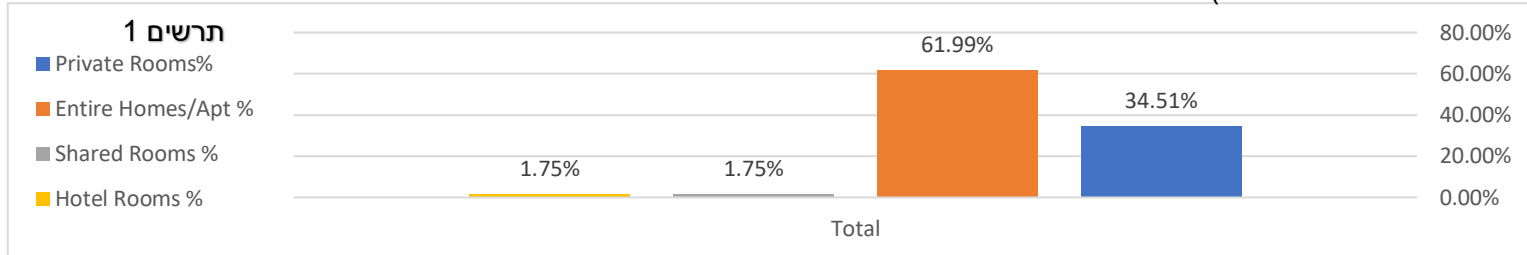


ניתוח אחוזי תפוסה לפי שכונה וסוגי נכסים

ראשית, נעסוק בסוגי הנכסים הזמינים באזור מלבורן רבתי. כמו בכל עיר נכסי ה-Airbnb מתחלקים ל-4 סוגים:

- חדרים פרטיים (Private Rooms)
- דירות שלמות/בתים (Entire Homes/Apt)
- חדרי מלון (Hotel Rooms)
- חדרים משותפים (Shared Rooms)

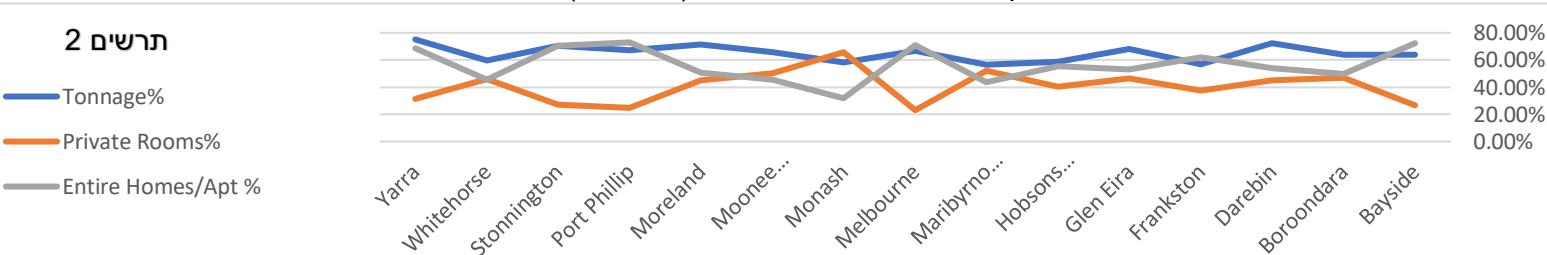
ניתוח מהיר הראה לנו שחדרים משותפים וחדרי מלון מהווים חלק רק 3.5% מהנכסים בעיר (ראו תרשים 1)



