt konkurrens mellan befintliga aktörer. Intervjuerna visar dock att marknaden för finansiell data har vissa särdrag som gör att modellen behöver tolkas med försiktighet.

Ett tydligt mönster i intervjuerna är att marknaden både präglas av hög konkurrens och av koncentration. Respondent 5 från ICE beskriver exempelvis marknaden som “a heavily commoditized space” och menar att många aktörer kan tillhandahålla liknande innehåll. Detta indikerar att själva datan i många fall kan uppfattas som relativt standardiserad, vilket gör det svårt för leverantörer att differentiera sig enbart genom produktens innehåll. Samtidigt framhåller Respondent 5 att de större aktörerna konkurrerar genom “content coverage, service, and support” och genom att skapa olika former av mervärde. Detta visar att konkurrensen inte enbart handlar om själva datan, utan även om hur datan levereras, paketeras och stöds. Det är därmed i hög grad tjänsten runt produkten som skapar differentiering.

Detta kan kopplas till en av Porters krafter, konkurrens mellan befintliga aktörer. Modellen fångar att det finns flera aktörer på marknaden och att konkurrensen är påtaglig. Däremot visar intervjuerna att konkurrensen i praktiken inte främst tar formen av ren priskonkurrens, utan snarare handlar om täckning, teknisk stabilitet, support, relationer och leveransförmåga. Respondent 2 beskriver exempelvis Finwires konkurrensfördel genom att säga att “vårt företag är bättre att ha och göra med” och att de levererar “större och bättre innehåll” än konkurrenterna. Detta visar att konkurrenskraft i marknaden inte enbart avgörs av datainnehållet, utan också av hur kunden upplever samarbetet med leverantören.

Respondent 3 beskriver samtidigt att vissa delar av marknaden utvecklas mot stark koncentration. Han lyfter särskilt fram hållbarhetsdata som ett exempel där marknaden blivit mer reglerad och han påstår även att “trösklarna för att komma in har ökat”. Han beskriver vidare att marknaden i vissa segment kan närma sig en “monopol eller oligopol liknande situation”. Detta visar att marknaden för finansiell data inte enbart kan förstås som en traditionell konkurrensmarknad där många aktörer konkurrerar på lika villkor. I vissa delar präglas marknaden snarare av starka skalfördelar, reglering och koncentration.

Porters modell är därmed användbar för att strukturera analysen av marknaden, men intervjuerna visar att modellen inte fullt ut fångar de relationella och tekniska faktorer som påverkar konkurrensen. I marknaden för finansiell data är konkurrenssituationen inte endast beroende av antalet aktörer eller graden av produktlikhet. Den påverkas också av kunders beroende av stabil leverans, tidigare erfarenhet av leverantörer, supportnivå, tillit och kostnader för att byta leverantör. Efter 4.3.5 illustreras en bild på Porters modell samt de faktorer som diskuteras i kapitlet som Porters inte helt fångar.

4.2 Värdekedjan: leverantör → Millistream → kund

För att förstå hur Porters modell kan appliceras på Millistreams marknad behöver marknaden ses som en värdekedja. Millistream befinner sig i en mellanposition där företaget både är kund och leverantör. Uppströms är Millistream beroende av datakällor, exempelvis börser, handelsplatser och andra informationsleverantörer. Nedströms levererar Millistream data och tillhörande tjänster till kunder som banker, fintechbolag, fondbolag och andra aktörer som använder finansiell data i sina egna tjänster.

Respondent 1 beskriver denna kedja genom att förklara att marknadsdata i grunden uppstår på en marknadsplats, där “någon handlar ett instrument” och där datapunkter sedan transporteras genom en kedja av aktörer. Detta visar att Millistreams roll inte enbart handlar om att sälja vidare data, utan om att fungera som en mellanhand som samlar in, bearbetar, strukturerar och distribuerar data till kunder som behöver den i användbar form.

Denna position är central eftersom Millistream påverkas av konkurrenskrafter från två håll. På leverantörssidan finns aktörer som kontrollerar tillgången till den data som genereras på marknadsplatser. Respondent 1 framhåller att marknadsplatser ofta är “ganska inflexibla” och samtidigt innovativa när det gäller att hitta nya sätt att ta betalt. Detta tyder på att leverantörernas förhandlingsstyrka kan vara hög, särskilt när datan är unik eller nödvändig för att andra aktörer ska kunna erbjuda sina tjänster.

Respondent 3 beskriver samma struktur ur ett bredare branshperspektiv. Han menar att marknadsaktörer ofta är med och genererar data, men att de sedan behöver köpa tillbaka den eftersom den måste sammanställas och distribueras på ett sätt som de själva inte kan göra effektivt. Han uttrycker detta som att aktörerna “får köpa tillbaka vår egen data”, vilket tydliggör den friktion som kan uppstå i värdekedjan. Detta stärker bilden av att aktörer som Millistream fyller en viktig intermediär roll, där värdet inte enbart ligger i själva datan utan i förmågan att göra den tillgänglig, användbar och tillförlitlig.

Samtidigt fungerar Millistream som leverantör gentemot sina kunder. Kunderna använder datan i affärskritiska system, vilket gör att kvalitet, stabilitet och support får stor betydelse. Här blir kundernas förhandlingsstyrka relevant, eftersom kunder kan jämföra leverantörer, ställa krav på pris och kvalitet samt hota med byte. Intervjuerna visar dock att kundernas faktiska möjlighet att byta leverantör begränsas av tekniska integrationer, avtal och processberoenden. Millistreams position innebär därför ett dubbelt beroende: företaget behöver hantera krav från starka leverantörer uppströms samtidigt som det måste möta höga krav från kunder nedströms.

Porters modell hjälper till att synliggöra denna maktstruktur, särskilt genom leverantörers och kunders förhandlingsstyrka. Däremot visar intervjuerna att maktförhållandena i värdekedjan inte enbart avgörs av formella marknadspositioner. Relationer, integrationer, tillit och teknisk leveransförmåga påverkar i hög grad hur starka olika aktörer faktiskt är i praktiken.

4.3 Analys av Porters Five Forces i relation till empirin

4.3.1 Konkurrens mellan befintliga aktörer

Empirin visar att konkurrensen mellan befintliga aktörer är hög, men att den tar sig olika uttryck beroende på leverantörens storlek, erbjudande och marknadsposition. Stora globala leverantörer konkurrerar ofta genom bred täckning, stora resurser och etablerad marknadsposition, medan mindre aktörer i högre grad konkurrerar genom flexibilitet, snabb service och kundnära relationer.

Respondent 5 beskriver marknaden som övermättad och menar att “most data sets or content” har en lång lista av konkurrenter. Samtidigt framhåller hon att aktörer kan hitta nischer eftersom marknaden är stor och bred. Detta visar att konkurrensen inte är homogen. Vissa aktörer konkurrerar genom att erbjuda bredd och global täckning, medan andra konkurrerar genom specialisering, exempelvis inom realtidsdata, referensdata, nyheter eller låg latens.

