

מחקר על אומת הסטארט-אפ

קלוד בישראל

מדוע אומת הסטארט-אפ בונה את הדור הבא של המותגים הגלובליים בעידן ה-AI

ישראל היא המדינה הראשונה בעולם באימוץ קלוד לנפש. מחקר זה בוחן מדוע, מה יזמים וחברות ישראליות עושים עם הטכנולוגיה, וכיצד היא מאיצה את תפקידה הוותיק של ישראל ככלכלת בניית המותגים הפרודוקטיבית ביותר בעולם לנפש.

מחקר משותף של

5WPR · Louder

יחסי ציבור וסטודיו לתוכן יצירתי

אפריל 2026 · מהדורה שנייה

על המחקר הזה

מחקר זה הוא תוצר משותף של 5WPR, אחת מחברות יחסי הציבור העצמאיות הגדולות בארצות הברית, ושל Louder, סטודיו יצירתי ולתוכן הפועל בצומת שבין סיפור אסטרטגי לבין השפעה חברתית.

Louder היא חלק מקבוצת The Phygital Jewish. הסטודיו מתמחה בפיתוח קמפיינים בעלי השפעה גבוהה ותוכן דיגיטלי עבור עסקים בבעלות יהודית, ארגונים בינלאומיים וגופים ממשלתיים. באמצעות שימוש בכלים יצירתיים מתקדמים, Louder מסייעת לארגונים לנווט בנופים חברתיים מורכבים ולהגביר את המסר שלהם לקהלים גלובליים, ומבטיחה שהמשימה שלהם תניע שינוי אמיתי בעולם. לעקוב אחרי Louder: instagram.com/louder.creators.

5WPR, שנוסדה בשנת 2003 על ידי רון טרוסיאן, משרתת לקוחות בתחומי הצריכה, B2B, טכנולוגיה, בריאות, עניינים ציבוריים ותקשורת משבר, עם יותר מ-275 עובדים, ומאז 2025 מציעה שירות מורחב בשוק הישראלי.

שני הצוותים חברו יחדיו למחקר הזה משום שהנושא יושב בנקודת החיתוך של עבודתם: מדינה הבונה בקצב שהעולם עדיין מנסה להדביק, וסביבה טכנולוגית שמתגמלת בדיוק את הקצב הזה.

ישראל תמיד פעלה צעד לפני העקומה. מה שהנתונים שלנו מראים הוא שעם AI, המדינה לא רק מדביקה — היא מגדירה את מה שבא הלאה. אותה נחישות, יצירתיות ומהירות שבנו את אומת הסטארט-אפ מעצבות כעת את האופן שבו מותגים ישראליים מגיעים לעולם.

— דולב רפאל דריי, מייסד Louder

תקציר מנהלים

ישראל מדורגת ראשונה בעולם במדד השימוש ב-AI של אנתרופיק, עם ציון של 4.9x — כלומר הישראלים משתמשים בקלוד בעוצמה הגבוהה כמעט פי חמישה מהצפוי על סמך חלקה של ישראל באוכלוסייה בגיל העבודה הגלובלית. המדינה מקדימה את סינגפור (4.19x), את ארצות הברית (3.69x), את אוסטרליה (3.27x), את קנדה (3.15x), את דרום קוריאה (3.12x) ואת ניו זילנד (3.11x). זה הפער הרחב ביותר בראש מדד האימוץ הגלובלי.

בנפח מוחלט, האוכלוסייה הקטנה של ישראל אומרת שחלקה בשימוש הגלובלי של קלוד קטן — כחצי אחוז מכלל שיחות קלוד בעולם, המיוצרות על ידי מדינה שמהווה רק קצת יותר מעשירית האחוז מהבוגרים בגיל העבודה בעולם. משתמשים ישראליים מייצרים בערך שיחה אחת מכל 185 שיחות קלוד בעולם, מתוך כאחד מכל 900 בוגרים בגיל עבודה. היחס הזה — לא הנפח המוחלט — הוא הסיפור.

נתונים ישראליים מעבים את התמונה. סקר רשות החדשנות הישראלית ומכון מאירס-ג'וינט-ברוקדייל מנובמבר 2025, שסקר למעלה מ-500 עובדי הייטק ישראלים, מצא כי 95% משתמשים בכלי AI באופן קבוע ו-78% משתמשים בהם מדי יום. כ-70% מהעובדים דיווחו על שיפור משמעותי באיכות הפלט, ו-40% דיווחו שכלי AI חתכו את זמן העבודה שלהם ביותר מ-50%. דוח ה-AI Diffusion של מיקרוסופט מדרג את ישראל כאחת משבע המדינות היחידות בעולם עם מודל AI גבולי מקומי המופיע ב-200 המובילים העולמי.