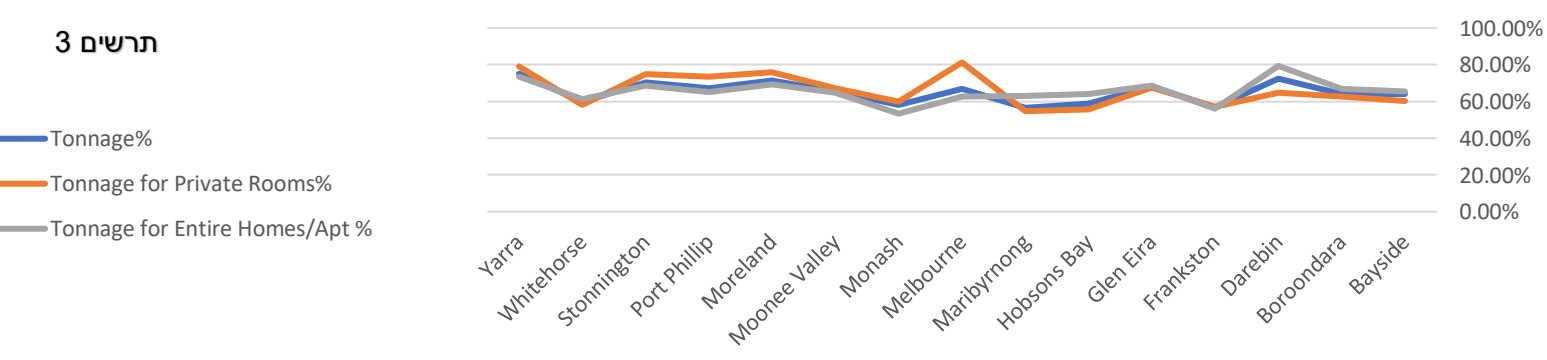
לכן החלטנו להתמקד בשני הסקטורים הגדולים שמכילים את מרבית הנכסים בעיר – חדרים פרטיים ודירות שלמות ולהבין מה התרומה שלהם לחברה בהתאם לשכונות השונות. את השכונות בעיר ל-2. השכונות שאחוז התפוסה השנתי שלהם גבוה מאחוז התפוסה החציוני (56.51%) ואלו שהתפוסה שלהם נמוכה (להלן: "חציון עליון" ו"חציון תחתון"). לאחר מכן, עברנו לבדוק את משקלם של שני סוגי הנכסים הנ"ל בשכונות החציון העליון והתחתון.

חציון עליון:

- כאשר בוחנים את סך הנכסים בשכונות החציון העליון ניתן לראות קוראלציה חלקית בין אחוז הדירות שלמות לבין אחוז התפוסה בשכונות אלו (תרשים 2).



- אבל כאשר בוחנים את אחוז התפוסה של סוגי הנכסים אלו בחציון העליון, ניתן לראות קוראלציה כמעט מלאה בין אחוז התפוסה של נכסים מסוג דירות לבין אחוז התפוסה בשכונה (ראו תרשים 3). כלומר המספר הגבוה של נכסים מסוג זה בשילוב אחוז הביקוש אליהם. הוא אחד ממנועי הצמיחה של Airbnb בשכונות אלו.