Respondent 2 ger ett tydligt exempel på hur en mindre aktör kan konkurrera på en nischad marknad. Han beskriver Finwire som en aktör som säljer “en ganska nördig del av finanssektorn” och förklarar att företaget är “en komponent på hyllan”, medan andra aktörer säljer hela hyllan. Detta visar att mindre leverantörer inte nödvändigtvis behöver konkurrera med ett brett helhetserbjudande, utan kan skapa konkurrenskraft genom att vara särskilt starka inom ett avgränsat område.

Samtidigt framkommer att relationer och samarbetsförmåga är viktiga konkurrensmedel. När Respondent 2 beskriver varför Finwire väljs framför konkurrenter lyfter han inte endast fram innehållet, utan också att företaget är “bättre att ha och göra med”. Detta visar att konkurrens mellan befintliga aktörer inte endast handlar om produktens kvalitet i snäv mening, utan också om hur leverantören uppfattas i relationen till kunden.

Porters kraft, konkurrens mellan befintliga aktörer är därmed tydligt applicerbar på marknaden för finansiell data. Däremot visar empirin att konkurrensen i denna bransch inte enbart kan förstås genom pris, produkt och antal aktörer. Eftersom många leverantörer kan erbjuda liknande data blir mjukare faktorer som support, tillit, kundrelationer och tidigare erfarenhet viktiga konkurrensmedel. Detta gör att konkurrensen blir flerdimensionell och att leverantörens sätt att agera i relationen till kunden får stor betydelse.

4.3.2 Kunders förhandlingsstyrka

Kundernas förhandlingsstyrka framstår som betydande, men samtidigt begränsad av byteskostnader och tekniska beroenden. Kunder kan jämföra olika leverantörer, begära in offerter och pressa priser, vilket ger dem en viss makt i upphandlingsfasen. Samtidigt visar intervjuerna att kundernas faktiska möjlighet att byta leverantör ofta är mer begränsad än vad en traditionell marknadsanalys kan ge intryck av.

Respondent 4 beskriver hur Avanza arbetar med strukturerade inköpsprocesser där de skickar ut en “request for proposal” och kontaktar flera leverantörer. Detta visar att kunden i ett första skede

har möjlighet att jämföra alternativ och ställa krav. Samtidigt framhåller han att korrekt data är en grundförutsättning och beskriver detta som "det första vi egentligen gick på". Först när kvaliteten bedöms vara tillräcklig blir priset mer avgörande.

Detta visar att kundernas förhandlingsstyrka inte enbart handlar om att pressa pris. Inom finansiell data måste kunden väga pris mot kvalitet, risk och leveranssäkerhet. Respondent 4 uttrycker detta genom att fråga om de kan bli "mer kostnadseffektiva någonstans utan att tumma på kvaliteten". Det visar att leverantörsvalet är en avvägning mellan kostnadseffektivitet och risken för felaktig eller bristfällig data.

Respondent 6 beskriver på liknande sätt att kvaliteten på data är det första som utvärderas, men att pris också är en faktor. Samtidigt framhåller han att "leverantörsbyte är något vi helst undviker, eftersom det är jobbigt att byta och dyrt att byta". Detta visar att kundens förhandlingsstyrka i praktiken begränsas av transaktionskostnader. Även om det finns alternativa leverantörer innebär ett byte av leverantör, kostnader i form av tid, teknisk integration, testning och intern anpassning.

Kundmakt påverkas även av kundens relativa betydelse för leverantören. Respondent 4 säger att "Avanza vill hellre vara en stor fisk i en liten damm än en liten kund hos en stor leverantör". Detta visar att kunders förhandlingsstyrka inte enbart beror på marknadens struktur, utan också på hur viktig kunden är för leverantören. En kund som är viktig för leverantören kan få snabbare support och större inflytande, medan en mindre kund hos en global aktör kan ha begränsad praktisk makt trots att den formellt har möjlighet att byta leverantör.

Porter fångar därmed kundmakt som fenomen, men modellen behöver kompletteras med ett transaktionskostnadsperspektiv. Kunder kan ha flera alternativ på marknaden, men höga byteskostnader, integrationer och relationella beroenden gör att deras faktiska förhandlingsstyrka kan vara begränsad när leverantören väl är etablerad i verksamheten.

4.3.3 Leverantörers förhandlingsstyrka

Leverantörernas förhandlingsstyrka är särskilt viktig på marknaden för finansiell data eftersom vissa aktörer kontrollerar tillgången till data som andra aktörer behöver. Börser, handelsplatser och andra datakällor har en stark position eftersom de utgör ursprungskällor för marknadsdata.

Respondent 1 beskriver att marknadsdata i grunden uppstår på en marknadsplats och att datapunkter sedan transporteras genom en kedja av aktörer. Detta visar att de aktörer som kontrollerar den första datakällan får en stark position i värdekedjan. Om datan endast kan hämtas från en viss källa minskar köparens förhandlingsutrymme.

Respondent 1 beskriver även att marknadsplatser ofta är "ganska inflexibla" och samtidigt skickliga på att hitta nya sätt att ta betalt. Detta indikerar att leverantörerna uppströms kan ha hög förhandlingsstyrka, särskilt när de kontrollerar unik eller nödvändig data. För aktörer som

Millistream innebär detta att kostnader och villkor från datakällor påverkar företagets möjligheter att konkurrera mot kunder nedströms.

Respondent 3 beskriver dessutom hur reglering förstärker behovet av data. Han framhåller att fondbolag, försäkringsbolag och mäklare i ökande grad måste redovisa olika typer av information, exempelvis avkastning, jämförelseindex och aktivitetsnivå. När data blir nödvändig för att uppfylla regulatoriska krav blir den mindre valfri för kunden, vilket stärker leverantörens position.

Samtidigt beskriver Respondent 3 en paradox där data kan uppfattas som en commodity, men där marknaden ändå kan präglas av monopol- eller oligopolliknande situationer. Han menar att kunder i vissa fall får "betala monopolpriser" trots att datan inte alltid skapar tydlig differentiering för dem. Detta visar att leverantörmakt inte enbart beror på om produkten är unik i kundens ögon, utan även på vem som kontrollerar tillgången till datan och hur svår den är att ersätta.

Porters modell fungerar därmed väl för att identifiera leverantörers förhandlingsstyrka. Däremot visar empirin att leverantörmakt i denna bransch inte endast handlar om antal leverantörer. Den påverkas också av datans ursprung, reglering, skalfördelar och beroenden i värdekedjan.

4.3.4 Hot från nya aktörer

Hotet från nya aktörer påverkas av två motstridiga krafter. Å ena sidan gör teknisk utveckling, API:er och AI det lättare för nya aktörer att skapa lösningar och bearbeta data. Å andra sidan finns betydande inträdesbarriärer kopplade till datatillgång, förtroende, kvalitet, regulatoriska krav och teknisk stabilitet.

Respondent 5 beskriver att teknisk utveckling gör marknaden mer tillgänglig och att fler aktörer kan erbjuda konkurrerande tjänster. Hon säger att "as technology increases the products become more available and more vendors are able to change the current competitive structure". Detta visar att digitalisering och AI kan sänka vissa tekniska inträdesbarriärer.