זוהי אומת הסטארט-אפ עושה מה שאומת הסטארט-אפ עושה תמיד: דוחסת מחזורי אימוץ גלובליים למחזורים ישראליים. אותם התנאים שבנו את המוניטין של ישראל ככלכלת הטכנולוגיה הפרודוקטיבית ביותר לנפש בעולם — צפיפות כישרונות, עצימות מו"פ, איטרציה מהירה, שליטה אוניברסלית באנגלית, ותרבות של בנייה — הם התנאים שמתגמלים אימוץ AI מוקדם.

ישראל בונה יותר סטארט-אפים לנפש מכל מדינה בעולם. היא גם משתמשת ב-AI בעוצמה גבוהה יותר מכל מדינה בעולם. שתי העובדות אינן עצמאיות — הן אותה עובדה, הנמדדת פעמיים.

ארבעה ממצאים מעגנים את המשך המחקר:

- האימוץ של ישראל הוא מבני. אנתרופיק מוצאת כי עלייה של 1% בתמ"ג לנפש קשורה לעלייה של 0.7% במדד השימוש ב-AI. הדירוג של ישראל אינו ספייק, אלא תוצאה של כלכלה הבנויה לרגע הזה.
- השימוש הוא רחב ועמוק. 95% מעובדי מגזר ההייטק הישראלי משתמשים בכלי AI באופן קבוע; 78% משתמשים בהם מדי יום. 82% מהמשתמשים היומיים מיישמים AI על פני שלוש קטגוריות עבודה ומעלה.
- מגזר ה-AI הישראלי הוא מרכז הכובד של הטכנולוגיה הישראלית. 342 סטארט-אפים ישראליים ב-GenAI גייסו יחד מעל 20 מיליארד דולר. סייבר ו-GenAI יחד היוו כ-70% מכל ההון שגויס בישראל בשנת 2025.
- בניית מותגים מישראל מואצת. סטארט-אפים ישראליים גייסו 15.6 מיליארד דולר ב-2025 והניבו אקזיטים של 74 מיליארד דולר. מותגים ישראליים מגדירי-קטגוריה נבנים עם צוותים AI-native מהיום הראשון.

1. הנתונים: ישראל מובילה את העולם

1.1 מדד השימוש ב-AI של אנתרופיק

אנתרופיק מפרסמת את ה-Economic Index כדי למדוד כיצד נעשה שימוש ב-AI בכלכלה האמיתית. דוח ספטמבר 2025 הציג את ה-AUI — מספר יחיד לכל מדינה המשווה את חלקה בשיחות קלוד לחלקה באוכלוסייה בגיל העבודה הגלובלית. ציון מעל 1.0 פירושו שהמדינה משתמשת ב-AI יותר ממה שחלקה באוכלוסייה חוזה.

לוח הדירוג הציבורי העדכני ביותר של ה-AUI מבוסס על דגימה מ-13 עד 20 בנובמבר 2025, המכסה 116 מדינות, שפורסמה על ידי אנתרופיק בינואר 2026. ישראל מובילה. דוח Economic Index נוסף שפורסם ב-24 במרץ 2026 השתמש בדגימה מ-5 עד 12 בפברואר 2026 למעקב אחר השינויים בשימוש; לוח הדירוג של נובמבר נותר הדירוג הציבורי העדכני ביותר.

1.2 לוח התוצאות העולמי

דירוג	מדינה	AUI	הקשר מבני
1	ישראל	4.90x	היחס הגבוה ביותר של מו"פ/תמ"ג בעולם; מעל 6,600 סטארט-אפים פעילים; כלכלות הגנה וסייבר AI-native
2	סינגפור	4.19x	מדיניות Smart Nation; חמש המובילות במדד החדשנות העולמי
3	ארצות הברית	3.69x	נפח קלוד המוחלט הגדול בעולם: 21.6% מהשיחות הגלובליות
4	אוסטרליה	3.27x	חלק גבוה של עובדים דיגיטליים; אימוץ ארגוני חזק
5	קנדה	3.15x	כלכלת עבודת-ידע מרוכזת
6	דרום קוריאה	3.12x	אימוץ חזק אצל מפתחים וצרכנים
7	ניו זילנד	3.11x	כלכלת-ידע קטנה עם תמ"ג גבוה

היתרון של ישראל על סינגפור הוא 17%. היתרון שלה על ארצות הברית הוא 33%. תחתית המדד הגלובלי — טנזניה ב-0.03x ואנגולה ב-0.05x — נמצאת כפי 150 מתחת לפסגה. קיים פער אימוץ AI עולמי אמיתי, וישראל יושבת בפסגתו.