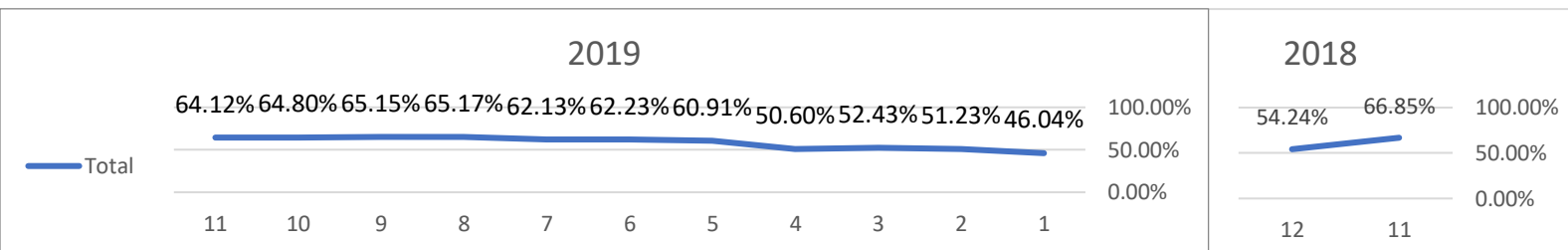


אחד הצעדים שהיינו ממליצים לחברה לנקוט, הוא קידום מודעות ותמרוץ של משקיעים בעלי נכסי דירות באזור החציון העליון על פני נכסים חדרי פרטיים. צעד זה עשוי לגרור משקיעים להשקיע יותר בנכסי דירות, אשר להם ביקוש גבוה יותר ומחיר ממוצע גבוה יותר (192 לדירה לעומת 82 לחדר פרטי) ובכך להגדלת הרווחים של החברה משכונות אלו בטווח הארוך.

ניתוח הגדילה של החברה במלבורן

כדי להבין את מצב חברת Airbnb במלבורן נשתמש במדד מימוש פוטנציאל. חישוב המדד נעשה ע"י חישוב הרווח שעשה כל נכס (מספר הימים בהם הנכס היה תפוס X המחיר הממוצע לילה בנכס) את הנתון הזה חילקנו במלוא הפוטנציאל של כל נכס (מספר הימים בשנה X המחיר הממוצע לילה). הסיבה שלא השתמשנו במדד ברווחיות פשוט, הוא כדי להימנע ממצב בו נייעץ לחברה לנסות להגדיל את פעילותה בעיר, אך היא במצב של מיצוי פוטנציאל והמהלך יגרום להפסדים.

הניתוח חשף את הנתונים הבאים:



מהנתונים ניתן לראות שהחברה מבוססת בעיר היטב בעיר והיא נמצאת בעליה מתונה של כמה אחוזים בודדים בשנה בניקוי העונתיות. היות והנתונים משלמים קר שנה קלנדרית אחת, קשה להעריך את הגדילה השנתית.

כדי לעשות זאת, אנו ממליצים לחברה לתת תמריצים לבעלי נכסים ולקדם בעלי נכסים אשר יגדילו את זמינות הנכס שלהם. כלומר, כל בעל נכס יכול לקבוע מועדי זמן בהם הנכס אינו יהיה פנוי להשכרה. דבר זה מוריד את הרווחיות של אותו הנכס ואותו הנכס לא ממש את מירב הפוטנציאל שלו.

ניתן לראות שנכסים בהם רמת מימוש הפוטנציאל נטים לתת מספר גבוה של מינימום לילות להזמנה ראו טבלאות:

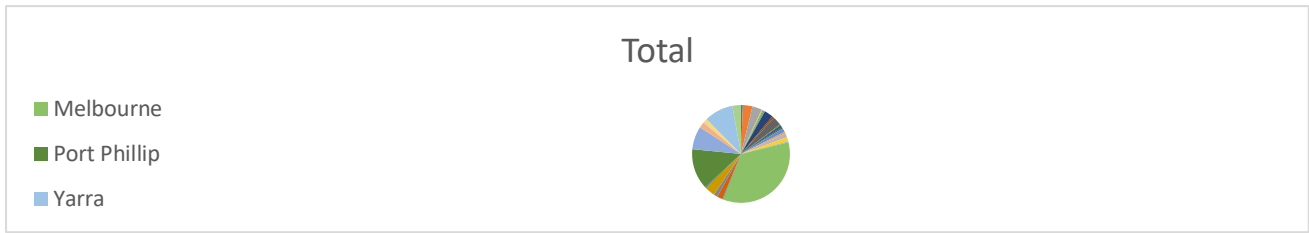
Neighborhood	Potential Fulfillment%	Average of minimum_nights
Darebin	75.03%	4.901823282
Glen Eira	69.08%	5.968468468
Yarra	69.06%	4.282163743
Moreland	65.40%	5.310634328
Moonee Valley	64.81%	6.258666667
Bayside	64.49%	4.493638677
Melbourne	59.97%	4.358421583
Port Phillip	58.56%	4.524065971
Hobsons Bay	54.78%	4.164
Whitehorse	54.40%	4.693333333
Maribymong	54.23%	4.4390681
Monash	52.80%	4.69241573
Frankston	49.99%	2.483870968
Grand Total	61.30%	4.557477769

