INKA ai labs

inka.se/ai-labs/

AI i budgeten för **2027**

Ett white paper om hur företag tar AI från agenda till investering



AV
Linus Ritter

DATUM
5 okt, 2026

E-POST
linus@inka.se

TELEFON
073 438 25 83

Statistik kring AI – Marknaden accelererar

Siffrorna på global nivå är tydliga. AI-investeringarna ökar snabbt och brett. Frågan är inte längre om man ska satsa, utan hur man fördelar budgeten för att faktiskt få resultat.

Konkurrenterna väntar inte

AI-investeringarna växer snabbare än något annat teknikskifte de senaste decennierna. Den som väljer att avvakta väljer aktivt bort en position.

$2,6T

Global AI-spend 2026
+47% från 2025 · Gartner, maj 2026

88%

Av organisationer använder AI i minst en affärsfunktion
McKinsey, State of AI 2025

+139%

Tillväxt i AI agent-mjukvara 2026
Från $86B till $207B · Gartner

1,7%

Av omsättningen planeras för AI 2026 (upp från 0,8% 2025)
BCG AI Radar, 2 360 chefer

94%

Av företagen fortsätter investera – oavsett resultat

Nio av tio organisationer planerar att öka eller behålla AI-budgeten, även om de ännu inte ser tydlig avkastning. Konkurrenstrycket är det primära drivmedlet.

McKinsey & BCG, 2026

MÄNNISKA HANTERAR ETT SUPPORTÄRENDE

$22

per interaktion i snitt

AI HANTERAR SAMMA ÄRENDE

$0,60

per interaktion i snitt

30–40× lägre kostnad per interaktion för AI-driven kundservice · *ValueAdd VC, 2026*