1.3 קריאת היחס: עצימות, לא נפח

שאלה נפוצה על הדירוג היא איך לפרש אותו במונחים מוחלטים. האוכלוסייה של ישראל קטנה — כ-10 מיליון איש, עם אוכלוסייה בגיל עבודה של כ-6 מיליון, או כ-0.11% מסך האוכלוסייה העולמית בגיל עבודה. עם AUI של 4.9x, זה מרמז שישראל מהווה כ-0.5% משיחות קלוד הגלובליות — כלומר משתמשים ישראלים מייצרים בערך שיחה אחת מכל 185 שיחות קלוד בעולם, מתוך כאחד מכל 900 בוגרים בגיל עבודה.

ארצות הברית, לשם השוואה, מהווה 21.6% מנפח קלוד הגלובלי כיוון שיש לה גם אוכלוסייה גדולה וגם שימוש גבוה לנפש. הודו, המשתמש המוחלט השני בגודלו ב-7.2%, יש לה עצימות נמוכה לנפש (AUI של כ-0.22x) אך היקף ענק.

ה-AUI חשוב כיוון שהוא חותך דרך גודל האוכלוסייה כדי למדוד עד כמה AI טבוע בחיי העבודה של המדינה. לפי המדד הזה, ישראל היא ללא תחרות.

ישראל מייצרת בערך שיחה אחת מכל 185 שיחות קלוד בעולם — ממדינה שהיא רק אחת מכל 900 בוגרים בגיל עבודה. היחס הוא הסיגנל.

1.4 מה הישראלים עושים עם קלוד

שלושה דפוסים מהנתונים הגלובליים של Claude.ai רלוונטיים להבנת מיקומה של ישראל:

הנדסת תוכנה דומיננטית. משימות קוד (משימות הקשורות לתעסוקות מחשב ומתמטיקה) מהוות 35% מהשיחות ב-Claude.ai נכון לפברואר 2026, עדיין הקטגוריה הגדולה ביותר. המשימה הנפוצה ביותר בעולם היא תיקון שגיאות בתוכנה.

עבודה יצירתית ועריכתית היא הקטגוריה השנייה בגודלה. כ-10% משאלות קלוד הן יצירתיות, תקשורתיות או עריכתיות — כתיבה, עריכה, עיצוב, אסטרטגיית שיווק. בישראל, שבה יזמים פועלים באופן שגרתי גם בעברית וגם באנגלית, וכאשר עבודת ה-Go-To-Market הגלובלית מתחילה מהיום הראשון, קטגוריה זו צפויה להיות מיוצגת יתר על המידה.

האצלה עולה, והשימוש מתגוון. חלקן של השיחות שבהן משתמש מוסר לקלוד משימה שלמה עלה מ-27% בסוף 2024 ל-39% בספטמבר 2025. עדכון 24 במרץ 2026 של אנתרופיק, המבוסס על נתוני פברואר 2026, הראה שהשימוש מתגוון עוד יותר — עשר המשימות הנפוצות ביותר ירדו מ-24% מהשיחות ב-Claude.ai בנובמבר 2025 ל-19% בפברואר 2026. כ-49% מכלל התעסוקות ראו לפחות רבע מהמשימות שלהן מבוצעות באמצעות קלוד.

2. מדוע ישראל: האפקט המצטבר של אומת הסטארט-אפ

הדירוג של ישראל ב-AUI אינו הפתעה לאף אחד שעקב אחרי כלכלת הטכנולוגיה של המדינה במהלך שלושת העשורים האחרונים. ארבעה תנאים מבניים מסבירים אותו, וכולם המשיכו להתחזק לאורך 2025 ותחילת 2026.