Samtidigt framhåller Respondent 5 att vissa delar av värdekedjan, exempelvis normalisering av data, kan bli enklare för kunder att utföra själva med hjälp av AI. Detta innebär att nya aktörer inte nödvändigtvis behöver konkurrera genom att ersätta hela dataleveransen, utan genom att utmana vissa lager i värdekedjan.

Respondent 1 beskriver dock att det är svårt att etablera sig som bred leverantör eftersom man måste täcka många lokala behov, såsom lokala marknadsplatser, specifika datakällor och nyhetsleverantörer. Detta visar att inträdesbarriärer inte endast handlar om teknik eller kapital, utan även om trovärdighet, täckning, lokalkännedom och förmåga att leverera stabilt över tid.

Respondent 2 visar samtidigt hur nischade aktörer kan hitta utrymme på marknaden. Genom att beskriva Finwire som en specialiserad komponent i kundens större erbjudande visar han att nya

eller mindre aktörer kan konkurrera genom att fokusera på ett avgränsat område. Detta innebär att hotet från nya aktörer sannolikt är större inom nischer än inom breda helhetslösningar.

Porter är därmed användbar för att identifiera hotet från nya aktörer, men empirin visar att barriärerna i denna bransch är både strukturella och relationella. Det krävs inte endast teknik för att etablera sig, utan även förtroende, historik, datatäckning och förmåga att hantera affärskritiska leveranser.

4.3.5 Hot från substitut

Hotet från substitut framkommer främst genom AI, interna system och alternativa sätt att samla in, bearbeta eller normalisera data. Detta är särskilt relevant eftersom AI kan förändra vilka delar av värdekedjan som kunder behöver köpa från externa leverantörer.

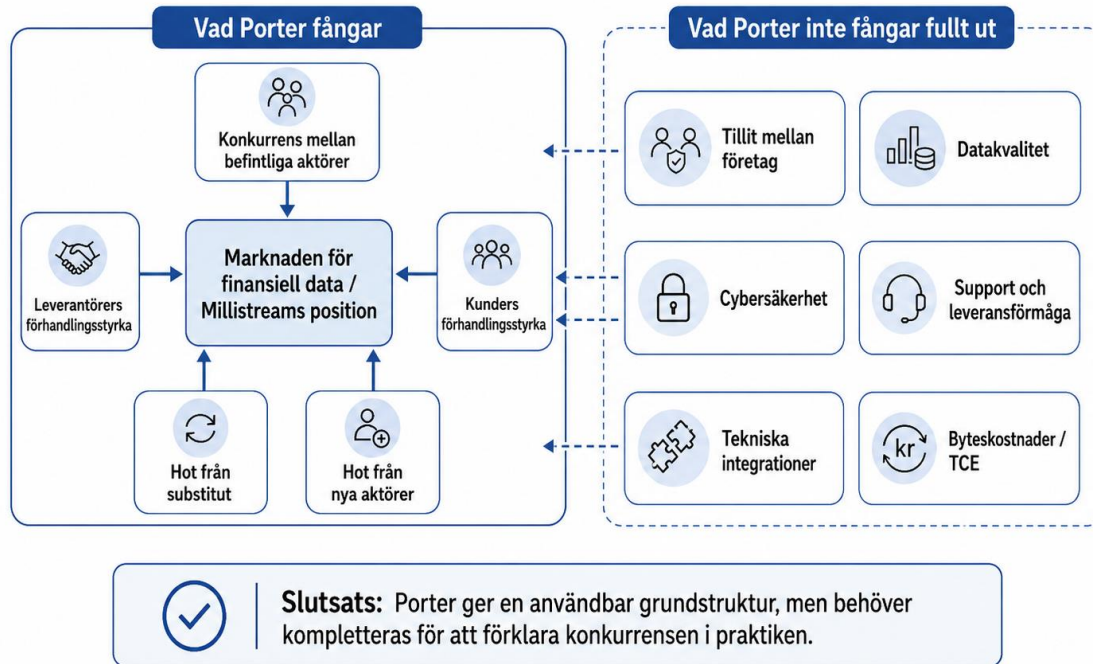
Respondent 5 beskriver att en kund uttryckt att AI gör vissa tjänster enklare att utföra internt och att kunden därför kunde tänka sig att göra delar av arbetet själv. Hon uttrycker detta genom att återge kundens resonemang: "AI is making your service a lot easier to do". Detta visar att AI kan fungera som ett substitut för vissa delar av dataleverantörens värdeerbjudande, särskilt bearbetning, normalisering och enklare analys.

Samtidigt framhåller Respondent 5 att behovet av marknadsdata kvarstår eftersom "everybody needs data to make these AI models work". AI ersätter inte nödvändigtvis behovet av grunddata, utan förändrar snarare hur data används, bearbetas och distribueras.

Detta innebär att hotet från substitut inte främst består av en annan traditionell dataleverantör, utan av kundens egen tekniska förmåga. Om kunder själva kan bearbeta och strukturera data minskar behovet av vissa externa tjänster. Däremot kvarstår behovet av tillförlitlig grunddata, särskilt när datan är unik, regleringsdriven eller affärskritisk.

Porter fångar substituthotet som kategori, men modellen behöver tolkas bredare i en digital kontext. Substitutet är inte alltid en annan produkt från en annan bransch, utan kan vara kundens interna förmåga att lösa samma problem med hjälp av ny teknik.

Varför Porters Five Forces inte räcker fullt ut på marknaden för finansiell data



Figur 2 Anpassad analysmodell som visar vilka faktorer Porters Five Forces inte fångar fullt ut på marknaden för finansiell data. Egen bearbetning baserad på Porter (2008) samt studiens empiriska resultat

4.4 Tematisk empirisk analys

Utöver analysen genom Porters Five Forces identifierades flera återkommande teman i intervjuerna. Dessa teman ger en mer nyanserad bild av hur konkurrens faktiskt uppstår på marknaden för finansiell data. De mest framträdande temana är leverantörsväl, byteskostnader, tillit, cybersäkerhet och datakvalitet.

4.4.1 Leverantörsväl som avvägning mellan kvalitet, pris och serviceförmåga

Ett tydligt tema är att leverantörsväl sällan avgörs av en enskild faktor. Respondenterna beskriver i stället en process där kvalitet först fungerar som en tröskel. Om leverantören inte kan leverera tillräckligt korrekt och relevant data blir den inte aktuell. När kvaliteten anses vara tillräcklig får pris, support och enkelhet i samarbetet större betydelse.

Respondent 4 beskriver att korrekthet i datan var den första faktorn som utvärderades i samband med val av leverantör. Han framhåller att frågan "hur korrekt är den?" var central och att

kvaliteten var en grundförutsättning innan priset kunde bli avgörande. Detta visar att kvalitet fungerar som ett initialt urvalskriterium.