Innehållsförteckning

Statistik kring AI – Marknaden accelererar 3

Sammanfattning 4

Var befinner sig företag med AI idag? 5

Från experiment till strukturerat arbete 6

Varför AI måste in i budgeten 7

Börja med affären, inte med tekniken 8

Vad kan ingå i en AI-budget för 2027? 9

Om INKA AI Labs 12

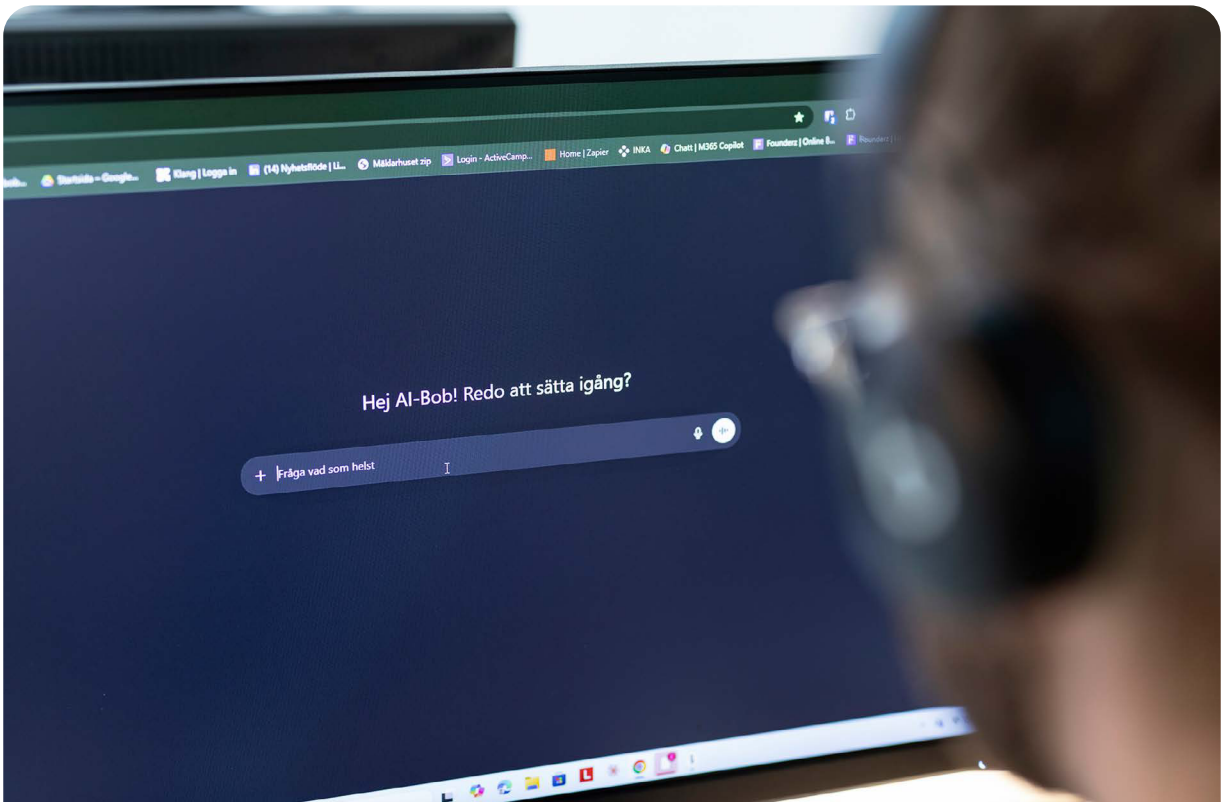
Sammanfattning

De flesta svenska företag har testat AI. Färre har börjat investera i det. Det är den klyftan det här dokumentet handlar om.

Inför budgetarbetet för 2027 pekar tre saker tydligt i samma riktning: AI-experimenterandet har pågått tillräckligt länge för att nu kräva struktur, kostnaderna för att inte agera börjar bli synliga, och de företag som lyckas är de som kopplat AI till konkreta verksamhetsmål med tillhörande resurser.

Den här rapporten argumenterar för att fler organisationer bör ta tre steg inför 2027: identifiera vilka affärsprocesser som faktiskt kan förbättras med AI, sätta en tydlig budget för det arbetet, och välja 2–3 konkreta projekt att genomföra, följa upp och lära sig av.

Dokumentet riktar sig till ledningsgrupper och beslutsfattare som befinner sig i steget mellan att ha diskuterat AI och att börja styra mot det.





Var befinner sig företag med AI idag?

Under 2023 och 2024 präglades AI-arbetet i de flesta organisationer av experiment. Medarbetare började använda ChatGPT på eget initiativ. Marknadsavdelningar testade att producera innehåll snabbare. Tekniska team integrerade AI-stöd i kodutvecklingen. Ledningsgrupper höll workshops för att förstå vad tekniken egentligen innebar.

Det var rätt för den fasen. Verktygen utvecklades snabbt och användningsmönstren var svåra att förutse. Experimenterande var ett vettigt sätt att bygga förståelse.

Men det läget håller på att förändras. Två år senare ser många organisationer ett likartat mönster: spridd användning av enskilda AI-verktyg, varierande resultat, avsaknad av gemensam riktning och ingen tydlig bild av vad investeringen egentligen gett.

Det är där de flesta befinner sig inträdet i 2026: något slags AI-användning pågår, men det är sällan kopplat till ett tydligt verksamhetsmål, ett definierat ansvar eller en budget.

Från experiment till strukturerat arbete

Experimentfasen har ett naturligt slut. Det infaller när organisationen har tillräcklig förståelse för att kunna välja: vilka möjligheter är värda att prioritera, och vilka är det inte?

Den frågan kan inte besvaras utan att ställa mer grundläggande frågor om den egna verksamheten:

- Vilka processer lägger vi mest tid på, och vad skulle hända om de gick snabbare?
- Var finns repetitiva arbetsmoment som i dag kräver manuellt arbete?
- Vilken intern kunskap är svår att hitta eller använda effektivt?
- Var tappar vi affärer på grund av långsamma processer eller otillräcklig information?
- Hur fungerar vår webbplats och vår digitala kommunikation när både människor och AI-tjänster använder dem?

De här frågorna leder till en annan typ av arbete än experimenterandet. Det kräver prioritering, ansvar och resurser. Det kräver med andra ord en plan, och en budget.

För de flesta organisationer innebär steget från experiment till strukturerat AI-arbete inte att man behöver bygga stora tekniska system eller anställa dedikerade AI-specialister. Det innebär att man väljer ett antal tydliga områden, avslutar dem med konkreta lärdomar och anpassar sin riktning löpande.

Varför AI måste in i budgeten

Att sätta en budget för AI handlar inte om att visa att man tar tekniken på allvar. Det handlar om att ta följderna av att inte agera på allvar.

När AI saknas i budgeten händer typiskt ett av två saker. Antingen fortsätter arbetet informellt: engagerade medarbetare driver frågan på eget initiativ, avdelningar testar sina egna verktyg och enstaka projekt genomförs när tid finns över. Eller så händer ingenting alls.