2.1 צפיפות סטארט-אפים

- מעל 6,600 סטארט-אפים ישראליים פעילים — פי 14 מריכוז הסטארט-אפים לנפש באירופה.
- מדורגת ראשונה בעולם בהוצאות מו"פ כחלק מהתמ"ג.
- סטארט-אפים ישראליים גייסו 15.6 מיליארד דולר ב-2025 והניבו 74 מיליארד דולר באקזיטים, על פי Startup Nation Central.
- מחצית מכל ההון של 2025 הלך לעסקאות גדולות מ-100 מיליון דולר — ריכוז בחברות בשלב ה-Scale שהן המאמצות האגרסיביות ביותר של AI.

2.2 אימוץ עמוק ברוחב כוח העבודה הטכנולוגי

סקר מנובמבר 2025 של רשות החדשנות הישראלית ומכון מאיירס-ג'וינט-ברוקדייל, שכיסה למעלה מ-500 עובדי הייטק ישראלים, נתן את התמונה הברורה ביותר עד כה של רוחב השימוש ב-AI בתוך אומת הסטארט-אפ. הממצאים חורגים מעבר לסקרנות סטטיסטית:

- 95% מעובדי הייטק הישראליים משתמשים בכלי AI באופן קבוע; 78% משתמשים בהם מדי יום.
- בקרב משתמשים יומיים, 82% משתמשים ב-AI על פני שלוש קטגוריות עבודה ומעלה, ו-25% משתמשים בו על פני שש ומעלה.
- 86% מהעובדים בגילאי 25-34 מדווחים על שימוש יומי ב-AI — הגבוה מכל קבוצת גיל.
- כ-70% מהעובדים שנסקרו מדווחים על שיפור משמעותי באיכות הפלט מכלי AI.
- 40% מהעובדים מדווחים ש-AI חתר את זמן העבודה שלהם ביותר מ-50%.
- 68% רואים ב-AI הזדמנות קריירה ולא איום.

לשם השוואה, דוח Work Trend Index של מיקרוסופט ולינקדאין מחודש מאי 2025 העמיד את שיעור השימוש הגלובלי ב-AI בהייטק על 75%. כוח העבודה הישראלי פועל על 20 נקודות אחוז מעל הממוצע הגלובלי. האימוץ אינו מוגבל למהנדסים: משווקים, אנשי משאבי אנוש, מנהלי מוצר וצוותי פיננסים משלבים AI ב-workflow שלהם.

סקר ה-AI חושף את עומק הטרינספורמציה המתרחשת בהייטק הישראלי. כמעט כל העובדים במגזר כבר משתמשים בכלים הללו, וזאת אינה תחזית עתידית אלא מציאות נוכחית המעצבת מחדש את התעסוקה ההייטקית. תעשיית ההייטק הישראלית מגיבה במהירות, מאמצת את הכלים, בוחנת מודלי עבודה חדשים, ומשלבת AI בתהליכי פיתוח, שיווק וניהול.

— דרור בין, מנכ"ל רשות החדשנות הישראלית (נובמבר 2025)

2.3 הכרה גלובלית במעמד ה-AI של ישראל

דוח ה-AI Diffusion של מיקרוסופט לשנת 2025, שפורסם בתחילת 2026, מחזק את אותה התמונה מכיוון אחר. הדוח ממקם את ישראל בחברה נדירה:

- ישראל היא אחת משבע המדינות היחידות בעולם עם מודל מקומי מפותח בין 200 מודלי ה-AI המובילים בעולם — לצד ארה"ב, סין, צרפת, דרום קוריאה, בריטניה וקנדה.
- המודל המרכזי של ישראל, Jamba Large 1.7 של AI21 Labs, מפגר אחר החזית הגלובלית (GPT-5 של OpenAI) ב-11.6 חודשים בלבד.
- במדד האימוץ של מיקרוסופט, ישראל מדורגת 15 גלובלית עם שיעור אימוץ AI של 33.9% בקרב מבוגרים — מעל ארצות הברית (26.3%) וסין (15.4%).
- יחסית לתמ"ג, ישראל יושבת מעל קו המגמה הגלובלי לשימוש ב-AI — כלומר הישראלים מאמצים AI בשיעורים גבוהים יותר ממה שההכנסה בלבד חוזה.

ישראל נמנית על המדינות המובילות בעולם בתשתיות, במודלים וביישום. ההייטק הישראלי ממשיך להיות מנוע הצמיחה של הכלכלה, והעבודה שנעשית כאן בבינה מלאכותית ממחישה את התפקיד האסטרטגי הגלובלי שלנו.