Samtidigt beskriver Respondent 4 att priset blir viktigt när kvaliteten bedöms vara tillräckligt god. Det innebär att pris inte är oviktigt, men att det först blir avgörande efter att leverantören uppfyllt grundläggande krav på kvalitet och säkerhet. Detta visar att leverantörsval i marknaden för finansiell data är en avvägning mellan kostnadseffektivitet och risk.

Respondent 6 beskriver en liknande process och menar att det första företaget tittar på är vilken data som behövs, vilken data som finns tillgänglig och ungefär vilket pris som gäller. Han betonar dock att ”tidigare erfarenhet och servicenivå också är centralt, särskilt när leverantörer ska hantera affärskritiska tjänster”. Han beskriver exempelvis att en tidigare leverantör inte höll tillräckligt hög kvalitet, men att detta hade kunnat accepteras om leverantören varit snabb och bra på att agera när problemen påpekades.

Servicegrad blir därför en viktig faktor i leverantörsvalet, särskilt eftersom finansiell data ofta används i system där fel eller avbrott snabbt kan påverka kundens verksamhet. En leverantör som erbjuder hög serviceförmåga, snabb återkoppling och tydlig problemlösning kan minska kundens upplevda risk och skapa större trygghet i relationen. Detta gör att service inte enbart blir en stödfunktion efter att avtalet är på plats, utan en del av själva värdeerbjudandet. På en marknad där flera aktörer kan erbjuda liknande data kan servicegrad därmed fungera som en stark konkurrensfaktor, eftersom kunden inte bara bedömer vad leverantören levererar utan även hur leverantören agerar när problem uppstår.

Detta visar att leverantörsval inte enbart handlar om att identifiera den tekniskt bästa eller billigaste leverantören. Det handlar också om hur leverantören agerar när fel uppstår, hur snabbt den svarar och om kunden upplever sig prioriterad. Därmed blir relation och support en viktig del av konkurrenskraften.

4.4.2 Byteskostnader och inlåsning

Ett andra återkommande tema är att byte av leverantör upplevs som komplext. Detta beror inte bara på direkta kostnader, utan även på teknisk integration, interna rutiner, avtal och risk för driftstörningar. Denna del av empirin är särskilt relevant i relation till Transaction Cost Economics, eftersom den visar att företag inte enbart fattar beslut utifrån priset på själva tjänsten.

Respondent 1 beskriver att ”byte av leverantör är kostsamt eftersom det inte bara handlar om teknik, utan även om processer och rutiner som byggts upp över tid”. Detta visar att ett leverantörsbyte innebär organisatoriska konsekvenser som går utöver själva inköpsbeslutet.

Respondent 6 uttrycker detta mer direkt genom att beskriva leverantörsbyte som ”både jobbigt och dyrt”. Han fortsätter på detta och säger att ”det tar tid och innebär resurser som hade kunnat användas till annat”. Detta visar att byteskostnader inte enbart är finansiella, utan även består av tid, intern arbetsbelastning och risk.

Respondent 4 beskriver på liknande sätt att ett leverantörsbyte bara är lönsamt om arbetet för att byta inte blir för stort. Han lyfter även fram att ”avtal och volymrabatter kan göra det svårt att snabbt byta leverantör, även om relationen inte fungerar optimalt”. Detta innebär att kunder kan vara bundna till leverantörer trots att det finns alternativa aktörer på marknaden.

Detta är viktigt i relation till Porter eftersom byteskostnader påverkar kundernas faktiska förhandlingsstyrka. En marknad kan ha flera leverantörer, men om det är svårt, dyrt och riskfyllt att byta minskar kundens praktiska makt. TCE kompletterar därför Porter genom att förklara varför konkurrensen inte alltid realiserar fullt ut i praktiken.

4.4.3 Tillit som praktisk konkurrensfaktor

Tillit framstår som ett centralt empiriskt tema. Respondenterna beskriver tillit som något som byggs upp över tid genom stabil leverans, snabb support, transparens och förmåga att hantera problem. Tillit är därmed inte endast en abstrakt relationell faktor, utan kopplad till konkreta handlingar i leverantörsrelationen.

Respondent 1 beskriver att en leverantör måste kunna leverera den kvalitet som utlovats eller som är underförstådd i relationen. Han betonar att utmaningen i branschen är att leveransen är kontinuerlig och att det inte handlar om en enskild produkt. När något går fel påverkar det kundens verksamhet direkt.

Detta visar att tillit i marknaden för finansiell data byggs genom upprepade leveranser över tid. Eftersom kunden ofta använder datan i affärskritiska system blir varje leverans ett test av relationen. En leverantör som levererar stabilt och hanterar problem professionellt bygger förtroende, medan återkommande fel eller bristande kommunikation riskerar att försvaga relationen.

Respondent 4 lyfter fram support och återkoppling som avgörande faktorer. Han säger att “support och time to resolve är några av de viktigaste punkterna” när man väljer om man ska fortsätta med eller byta leverantör. Detta visar att support inte är en sidofunktion, utan en direkt del av leverantörens konkurrenskraft.

Respondent 6 beskriver även hur tillit kan kopplas till tidigare erfarenhet. Han menar att “om man har tidigare erfarenhet av en leverantör så vet man vad man får”. Detta visar att tillit minskar osäkerhet i leverantörsvalet. En känd leverantör med dokumenterad historik kan därför uppfattas som mindre riskfylld än en ny aktör, även om den nya aktören erbjuder ett konkurrenskraftigt pris.

Porter fångar inte tillit som en egen kraft. Däremot påverkar tillit flera av modellens krafter och därmed hur konkurrensen fungerar i praktiken. I relation till kunders förhandlingsstyrka kan hög tillit minska kundens benägenhet att byta leverantör, eftersom en etablerad och pålitlig leverantör upplevs som mindre riskfylld än ett nytt alternativ. Samtidigt kan låg tillit öka konkurrensen mellan befintliga aktörer, eftersom kunden då blir mer mottaglig för konkurrenters erbjudanden.

Tillit påverkar även hotet från nya aktörer, då nya leverantörer behöver bygga trovärdighet och visa att de kan leverera stabilt över tid innan kunder vågar flytta affärskritiska tjänster till dem. Samtidigt visar studien att detta hinder kan minska om den nya aktören har kopplingar till tidigare väletablerade företag eller personer med stark branschförankring. Ett exempel är Montrose, där respondentens beskrivning visar att tidigare erfarenheter och etablerade relationer kan skapa en form av inbyggd tillit redan innan leverantören har hunnit bygga upp en egen lång historik på marknaden. På så sätt kan tillit fungera både som en inträdesbarriär för helt nya aktörer och som en möjlig fördel för aktörer som bär med sig trovärdighet från tidigare sammanhang.

På samma sätt kan tillit minska hotet från substitut, eftersom kunder kan tveka inför att ersätta en beprövad leverantör, med interna lösningar eller nya tekniska alternativ om dessa upplevs som mer osäkra. Tillit fungerar därmed som en relationell faktor som påverkar flera av Porters krafter och bidrar till att förklara varför konkurrensen i praktiken inte enbart avgörs av pris, antal aktörer eller formella marknadsalternativ.