Neighborhoods	Potential Fulfillment%	Average of minimum_nights
Kingston	54.91%	4.25210084
Manningham	52.35%	5.347457627
Banyule	50.22%	6.973977695
Knox	48.58%	7.5
Wyndham	48.34%	2.342342342
Maroondah	48.19%	3.927927928
Brimbank	47.29%	2.38961039
Hume	46.13%	2.084577114
Whittlesea	44.94%	4.485714286
Greater Dandenong	39.68%	2.741176471
Cardinia	38.23%	1.680851064
Melton	33.91%	17.14285714
Yarra Ranges	29.55%	1.715662651
Grand Total	40.94%	3.835506241

מהלך שכזה עשוי לגרום ל"חורים" רבים בתפסות הנכסים. לכן, על חברת Airbnb לשקול אסטרטגייה של קידום מודעות של נכסים אשר נותנים כמות לילות מינימלית להזמנה, קטנה או לחילופין לתגמל בעלי נכסים בסוף תקופה אחוז נמוך של לילות בהם הנכס ריק. אנו מאמינים ששני הצעדים עשויים להוביל לאותה תוצאה.

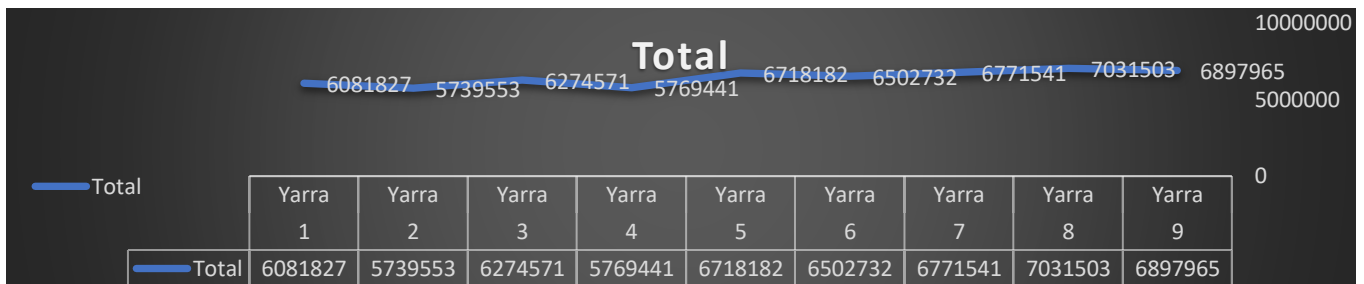
ניתוח מחוללי רווח שכונתיים

כעת ננסה לצלול לתוך אחת השכונות ולהגדיל את הרווח שהיא מפיקה לחברה. שלושת השכונות הכי רווחיות בעיר הן כדלקמן:



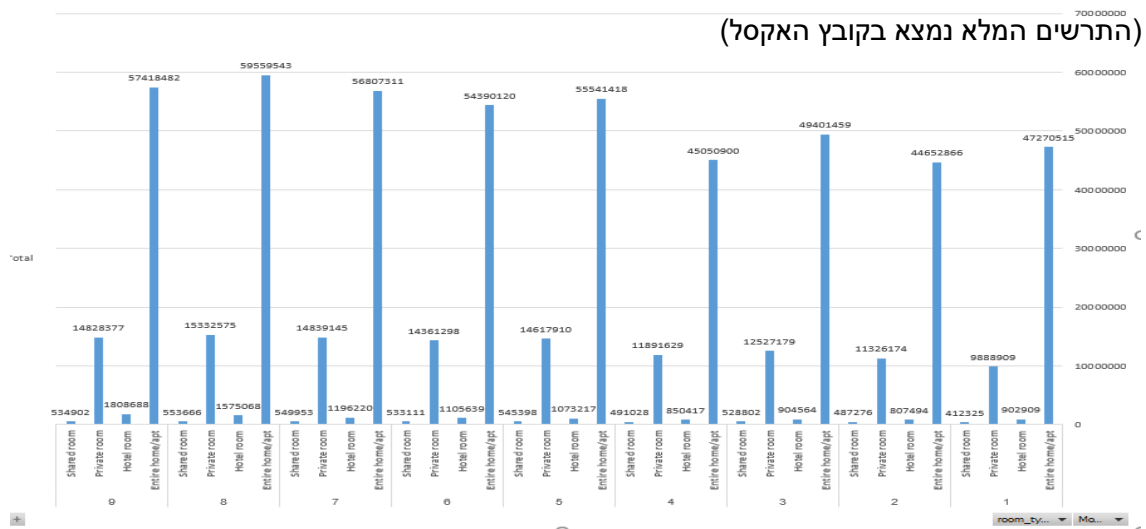
היות ושכונת מלבורן היא הגדולה והמרכזית ביותר, החלטנו לנסות ולנתח שכונה קטנה יותר: Yarra.

להלן הרווח של השכונה מנכסי Airbnb לאורך השנה:

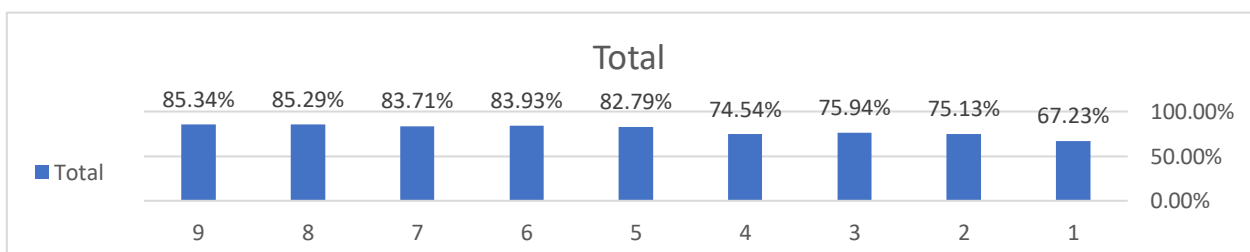


בהנחה שהנתונים מייצגים תזוזות עונתיות החוזרות בכל שנה (יש לנו נתונים רק משנה וקצת), ניתן לראות שהחודשים "קשים" בשכונה הם פברואר ואפריל בהן חלות ירידות מורגשות ברווחיות ובאופן כללי. הרבעונים הראשון והשני חלשים יותר מחצי השנה השנייה.

לכן, נעמיק במחוללי הרווח של השכונה בחודשים הללו:

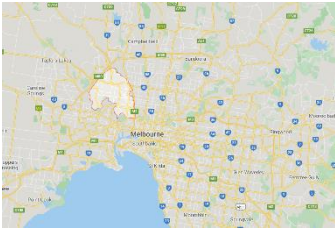


ניתן לראות שדירות (מחולל הרווח העיקרי בעיר) נמצא בירידה ברווחיות בחודשים אלו. ומנגד החדרים הפרטיים, נמצאים בעלייה ברווח. כלומר, יכול להיות שיש ביקוש גדול יותר לחדרים פרטיים בתקופה זו. נבדוק את אחוזי התפוסה של החדרים הפרטיים בחודשים אלו ומיד נראה שהם בעליה ולכן נמליץ לתמרץ ולקדם בחודשים אלו את נכסי החדרים הפרטיים בשכונת Yarra. נמליץ לחברת Airbnb לבצע בדיקה דומה לשכונות הנוספות בעיר.