— מיכל ברורמן-בלומנשטיק, סגנית נשיא תאגידית במיקרוסופט; מנכ"לית מרכז המו"פ של מיקרוסופט ישראל

2.4 מגזר ה-AI כמרכז הטכנולוגיה הישראלית

ה-AI הישראלי עבר מענף אנכי לליבה של כלכלת הטכנולוגיה כולה:

- 342 סטארט-אפים ישראליים ב-GenAI גייסו יחד מעל 20 מיליארד דולר.
- סייבר ו-GenAI יחד היוו כ-40% מסבבי הגיוס של 2025 ו-70% מכל ההון שגויס.
- 130 סטארט-אפים ישראליים בסייבר קיבלו מימון ב-2025, בסך 4.4 מיליארד דולר.
- לראשונה, קרנות סיכון גלובליות הובילו על פני הקרנות הישראליות בכל שלב של השקעה בסייבר.

2.5 מותגי AI ישראליים מגדירי-קטגוריה

דוגמה לא ממצה של חברות ישראליות במרכז השיח הגלובלי על AI:

- Wiz — אבטחת ענן, נרכשה על ידי גוגל באחד האקזיטים הגדולים של 2025.
- CyberArk — אבטחת זהויות, נרכשה על ידי Palo Alto Networks.
- Cyera — אבטחת מידע מבוססת-AI, גייסה 400 מיליון דולר בינואר 2026 בשווי של 9 מיליארד דולר, עם 20% מחברות ה-Fortune 500 כלקוחות.
- AI21 Labs — מודלי שפה גדולים, חלוצה ב-Deployment של LLM לארגונים מישראל.
- Run:ai — תזמור GPU, נרכשה על ידי Nvidia.
- Lightricks — כלי יצירה מבוססי-AI, מותג צרכני גלובלי שנבנה מירושלים.
- Hailo — מעבדי AI לקצה, מוטמעים ברכב, בתעשייה ובמחשבים אישיים.
- Illumex — תשתית סמנטית יוצרת, נרכשה על ידי Nvidia.
- Deep Instinct — מניעת איומים באמצעות למידה עמוקה.

ישראל לא מאמצת AI. ישראל בונה את ה-AI.



3. בניית מותגים מישראל בעולם AI-first

ישראל תמיד החטיפה מעל משקלה ביצירת מותגים. Wix, Fiverr, Monday.com, Check Point, SolarEdge, ironSource, Mobilye, Waze ו-Viber הם כולם מותגים המוכרים גלובלית שהחלו במדינה קטנה יותר מניו ג'רזי. המחזור של 2025-2026 — Wiz, Cyera, Armis, AI21 ואחרים — ממשיך את הדפוס הזה, אך מואץ.

מה שחדש הוא שצוותי בניית המותגים הישראליים של היום משתמשים ב-AI מהשבוע הראשון של החברה, לא מוסיפים אותו אחרי סבב B. שלושה מנגנונים חדשים בסביבת בניית המותגים בולטים.

3.1 צוותים קטנים יותר מגיעים לסקיייל גלובלי מהר יותר

רצף ה-Go-To-Market המסורתי — טראקשן מקומי, תוכן באנגלית, לקוחות עוגן בארה"ב, עיתונות ואז סקיייל — נדחס כאשר כלי AI מקפלים עומסי עבודה תפקודיים שלמים. תיעוד מוצר, קופי שיווקי, תמיכת לקוחות, תקצירי מחקר ואפילו קוד יכולים להיטיטת ולעבור איטרציה עם מודל, מה שמשחרר צוותים קטנים לבצע במקביל בחזיתות שדרשו בעבר גיוס רציף.

סטארט-אפ הסייבר הישראלי Above Security, בן שמונה חודשים, גייס סבב A של 43 מיליון דולר עם 10 עובדים בלבד ב-2025. Cyera עברה משווי של 3 מיליארד דולר ל-9 מיליארד בפחות משנה. צוותים ישראלים של עשרה אנשים מייצרים כעת את התפוקה שצוותים של חמישים אנשים ייצרו לפני חמש שנים.

3.2 עברית ואנגלית הן כעת צמד טבעי

מודלי השפה הגדולים השתפרו משמעותית בעברית, וצוותים ישראלים פועלים כעת באופן שגרתי בשתי השפות באותו workflow. מפרט מוצר שנכתב באנגלית מסוכם בעברית לשיבת דירקטוריון. מחקר לקוחות שנערך בעברית מתורגם לחומרי GTM באנגלית. עבור מותגים שהיו צריכים בעבר לבחור בין עומק בשוק הישראלי לבין טווח בגלובלי, הבחירה נעשתה פחות בינארית.