4.4.4 Cybersäkerhet som grundkrav snarare än differentiering

Cybersäkerhet framstår som viktigt, men intervjuerna visar att det ofta betraktas som ett grundkrav snarare än som en tydlig konkurrensfördel. Det innebär att en leverantör måste uppfylla säkerhetskrav för att överhuvudtaget vara aktuell, men att säkerhet i sig inte alltid räcker för att skapa differentiering.

Respondent 1 beskriver att "cybersäkerhet är mycket viktigt och att det blivit viktigare över tid, särskilt på grund av regulatoriska krav". Han framhåller att banker ställer höga krav på sina leverantörer och att leverantörer måste kunna visa tydliga processer, dokumentation och rutiner för att hantera risk. Detta visar att cybersäkerhet är nära kopplat till kundens riskbedömning.

Samtidigt beskriver Respondent 1 att "cybersäkerhet ses som ett grundkrav". Detta innebär att säkerhet framför allt fungerar som en kvalificeringsfaktor. Han framhåller att en leverantör som inte uppfyller säkerhetskraven riskerar att väljas bort, men en leverantör som uppfyller kraven får inte nödvändigtvis en tydlig konkurrensfördel enbart genom detta.

Respondent 4 beskriver på liknande sätt att Avanza verkar i en reglerad verksamhet där det är viktigt att ha kontroll på leverantörer och att det finns avtal kring dessa frågor. Detta visar att cybersäkerhet och regelefterlevnad är integrerade i leverantörsvalet och inte kan separeras från den övriga bedömningen av leverantören.

I relation till Porter kan cybersäkerhet förstås som en inträdesbarriär och som en faktor som påverkar kundernas krav. Däremot fångas cybersäkerhet inte explicit i modellen. Empirin visar att cybersäkerhet påverkar konkurrensen genom att sätta en lägstanivå för vilka aktörer som kan vara relevanta på marknaden, snarare än genom att alltid skapa synlig differentiering.

4.4.5 Datakvalitet och verifierbarhet

Datakvalitet är ett av de mest återkommande temana i intervjuerna. Respondenterna betonar att korrekt data är avgörande, men samtidigt svår att verifiera fullständigt. Detta skapar en situation där datakvalitet, tillit och informationsasymmetri blir nära sammankopplade.

Respondent 4 beskriver att vissa typer av data snabbt kan kontrolleras. Om Avanza skulle få felaktiga priser på Stockholmsbörsen menar han att detta skulle upptäckas inom två minuter. Samtidigt säger han att ”andra typer av data som sanktionsdata är svårare att kontrollera och det oftast upptäcks av kunderna som sedan ger oss kundfeedback och då gäller det att agera snabbt”.

Respondent 6 beskriver en liknande problematik när det gäller fundamentaldata. Han menar att det inte går att kontrollera allt när det handlar om stora datamängder, exempelvis många nyckeltal och tusentals värdepapper. I praktiken blir kunderna då en del av kvalitetssäkringen genom att upptäcka och rapportera fel.

Respondent 1 säger dessutom att ”marknadsdata inte alltid är helt deterministisk och datan kan förändras när den passerar flera led”. Detta visar att datakvalitet inte enbart handlar om rätt eller fel, utan också om hur datan hanteras, tolkas och kommuniceras genom värdekedjan.

Detta tema kopplar tydligt till teorin om informationsasymmetri. Kunden kan inte alltid verifiera all data själv, vilket innebär att leverantörens historik, transparens och förmåga att hantera fel blir centrala. Datakvalitet blir därmed inte bara en teknisk egenskap, utan även en källa till tillit och konkurrenskraft.

4.5 Hur väl fungerar Porter för att analysera marknaden?

Sammantaget visar analysen att Porters Five Forces är ett användbart ramverk för att strukturera konkurrenssituationen på marknaden för finansiell data. Modellen gör det möjligt att analysera leverantörers och kunders förhandlingsstyrka, konkurrensen mellan befintliga aktörer, hot från nya aktörer och substitut.

Samtidigt visar empirin att modellen inte fångar hela bilden. Intervjuerna understryker att konkurrens i denna bransch inte endast avgörs av strukturella faktorer, utan även av relationella, tekniska och kvalitativa faktorer. Tillit, support, datakvalitet och tidigare erfarenhet påverkar i hög grad hur kunder väljer och utvärderar leverantörer.

Porter fångar exempelvis kundmakt, men förklarar inte fullt ut varför kunder trots missnöje kan stanna kvar hos en leverantör. Respondent 6 beskriver att det sista man vill göra är att byta leverantör eftersom det tar tid och resurser. Detta visar att konkurrensen i praktiken begränsas av tekniska och organisatoriska beroenden. Kunden kan ha alternativ, men det betyder inte att bytet är enkelt eller rationellt.

Respondent 4 beskriver även att avtal, volymrabatter och avtalsperioder kan göra det svårt att byta leverantör snabbt. Detta visar att kundens valfrihet ofta är störst i upphandlingsfasen, men mer begränsad när leverantören väl är integrerad i verksamheten.

Porter fångar också hot från substitut, men i denna marknad behöver substitut förstås bredare. Respondent 5 beskriver att AI kan göra vissa tjänster enklare för kunder att utföra själva, men betonar samtidigt att alla AI-modeller fortfarande behöver data. Detta visar att AI inte ersätter hela marknaden för finansiell data, men kan förändra konkurrensen i vissa delar av värdekedjan.

Den viktigaste slutsatsen är därför att Porter fungerar som ett grundläggande analysramverk, men att modellen behöver kompletteras med empiriska teman för att förstå konkurrensen i praktiken. I marknaden för finansiell data är konkurrens inte enbart en fråga om pris, antal aktörer eller produktutbud. Det handlar också om hur väl leverantören kan skapa förtroende, säkerställa datakvalitet, hantera incidenter och bygga långsiktiga relationer.

4.6 Kompletterande perspektiv: Transaction Cost Economics

Utöver Porters Five Forces kan resultaten från studien även förstås genom Transaction Cost Economics. Medan Porter fokuserar på marknadsstruktur och konkurrenskrafter bidrar TCE med ett perspektiv på varför företag fattar vissa beslut i relation till leverantörer, särskilt i situationer där kostnader för samarbete och byte spelar en central roll.

Empirin visar tydligt att leverantörsval inte enbart baseras på pris eller kvalitet, utan även på kostnader kopplade till att etablera, upprätthålla och förändra relationer. Respondent 6 beskriver att det är både jobbigt och dyrt att byta leverantör, samtidigt som Respondent 4 beskriver att ett byte endast är lönsamt om arbetet för att byta inte blir för omfattande. Detta visar att företag inte enbart jämför priset på tjänsten, utan även tar hänsyn till den totala kostnaden för att byta.

Ett centralt begrepp inom TCE är tillgångsspecifitet, vilket avser i vilken utsträckning en investering är anpassad till en specifik relation. I denna studie framkommer att finansiell data ofta är djupt integrerad i kundernas system och processer. Detta innebär att ett byte av leverantör inte endast innebär ett nytt avtal, utan även tekniska och organisatoriska förändringar. Denna typ av beroende skapar höga byteskostnader och bidrar till att befintliga leverantörer kan behålla sina kunder, även i situationer där kunden upplever brister i leveransen.