Båda utfall har ett gemensamt problem: det finns inget att *utvärdera*, och därmed ingen lärdom att *bygga på*.

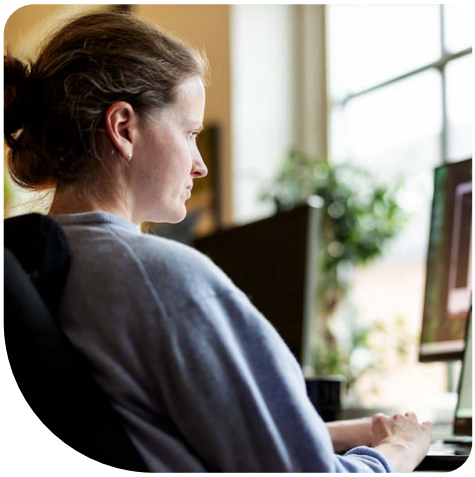
Budgeten gör tre saker som ingenting annat gör:

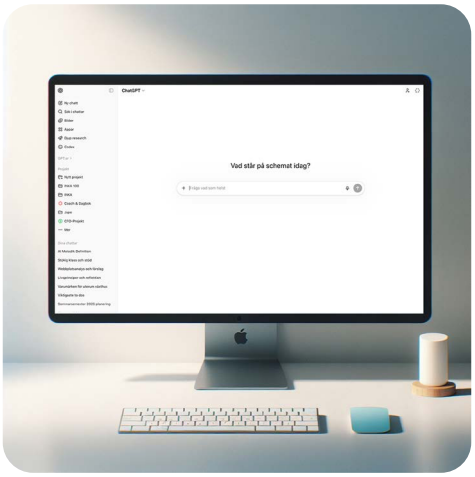
DEN TVINGAR FRAM EN PRIORITERINGSDISKUSSION.
När resurser ska fördelas måste organisationen avgöra vilket AI-arbete som faktiskt är viktigast. Det är en fråga som lätt skjuts upp så länge kostnaden är osynlig.

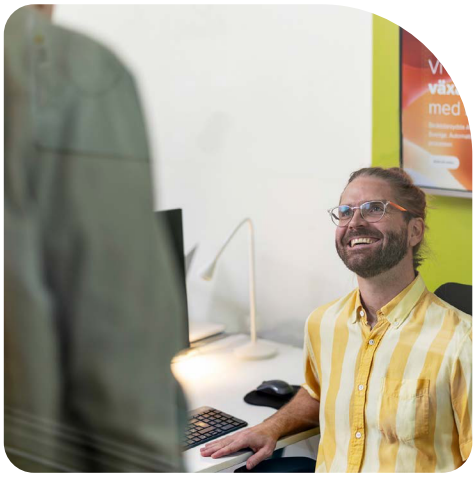
DEN MÖJLIGGÖR UTVÄRDERING.
När en investering görs kan den följas upp. Vad gav projektet? Vad bör göras annorlunda? Utan en tydlig investering finns ingenting att mäta mot.

DEN SKAPAR ANSVAR.
En post i budgeten innebär att någon äger frågan och förväntas leverera. Det är en grundläggande förutsättning för att något ska hända.

En AI-budget behöver inte vara stor. För de flesta medelstora organisationer handlar det om en rimlig del av den övriga IT- och kompetensutvecklingsbudgeten. Det avgörande är inte storleken utan att investeringen är medveten och kopplad till ett tydligt syfte.







Börja med affären, inte med tekniken

Ett vanligt misstag när organisationer väl beslutar sig för att “satsa på AI” är att börja från tekniken. Man letar efter ett AI-verktyg att implementera, snarare än ett verksamhetsproblem att lösa.

Det är en bakvänd ordning. AI-verktyg som söker ett problem tenderar att hamna i kanten av verksamheten, används av få och upphör så småningom.

Ett mer fruktbart angreppssätt är att börja från den egna verksamheten och fråga: *var lägger vi mycket tid idag? Var finns repetitiva arbetsmoment? Var finns stora mängder kunskap och information som är svår att använda? Var tappar vi affärer?*

Från de svaren kan relevanta AI-projekt identifieras. De kan vara enkla — en intern assistans som hjälper medarbetare att hitta rätt information — eller mer komplexa, som att automatisera en del av offerteringsprocessen. Det avgörande är att kopplingen till verksamheten är tydlig från start.