3.3 שכבת המידע משתנה מתחת למותגים הישראליים

כאשר פי 4.9 מהחלק הצפוי של השימוש בקלוד לנפש מתרחש בתוך ישראל, ההשלכה היא שקונים, עיתונאים, אנליסטים ומשקיעים ישראלים מקבלים יותר ויותר את הרושם הראשון שלהם מחברה מתשובת AI ולא מאתר או מהודעה לעיתונות. מיקומו של מותג בתוך שכבת המידע — עד כמה במדויק ובבולטות הוא מופיע כאשר המודל נשאל על הקטגוריה שלו — מתחיל להיות חשוב לא פחות מהנכסים המסורתיים יותר שלו.

דבר זה יוצר הזדמנות ומשמעת. ההזדמנות: מותגים ישראלים המשקיעים מוקדם בפרסום תוכן מקור ראשון — מחקר, נתונים, פרשנות מנהלים, תיעוד מוצר — בשתי השפות, מצברים נוכחות גדולה באופן לא פרופורציונלי בפלטי AI. המשמעת: מידע מקוטע, מיושן או לא עקבי על פני נכסים מוגדרים מתקפל על ידי LLMs לסיכומים לא מדויקים או שגויים, המגיעים לקוראים רבים יותר מהמקורות המקוריים עצמם.

מדינה קטנה שבנתה 6,600 סטארט-אפים בונה אותם כעת מהר יותר, עם צוותים קטנים יותר, בשתי שפות, בתוך שכבת מידע שמתגמלת בהירות.

4. האפקט המצטבר

אם השימוש ב-AI של ישראל היה פשוט גבוה, הסיפור היה מעניין. מה שהופך אותו למשמעותי הוא השימוש ב-AI גבוה, המצטבר עם היתרונות המבניים הקיימים של ישראל, מייצר אפקטים מסדר שני שרק מתחילים להופיע בנתונים.

4.1 יותר חברות, מהר יותר

האפקט הנראה ביותר מסדר שני הוא הקצב. כאשר יזם יכול להשתמש ב-AI כדי לנסח מסמכים משפטיים, לעצב לוגו, לבדוק וריאנטים של מסרים, לחקור סביבה רגולטורית ולבנות אב-טיפוס של מוצר באותו שבוע, המחסום להתחלה נמוך יותר. עבור ישראל, מדינה שכבר היה לה המחסום הנמוך ביותר בעולם, הורדתו עוד יותר היא משמעותית.

4.2 קטגוריות עשירות יותר, לא רק יותר חברות

היזמות הישראלית התרכזה היסטורית בתוכנה ארגונית, סייבר ומולטימדיה למחצה. כלי AI — במיוחד מודלים יוצרים — הופכים קטגוריות מוצר צרכניות, יצירתיות ובין-תחומיות לנגישות יותר לצוותים קטנים. Lightricks היא דוגמה אחת לחברה יצירתית-צרכנית שנבנתה מישראל. הגל הבא צפוי לייצר עוד כמוהו, לאורך קטגוריות שקודם דרשו צוותי עיצוב ותוכן גדולים יותר כדי להתחרות גלובלית.

4.3 גלגל התנופה של הכישרונות

מדינה המשתמשת ב-AI יותר לנפש מכל מקום אחר היא גם מדינה שבה הדור הבא של מהנדסים, מנהלי מוצר ואנשי תפעול לומדים לעבוד לצד AI מתחילת הקריירה שלהם. לאורך אופק של חמש עד עשר שנים, זה מייצר כוח עבודה עם בסיס יכולת שונה מבני זמנם הגלובליים.

4.4 Inbound ו-Outbound, יחד

חברות ישראליות תמיד היו מכוונות-Outbound — בנויות לשרת את ארה"ב, אירופה ואסיה מתל אביב. הגרסה ה-AI native של תנוחה זו היא סימטרית יותר. צוותים ישראליים בונים כעת מוצרים המתגלים על ידי לקוחות גלובליים בתוך תשובות AI, נתמכים עבור משתמשים גלובליים דרך ממשקי לקוחות AI-native, ומתועדים עבור שווקים גלובליים כמעט בזמן אמת.