Vidare belyser TCE vikten av osäkerhet. Empirin visar att kunder inte alltid kan verifiera kvaliteten på den data som levereras i realtid, vilket skapar informationsasymmetri mellan leverantör och kund. Respondent 6 beskriver att tidigare erfarenhet är viktig eftersom man då "vet vad man får". Detta visar att tillit fungerar som ett sätt att minska osäkerhet och därmed även transaktionskostnader.

Cybersäkerhet kan också förstås genom ett TCE-perspektiv. Genom att säkerställa att leverantörer uppfyller säkerhetskrav minskar risken för framtida incidenter som kan leda till ekonomiska, juridiska eller förtroendemässiga kostnader. Respondent 4 beskriver att Avanza verkar i en

reglerad verksamhet där kontroll över leverantörer är viktigt, vilket visar att säkerhet och avtal fungerar som mekanismer för att minska risk i leverantörsrelationer.

Sammanfattningsvis visar analysen att TCE kompletterar Porters Five Forces genom att förklara varför företag inte alltid agerar enligt en strikt konkurrenslogik. Även om alternativa leverantörer finns tillgängliga kan höga transaktionskostnader, osäkerhet och beroenden göra att företag väljer att stanna kvar i befintliga relationer. Detta bidrar till en djupare förståelse av varför konkurrensen i praktiken kan vara mindre dynamisk än vad en traditionell marknadsanalys antyder.

4.7 Slutsats kopplat till analyskapitlet

Analysen visar att Porters Five Forces är ett användbart ramverk för att strukturera konkurrenssituationen på marknaden för finansiell data, särskilt genom att synliggöra kunders och leverantörers förhandlingsstyrka samt konkurrensen mellan befintliga aktörer. Samtidigt indikerar empirin att konkurrensen i praktiken inte fullt ut fungerar enligt den logik som modellen förutsätter. Höga byteskostnader, tekniska integrationer och organisatoriska beroenden begränsar kunders faktiska möjlighet att byta leverantör, vilket innebär att etablerade aktörer kan behålla starka positioner även vid brister i leveransen.

För att förklara dessa mönster bidrar Transaction Cost Economics med ett kompletterande perspektiv. Genom att beakta kostnader kopplade till implementation, övervakning och byte av leverantör blir det tydligt varför företag inte enbart baserar sina beslut på pris och kvalitet. Faktorer såsom tillit, datakvalitet, cybersäkerhet och support kan därmed förstås som mekanismer som minskar osäkerhet och transaktionskostnader i leverantörsrelationer.

Sammanfattningsvis bör Porters Five Forces användas som en grundmodell för att analysera marknadsstruktur, men kompletteras med ett transaktionskostnadsperspektiv för att förstå hur konkurrens faktiskt fungerar i praktiken. Detta är särskilt relevant i en digital och informationsintensiv bransch där relationer, teknisk integration och förtroende spelar en avgörande roll för konkurrenskraft.

5. Slutsats

5.1 Svar på huvudfråga

Studiens huvudfråga syftar till att förstå hur konkurrenssituationen och marknadsstrukturen på den nordiska marknaden för finansiell data kan analyseras samt vilka faktorer som påverkar konkurrenskraften.

Resultatet visar att marknaden kan förstås som en konkurrensutsatt men samtidigt delvis inlåst struktur, där flera aktörer erbjuder liknande tjänster, men där konkurrensen i praktiken begränsas av höga byteskostnader och tekniska beroenden. Porters Five Forces bidrar till att förklara marknadsstrukturen genom att synliggöra konkurrens mellan aktörer, kunders och leverantörers förhandlingsstyrka samt hot från substitut och nya aktörer.

Samtidigt visar studien att konkurrenskraft i denna marknad inte enbart avgörs av dessa strukturella faktorer. Utöver det påverkas konkurrensen i hög grad av faktorer såsom tillit, datakvalitet, cybersäkerhet, support och långsiktiga relationer. Dessa faktorer påverkar både hur företag väljer leverantörer och hur starka positioner etablerade aktörer kan behålla över tid.

Vidare visar analysen att konkurrenssituationen präglas av ett dubbelt beroende, där aktörer som Millistream befinner sig mellan starka leverantörer uppströms och krävande kunder nedströms. Detta förstärker betydelsen av att hantera både kostnadsstruktur och relationella faktorer för att upprätthålla konkurrenskraft.

Sammanfattningsvis kan konkurrenssituationen förstås genom en kombination av strukturella faktorer, enligt Porter, och relationella samt operativa faktorer, såsom tillit och transaktionskostnader, vilka tillsammans formar marknadens dynamik.

5.2 Svar på delfrågor

Hur påverkar tillit och cybersäkerhet relationer och konkurrenskraft?

Studien visar att tillit är en central faktor i relationer mellan leverantörer och kunder. Tillit byggs över tid genom stabil leverans, hög datakvalitet, transparens och effektiv support. Eftersom kunder ofta har begränsad möjlighet att själva verifiera datans kvalitet blir leverantörens trovärdighet avgörande. Hög tillit minskar osäkerhet och ökar sannolikheten för långsiktiga samarbeten, vilket i sin tur minskar kunders benägenhet att byta leverantör.

Cybersäkerhet framstår som en grundläggande förutsättning för att överhuvudtaget kunna konkurrera på marknaden. Leverantörer måste uppfylla höga säkerhetskrav, särskilt i en reglerad bransch där data är affärskritisk. Samtidigt visar studien att cybersäkerhet i de flesta fall fungerar som ett hygienkrav snarare än en tydlig differentieringsfaktor. Däremot kan brister i säkerhet få stora konsekvenser för förtroende och relationer.

Tillsammans bidrar tillit och cybersäkerhet till att forma konkurrenskraft genom att påverka både kunders riskuppfattning och stabiliteten i affärsrelationer.

Hur kan Porters Five Forces användas för att analysera marknaden?

Porters Five Forces är användbar för att analysera de övergripande strukturella förutsättningarna på marknaden. Modellen synliggör tydligt att konkurrensen påverkas av flera krafter, där särskilt leverantörers och kunders förhandlingsstyrka är framträdande.

Leverantörer, såsom börser och andra datakällor, har en stark position eftersom de kontrollerar tillgången till nödvändig data. Samtidigt har kunder möjlighet att jämföra leverantörer och ställa krav, vilket skapar en konkurrenssituation där flera aktörer konkurrerar om liknande kundsegment.

Vidare visar analysen att hot från nya aktörer begränsas av höga inträdesbarriärer, såsom krav på datatillgång, teknisk kompetens och förtroende. Hotet från substitut, exempelvis AI-baserade lösningar, påverkar vissa delar av värdekedjan men ersätter inte behovet av grundläggande marknadsdata.

Studien visar dock även att Porters modell har begränsningar. Den fångar inte fullt ut faktorer såsom tillit, datakvalitet och tekniska beroenden, vilka i praktiken har stor betydelse för konkurrensen.