En fråga värd att lägga till de övriga: hur fungerar vår digitala närvaro när AI-tjänster använder den som källa? Sökbeteendet förändras när AI-genererade svar ersätter traditionella sökresultat, och det påverkar vilka företag som syns och hittas. Det är ett område som ofta förbises i AI-planering men som kan ha tydlig affärseffekt.

Vad kan ingå i en AI-budget för 2027?

En AI-budget ser naturligtvis olika ut beroende på organisation, bransch och nuläge. Men det finns ett antal områden som är relevanta för de flesta.

• AI-strategi och prioritering

Första steget för många organisationer är att strukturera upp vilket AI-arbete som är mest relevant. Det innebär en kartläggning av var möjligheterna finns, vilka krav de ställer och vilket affärsvvärde de kan ge. Utan det steget riskerar budgeten att läggas på fel saker.

• AI-profil och företagskunskap

För att AI-verktyg ska kunna ge relevant utdata behöver de förstå organisationen: erbjudandet, målgrupperna, kommunikationssättet och varförmagån. Att skapa en strukturerad AI-profil är ett grundläggande steg som påverkar kvaliteten i allt annat AI-arbete.

• AI-anpassad webb och innehåll

När AI-tjänster använder företagets webbplats som källa måste informationen vara strukturerad på ett sätt som fungerar. Det är ett område som delvis överlappas med traditionell SEO men kräver en del anpassningar för att fungera väl också för AI-baserade söktjänster.

• Löpande analys och justering

AI-området utvecklas snabbt. En del av budgeten bör avsattas för att kontinuerligt testa, utvärdera och anpassa. Det som fungerar bra 2027 kan se annorlunda ut än det som fungerade 2026.

• Interna AI-assistenter

Lösningar som hjälper medarbetare att hitta information, analysera material och genomföra återkommande arbetsuppgifter. Det kan vara allt från en enkel chatbaserad assistent med tillgång till interna dokument till mer avancerade flöden kopplade till specifika verktyg.

• AI-agenter och automation

När AI inte bara svarar på frågor utan faktiskt utför delar av arbetet. Exempel: automatisk hantering av inkommande förfrågningar, sammanfattning av möten, eller kvalitetsgranskning av dokument innan de skickas.

• Kompetensutveckling

För att AI-investeringar ska ge effekt behöver medarbetarna kunskapen och de gemensamma arbetssätten för att använda verktygen väl.

REKOMMENDATION

Välj 2–3 konkreta projekt

Vår rekommendation är inte att starta tio parallella AI-initiativ. Det sprider resurser, ger svåröversådliga resultat och lämnar sällan någon riktig lärdom.

Istället: Välj 2–3 väldefinierade projekt som faktiskt kan genomföras, följas upp och läras av under 2027. Sätt ett ägare på varje projekt. Definiera vad framgång innebär. Avslutas projektet med en tydlig lärdom, inte bara en slutrapport.

Ett konkret exempel på hur en organisations AI-prioriteringar för 2027 skulle kunna se ut:

Bygg en gemensam AI-profil som definierar hur organisationen, erbjudandet och kommunikationen ska beskrivas när AI-verktyg används internt och externt.

AI-anpassa webbplatsen så att den fungerar väl också när AI-tjänster använder den som källa — inte bara när människor besöker den.

Automatisera en intern process där AI kan spara mätbar tid, exempelvis sammanfattning av inkommande förfrågningar eller strukturering av mötesanteckningar.

När projekten är så konkreta som i exemplet ovan förändras karaktären på diskussionen. Det finns något att planera, något att leverera och något att utvärdera. AI går från att vara en strategisk fras till att vara en del av den vanliga verksamhetsplaneringen.

Det är målet.

INKA ai labs

Om INKA AI Labs

INKA AI Labs är en del av den digitala byrån INKA Interactive, grundad 1999 i Malmö. Vi hjälper företag att gå från AI-diskussioner och enstaka experiment till ett konkret och strukturerat AI-arbete.

I praktiken innebär det att vi kartlägger nuläget, identifierar relevanta användningsfall och hjälper organisationen att formulera och prioritera AI-projekt som faktiskt kan genomföras.

Vi arbetar med allt från AI-strategi och företagsprofilering till AI-anpassning av digitalt innehåll, interna AI-assistenter och GEO (Generative Engine Optimization) — att säkerställa att ett företags information syns och citeras när AI-tjänster svarar på frågor inom det egna området.

Vill du diskutera vad ett strukturerat AI-arbete skulle kunna innebära för er organisation? Hör av dig så tar vi ett första samtal.

INKA AI Labs | inka.se