ישראל נמצאת בחזית אימוץ ה-AI לצד מעצמות כמו ארצות הברית וסין, וזה יתרון

עצום.

— אלון חיימוביץ', מנכ"ל מיקרוסופט ישראל

5. מה זה אומר ליזמים ואנשי תפעול ישראלים

חמש מסקנות מעשיות לכל מי שבונה חברה בישראל או מישראל בסביבה הזו:

1. התייחסו ל-AI כתשתית, לא ככלי. אנשי התפעול הישראלים שמפיקים הכי הרבה מ-AI אינם אלה המשתמשים בו כדי לכתוב אימיילים מהר יותר — הם אלה הבונים AI לתוך ליבת ה-Workflow של מוצר, מכירות, תפעול ומחקר. אם AI הוא תוסף פרודוקטיביות בצוות שלכם, אתם מאחורי החציון הישראלי. אם הוא תשתית, אתם בחציון. השאלה היא איך לנוע קדימה ממנו.
2. פרסמו תוכן מקור ראשון. בעולם שבו LLMs מסנתזים תשובות על החברה, הקטגוריה והמוצר שלכם, המותגים המפרסמים את התוכן המקורי האמין ביותר — מחקר, פרשנות מנהלים, נתונים מתועדים, עדות לקוחות — מופיעים בבולטות הגדולה ביותר בתוך התשובות הללו. חברות ישראליות משקיעות היסטורית פחות בתשתית נרטיבית ביחס לאיכות המוצרים שלהן. הפער הזה כעת יקר.
3. פעלו בעברית ובאנגלית כצמד טבעי. יזמים ישראלים שמתייחסים לעברית כמחשבה לאחר מעשה מפספסים חלק משמעותי מהשטח הביתי שלהם. יזמים ישראלים שמתייחסים לאנגלית כערוץ היחיד מפספסים את האינטימיות שמניעה את יחסי הקונים הישראליים. המותגים הישראלים החזקים ביותר פועלים כעת בשתי השפות מהיום הראשון.
4. דחסו את גודל הצוות בכוונה. היתרון הישראלי תמיד היה לעשות יותר עם פחות. AI מחדד את היתרון הזה. יזמים צריכים לחשוב במפורש על אילו תפקידים הם היו מגייסים ב-2022 שהם כבר לא צריכים לגייס, ולהפנות את החיסכון לקטגוריות שבהן שיקול דעת אנושי עדיין דומיננטי: גיוסים אסטרטגיים, שותפויות אסטרטגיות, וזמן של המייסד בשטח.
5. מדדו מה LLMs אומרים עליכם. רוב החברות הישראליות מעולם לא הריצו שיטתית את המותג שלהן דרך מודלי ה-AI הגדולים כדי לראות מה חוזר. הביקורת הזו היא כעת בדיקת היגינה בסיסית. היא חושפת מה השוק הרחב יותר — שיותר ויותר מקבל את הרושם הראשון של החברה שלכם מתשובת AI — באמת קורא.

ישראל בונה יותר סטארט-אפים לנפש מכל מדינה בעולם. היא גם משתמשת ב-AI בעוצמה גבוהה יותר מכל מדינה בעולם. עבור יזמים ישראלים, ההזדמנות אינה להדביק את גל ה-AI. היא להכיר בכך שהגל כבר מתחתם, ולבנות בהתאם.

— הון טורוסיאן, מייסד ויו"ר 5WPR

הכותרת של מחקר זה היא שישראל היא המדינה הכי עצימה ב-AI בעולם. הנקודה העמוקה יותר היא שהיא המדינה הכי עצימה ב-AI בעולם כי היא אומת הסטארט-אפ, ואומת הסטארט-אפ מצטברת כעת על עצמה. יותר חברות, שנבנות מהר יותר, על ידי צוותים קטנים יותר, שמגיעות לסקייל גלובלי בפחות זמן, במדינה שכבר מייצרת יותר מהן לנפש מכל מקום אחר.

עבור הדור הבא של יזמים, אנשי תפעול ומשקיעים ישראלים, ההזדמנות אינה להדביק את גל ה-AI. היא להכיר בכך שהגל כבר מתחתם, ולבנות בהתאם.