ניתוח נכסים רווחיים ללא יתרון בלתי תלוי

בחלק האחרון החלטנו לנסות ולהבין מה חברת Airbnb יכולה לעשות כדי להגדיל את הנכסים שאין להם יתרון בלתי תלוי (קרבה לים/לרחוב מרכזי). לכן החלטנו לעשות בשכונת Moonee Valley שאמנם היא שכונה רווחית אך אינה בין השכונות הכי מבוקשות בעיר.

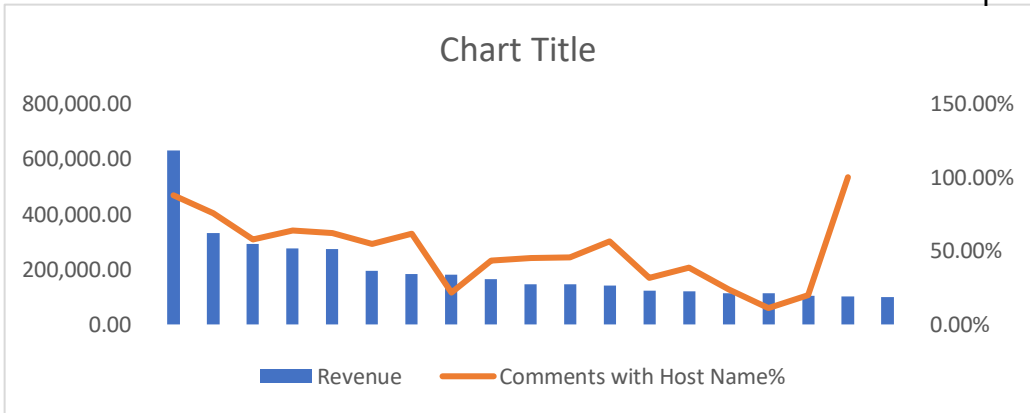


כדי להבין יזה מכנה משותף יש לנכסים הרווחיים ביותר החלטנו לדגום את 20 הנכסים הרווחיים ביותר בשכונה:

Row Labels	Revenue
George	629,200.00
Gabrielle	329,960.00
Elizabeth	292,000.00
Amanda	275,000.00
Jordan & Lauren	273,750.00
Andrew	193,474.00
Robyn	183,563.00
Mariam	179,306.00
Elisa	164,250.00
Finn	146,000.00
Karen	145,270.00
Alison	140,131.00
Viola	121,820.00
Sandra	121,054.00
Wendy	113,731.00
Roger	113,511.00
Ann Marie	104,250.00
Colby	100,375.00
Raymond	100,200.00

לאחר מכן החלטנו לבדוק את התגובות שיש על כל דירה, שכן ידוע שתגובות רבות על מודעה קשורה ישירות אטרקטיביות הנכס. וראינו שבהרבה מהן מצויין המארח בשמו והביקורת עוסקת יותר בו מאשר בנכס. לכן החלטנו לסמן את התגובות בהן מופיע שם המארח בגוף התגובה וע"י מדד שמראה את אחוז התגובות שבהן מצויין המארח, ראינו שיש קוראליזיה בין אחוז התגובות לאחוז הרווח. כדי לבדוק שהנתונים לא מטעים אותנו, גם ספרנו את מספר התגובות הכללי. שכן תגובה 1 עם שם המארח מתוך תגובה אחת לנכס תיתן 100% וזה נתון שעלול להטעות (כמו הנתון של המארח ה-20)

להלן הנתונים:



בעקבות הממצאים, אנו ממליצים לחברה לשקול קידום מודעות בהן מצויין שמו של המארח. נראה כי בעיני הקהל במלבורן (שווה לבדוק בערים נוספות) ישנה חשיבות למי המארח וחלק שלו בשהות חשובעד כדי שיקול לבחירת הדירה/חדר לחופשה. רעיון נוסף יכול להיות שדה מותאם מראש שאמור לתת ביקורת על המארח בלבד.