5.3 Sammanfattade slutsatser

Studien visar att marknaden för finansiell data i Norden kännetecknas av hög konkurrens i kombination med strukturella och tekniska inlåsningseffekter. Även om flera aktörer erbjuder liknande tjänster begränsas konkurrensen i praktiken av höga byteskostnader, integrationer och beroenden mellan leverantörer och kunder.

Porters Five Forces ger en relevant grund för att analysera marknadsstrukturen, men är inte tillräcklig för att fullt ut förstå hur konkurrens fungerar i denna typ av informationsintensiv marknad. Istället krävs ett bredare perspektiv där även relationella och operativa faktorer inkluderas.

Tillit, datakvalitet och cybersäkerhet framträder som centrala faktorer som påverkar både leverantörsväl och långsiktiga affärsrelationer. Dessa faktorer fungerar inte enbart som stöd till konkurrensen, utan som avgörande mekanismer för hur konkurrenskraft skapas och upprätthålls över tid.

Sammanfattningsvis visar studien att konkurrens i marknaden för finansiell data bör förstås som en kombination av strukturella, tekniska och relationella faktorer, där traditionella analysmodeller behöver kompletteras för att spegla den praktiska verkligheten.

6. Diskussion

6.1 Begränsningar

En begränsning i studien är att den bygger på ett relativt begränsat antal intervjuer. Även om respondenterna representerar flera olika perspektiv, såsom leverantörer, kunder och branschaktörer, hade ett större urval kunnat ge en mer omfattande bild av marknaden. Marknaden för finansiell data är bred och innefattar många olika typer av aktörer, från globala dataleverantörer till mindre nischade företag. Det innebär att resultaten inte nödvändigtvis kan generaliseras till hela marknaden, utan främst bör ses som en fördjupad förståelse av de delar av marknaden som studien har undersökt.

En annan begränsning är att studien främst bygger på kvalitativ data. Intervjuerna har gett en djupare förståelse för hur aktörer resonerar kring leverantörsval, tillit, cybersäkerhet och konkurrens, men de ger inte en statistiskt representativ bild av marknaden. Eftersom respondenterna beskriver sina egna erfarenheter och perspektiv finns det också en risk att svaren påverkas av subjektiva bedömningar. Detta är en naturlig begränsning i kvalitativa studier, men det innebär att resultaten bör tolkas med viss försiktighet.

Studien är även avgränsad till den nordiska marknaden och till B2B-marknaden för finansiell data. Detta innebär att slutsatserna inte direkt kan överföras till andra geografiska marknader eller till privatkundsmarknaden. Den globala marknaden påverkar dock den nordiska marknaden, särskilt eftersom flera stora dataleverantörer är internationella aktörer. Därför har globala perspektiv inkluderats i analysen, men endast i den mån de varit relevanta för att förstå den nordiska marknaden.

En ytterligare begränsning är att studien genomförs i samarbete med Millistream. Även om ambitionen har varit att genomföra arbetet på ett objektivt och oberoende sätt kan kopplingen till företaget påverka vilka frågor som ställts och vilka perspektiv som fått störst utrymme. För att minska denna risk har intervjuer genomförts med aktörer utanför Millistream och med respondenter från olika delar av branschen. Trots detta bör det beaktas att studiens utgångspunkt är kopplad till Millistreams marknad och position.

Slutligen begränsas studien av att marknaden för finansiell data förändras snabbt. Teknisk utveckling, AI, reglering och ökade säkerhetskrav påverkar marknaden kontinuerligt. Det innebär att vissa resultat kan förändras över tid, särskilt när det gäller hur AI påverkar dataleverantörers roll och hur cybersäkerhetskrav utvecklas. Studien ger därför en bild av marknaden utifrån de förutsättningar som framkommit under arbetets genomförande, snarare än en permanent beskrivning av branschen.

6.2 Reflektioner

Resultatet visar att marknaden för finansiell data är mer komplex än vad en traditionell marknadsanalys kan ge intryck av. Porters Five Forces har varit användbar för att strukturera konkurrenssituationen och synliggöra centrala marknadskrafter, men analysen visar också att modellen inte fullt ut fångar de faktorer som påverkar konkurrensen i praktiken. Särskilt tydligt blir detta i relation till tillit, datakvalitet, cybersäkerhet, support och byteskostnader.

En viktig reflektion är att konkurrens på denna marknad inte endast handlar om pris eller produktinnehåll. Flera respondenter beskriver att många leverantörer kan erbjuda liknande typer av data, men att skillnaden ofta ligger i hur datan levereras, hur snabbt problem hanteras och hur stark relationen mellan kund och leverantör är. Detta visar att konkurrenskraft i informationsintensiva branscher till stor del skapas genom förtroende och leveransförmåga över tid.

En annan reflektion är att kundmakt inte alltid fungerar på det sätt som traditionella modeller antyder. Kunder kan i teorin jämföra leverantörer och byta till ett bättre alternativ, men i praktiken kan tekniska integrationer, avtal, interna processer och risken för driftstörningar göra ett byte svårt. Detta gör att marknaden delvis präglas av inlåsnings, även när det finns flera alternativa leverantörer. Transaction Cost Economics har därför varit ett relevant komplement till Porter, eftersom teorin hjälper till att förklara varför företag inte alltid väljer den billigaste eller den mest tekniskt attraktiva lösningen.

Studien visar också att cybersäkerhet har en något annorlunda roll än vad som först kunde antas. I teorin kan cybersäkerhet framstå som en tydlig konkurrensfördel, men empirin visar snarare att säkerhet ofta fungerar som ett grundkrav. En leverantör som inte uppfyller säkerhetskraven riskerar att väljas bort, men en leverantör som uppfyller kraven får inte nödvändigtvis en tydlig konkurrensfördel enbart genom detta. Däremot kan säkerhet stärka kundens förtroende och minska den upplevda risken i relationen.

Metodmässigt har de semistrukturerade intervjuerna varit lämpliga eftersom studien syftar till att förstå hur aktörer resonerar kring konkurrens, relationer och leverantörsväl. Intervjuerna har gett möjlighet att fånga nyanser och exempel som hade varit svåra att få fram genom enbart sekundärdata. Samtidigt innebär metoden att analysen bygger på tolkningar av respondenternas svar. Detta ställer krav på att citat och empiriska exempel används tydligt, så att analysen inte endast bygger på generella påståenden. Därför har det varit viktigt att koppla respondenternas uttalanden till de teoretiska ramverken och visa hur empirin stödjer analysens slutsatser.

En övergripande reflektion är att studiens resultat pekar på att traditionella marknadsanalytiska ramverk fortfarande är relevanta, men att de behöver kompletteras när de används på digitala och informationsintensiva marknader likt denna bransch. Porter ger en tydlig struktur för att förstå konkurrenskrafter, men för att förstå hur konkurrens faktiskt fungerar i praktiken behöver analysen även inkludera relationer, tillit, tekniska beroenden och transaktionskostnader.