מתודולוגיה, מקורות ועל אודות המחברים

מתודולוגיה

מחקר זה מסנתז נתונים זמינים לציבור מה-Anthropic Economic Index, סקר כוח העבודה של רשות החדשנות הישראלית ומכון ברוקדייל (נובמבר 2025), דוח ה-AI Diffusion של מיקרוסופט לשנת 2025, ודיווחים ציבוריים וכיסוי עיתונאי של סטארט-אפים וגיוסים ישראליים. המתודולוגיה של מדד השימוש ב-AI של אנתרופיק מתועדת על ידי אנתרופיק ומשווה את חלקה של כל מדינה בשיחות קלוד לחלקה באוכלוסייה בגיל העבודה העולמית.

לוח הדירוג של המדינות ב-AUI המוצג במחקר זה משתמש בדגימה הציבורית העדכנית ביותר — 13 עד 20 בנובמבר 2025, המכסה 116 מדינות, שפורסמה על ידי אנתרופיק בינואר 2026. עדכון ה-Economic Index של אנתרופיק מ-24 במרץ 2026 (המבוסס על נתוני פברואר 2026) עקב אחר התפתחות השימוש בקלוד משימה אחר משימה אך לא פרסם לוח דירוג מדינות מעודכן; נתונים על גיוון המשימות, שיעורי האוגמנטציה וכיסוי התעסוקות לקוחים מהדוח המאוחר הזה.

אומדנים של חלקה המוחלט של ישראל בשיחות קלוד הגלובליות נגזרים מציון ה-AUI שפורסם על ידי אנתרופיק (4.9x) כפול חלקה של ישראל באוכלוסייה הגלובלית בגיל העבודה (כ-0.11%), מה שמניב אומדן של כ-0.5%. נתון זה הוא חישוב, לא מספר שפורסם על ידי אנתרופיק.

זהו מחקר תצפיתי, לא דוח מוזמן או מבוקר.

מקורות ראשוניים

- Anthropic Economic Index — דוח אימוץ גיאוגרפי וארגוני, ספטמבר 2025.
- Anthropic Economic Index — דוח פרימיטיבים כלכליים, ינואר 2026.
- Anthropic Economic Index — דוח עקומות למידה, 24 במרץ 2026.
- רשות החדשנות הישראלית ומכון מאירס-ג'וינט-ברוקדייל, סקר אימוץ AI בהייטק הישראלי, נובמבר 2025.
- Microsoft AI Economy Institute, דוח AI Diffusion 2025 (פורסם בתחילת 2026).
- Microsoft ו-LinkedIn, Work Trend Index Annual Report, מאי 2025.
- Visual Capitalist, "Mapped: Which Countries Use Claude AI the Most", 2026.
- Ctech/כלכליסט, "סטארט-אפים ישראליים גייסו 15.6 מיליארד דולר ב-2025", דצמבר 2025, ורשימות מלאות של סבבי גיוס בהייטק הישראלי 2025 ו-2026.
- YL Ventures, דוח State of the Cyber Nation השנתי העשירי, דצמבר 2025.
- Startup Nation Central, נתוני סיכום שנתי 2025.
- כיסוי של Ynet, JNS, Times of Israel ו-Ctech על חברות AI וסייבר ישראליות ספציפיות, 2025-2026.

על אודות 5WPR

5W Public Relations (5WPR) היא אחת מחברות יחסי הציבור העצמאיות הגדולות בארצות הברית, עם יותר מ-275 עובדים ומטה בניו יורק. החברה משרתת לקוחות בתחומי הצריכה, B2B, טכנולוגיה, בריאות, עניינים ציבוריים ותקשורת משבר, ומאז 2025 מפעילה שירות מורחב בשוק הישראלי. נוסדה בשנת 2003 על ידי רון טורוסיאן.

על אודות Louder

Louder היא סטודיו יצירתי ולתוכן הפועל בצומת שבין סיפור אסטרטגי לבין השפעה חברתית. חלק מקבוצת The Phygital Jewish, הסטודיו מתמחה בפיתוח קמפיינים בעלי השפעה גבוהה ותוכן דיגיטלי עבור עסקים בבעלות יהודית, ארגונים בינלאומיים וגופים ממשלתיים. באמצעות שימוש בכלים יצירתיים מתקדמים, Louder מסייעת לארגונים לנווט בנופים חברתיים מורכבים ולהגביר את המסר שלהם לקהלים גלובליים, ומבטיחה שהמשימה שלהם תניע שינוי אמיתי בעולם. נוסדה על ידי דולב רפאל דר"י. לעקוב: [.instagram.com/louder.creators](https://www.instagram.com/louder.creators)