6.3 Framtida forskning

Framtida forskning skulle kunna bygga vidare på denna studie genom att inkludera fler respondenter från olika delar av marknaden. Ett större urval av kunder, leverantörer och branschaktörer skulle kunna ge en mer omfattande bild av hur konkurrenssituationen ser ut i Norden. Det vore även relevant att inkludera fler internationella aktörer, eftersom den nordiska marknaden i hög grad påverkas av globala dataleverantörer och internationella regleringar.

En annan möjlig fortsättning är att undersöka kundperspektivet mer specifikt. Denna studie visar att tillit, support, datakvalitet och byteskostnader har stor betydelse för leverantörsval, men framtida forskning skulle kunna fördjupa sig i hur olika kundtyper värderar dessa faktorer. Banker, fintechbolag, fondbolag och tradingplattformar kan ha olika krav och prioriteringar, vilket skulle kunna påverka hur de väljer och utvärderar dataleverantörer.

Vidare skulle framtida forskning kunna undersöka AI:s påverkan på marknaden för finansiell data mer detaljerat. I denna studie framkommer att AI kan fungera som både hot och möjlighet. AI kan göra vissa delar av dataleveransen mer automatiserade och därmed minska behovet av externa tjänster, men samtidigt ökar behovet av tillförlitlig grunddata. En fördjupad studie skulle kunna analysera vilka delar av värdekedjan som är mest utsatta för AI-baserade substitut och vilka delar som fortsatt kräver etablerade dataleverantörer.

Det vore även relevant att studera cybersäkerhetens roll mer specifikt. Resultaten i denna studie indikerar att cybersäkerhet främst fungerar som ett grundkrav, men det finns behov av vidare forskning kring när och hur säkerhet kan bli en tydligare differentieringsfaktor. Detta är särskilt relevant i takt med att regleringar som DORA och ökade krav på leverantörskontroll påverkar finansbranschen.

Framtida forskning skulle även kunna undersöka hur Transaction Cost Economics kan integreras mer direkt med Porters Five Forces. I denna studie har TCE främst använts som ett kompletterande perspektiv för att förklara byteskostnader, beroenden och osäkerhet i leverantörsrelationer. En vidare studie skulle kunna utveckla ett mer sammanhållet ramverk där Porters Five Forces analyseras tillsammans med transaktionskostnader, tillgångsspecifitet och osäkerhet. Detta skulle kunna ge en djupare förståelse för hur kunders och leverantörers förhandlingsstyrka påverkas av tekniska integrationer, relationella beroenden och kostnader kopplade till leverantörsbyte. Ett sådant ramverk skulle vara särskilt relevant för digitala och informationsintensiva marknader, där konkurrens inte enbart avgörs av antal aktörer eller pris, utan även av hur kostsamt och riskfyllt det är att förändra affärsrelationer.

Slutligen skulle framtida forskning kunna genomföra en mer kvantitativ studie av marknaden. En sådan studie skulle exempelvis kunna undersöka hur vanligt det är att kunder byter leverantör, vilka faktorer som väger tyngst vid leverantörsval och hur stora byteskostnaderna faktiskt är. Detta skulle kunna komplettera denna studies kvalitativa resultat och bidra till en mer generaliserbar förståelse av konkurrensen på marknaden för finansiell data.

7. Referenser

- Akerlof, G. A. (1970). The market for “lemons”: Quality uncertainty and the market mechanism. *The Quarterly Journal of Economics*.
- Barney, J. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*.
- Böhme, R., & Schwartz, G. (June 2010). Modeling Cyber-Insurance: Towards A Unifying Framework. *WEIS*.
- Davis, J. H., Schoorman, F., & Mayer, R. (1995). An integrative model of organizational trust. *Academy of Management Review*.
- Gale, M., Bongiovanni, I., & Slapničar, S. (2022). Governing cybersecurity from the boardroom: Challenges, drivers, and ways ahead. *Computers & Security*.
- Gordon, L. A. (2011). The impact of information security breaches: Has there been a downward shift in costs? *Journal of Computer Security*.
- Morgan, R. M. (1994). The commitment-trust theory of relationship marketing. *Journal of Marketing*.
- Porter, M. E. (Januari 2008). The Five Competitive Forces That Shape Strategy. *Harvard Business Review*.
- Voermans, N. &. (2024). A Dataset Containing S&P500 Information Security Breaches and Related Financial Firm Performances.
- Williamson, O. E. (1979). Transaction-cost economics: The governance of contractual relations. *The Journal of Law and Economics*.
- Williamson, O. E. (1981). The economics of organization: The transaction cost approach. *American Journal of Sociology*.

8. Bilagor

8.1 Intervjuguide

Inledande frågor

1. Kan du kort beskriva din roll och erfarenhet av finansiell data, marknadsdata eller leverantörsrelationer?
2. Hur skulle du beskriva marknaden för finansiell data och den roll som dataleverantörer fyller i branschen?

Leverantörsval och konkurrens

3. Kan du beskriva hur ni vanligtvis går tillväga när ni väljer en leverantör av en affärskritisk datatjänst eller ett system?
4. Vilka faktorer är viktigast vid val av leverantör, till exempel pris, datakvalitet, support, säkerhet, teknisk stabilitet eller tidigare erfarenhet?
5. Hur jämför ni olika leverantörer med varandra, och vad gör att en leverantör uppfattas som mer konkurrenskraftig än en annan?
6. Hur skulle du beskriva konkurrenssituationen på marknaden för finansiell data, exempelvis mellan stora globala aktörer och mindre nischade leverantörer?

Byteskostnader och beroenden

7. Hur lätt eller svårt är det att byta leverantör i er bransch, och vilka faktorer påverkar detta?
8. Vilka risker, kostnader eller praktiska utmaningar uppstår vid ett leverantörsbyte?
9. Kan tekniska integrationer, avtal eller interna processer göra att man stannar kvar hos en leverantör även om det finns alternativ?

Tillit, datakvalitet och relationer

10. Vad gör att ni känner tillit till en leverantör, och vilka faktorer kan stärka eller försvaga den tilliten?
11. Hur bedömer ni datakvalitet, och hur hanterar ni situationer där det är svårt att kontrollera om datan är korrekt?
12. Hur viktig är support, snabb återkoppling och problemlösning för relationen till leverantören?

Cybersäkerhet och risk

13. Hur påverkar krav på cybersäkerhet, dataskydd och reglering ert val av leverantör?
14. Ser ni cybersäkerhet som en konkurrensfördel eller främst som ett grundkrav för att en leverantör ska vara aktuell?

AI och framtida utveckling

15. Hur tror du att AI och interna tekniska lösningar kan påverka marknaden för finansiell data framöver?
16. Finns det delar av dataleverantörens erbjudande som kunder i framtiden kan hantera själva, och vilka delar tror du är svårast att ersätta?

**INSTITUTIONEN FÖR TEKNIKENS EKONOMI OCH ORGANISATION
AVDELNINGEN FÖR ENTREPRENEURSHIP AND STRATEGY
CHALMERS TEKNISKA HÖGSKOLA**

Göteborg, Sverige 2026

www.chalmers.se



CHALMERS