



Airbnb and the Global Pandemic

Tbilisi, Georgia

MAY 2020

A Cushman & Wakefield Georgia Publication

Hospitality Giant Under Pressure

Airbnb is a highly popular short-term rental platform, operating globally since 2008. Its wide success is based primarily on its reliance upon the “experience economy”, offering immersion in the local culture, personalization and affordability. Over the years Airbnb has come to unify a certain community of like-minded, up and coming generations of travelers. However, 2020 has plunged the company into a crisis the like of which it has never experienced before.

As all other hospitality platforms and facilities, Airbnb has been ravaged by COVID-19. Starting in February, hosts globally reported an increasing volume of booking cancellation. The company’s first response was to institute an Extenuating Circumstances Policy, which allowed guests to cancel reservations and receive full refund as long as these reservations had been made on or before March 14th with a check in date between March 14th and June 30th (this latter date has been revised and pushed forward at least four times). This infuriated hosts, some of whom earn a living through small hospitality businesses they operate through Airbnb. The backlash led to the company establishing a \$250 million fund which will cover 25% of the cancellation payments the hosts were due to receive.

Apart from this policy, the company has also announced the Enhanced Cleaning Initiative. Hosts will have the option to follow special cleaning protocols created in collaboration with medical health professionals, leaders in the medical hygiene industry and the CDC*. If they do, they will get a shout-out on their property pages; if they do not follow through with the protocols, the guest reviews will act as a system of checks and balances.

Whether this will be enough to win back trust of the Airbnb guests is the most important question. Because the post-COVID world is and will be a world of shaken trust and confidence. Hotels have an edge over Airbnb here, not only because they have exhibited greater leniency in terms of cancellation and refund policies, but also because they will implement cleaning and sanitation standards and will market them to regain client confidence. Marriott has already made announcements regarding electrostatic spraying technology to spread disinfectants and Hilton plans to “seal” rooms to indicate that nobody has entered the room since it was last disinfected. Airbnb – and the Airbnb guests – will rely on hosts to take on both the disinfecting cost and the responsibility.

With these issues still unresolved, Airbnb is looking for ways to reimagine its business model. Demand on longer-stay options has been increasing and many locations reported shift from primarily international to predominantly local demand. Hosts are thus instructed to also reposition their properties as ideal “staycation” or work-from-home options. Under the global pandemic, affordable temporary accommodation is in demand and this is the niche Airbnb is aiming to capture.

*U.S. Center for Diseases Control and Prevention

Airbnb გამოწვევების წინაშე

მსოფლიოში ყველაზე პოპულარული პლატფორმა „Airbnb“ 2008 წლიდან გლობალური მასშტაბით ოპერირებს და მოკლე ვადით საცხოვრებელი ფართის ქირაობის შესაძლებლობას გაძლევთ. მის წარმატებას დიდწილად ხელმისაწვდომი ფასები და ადგილობრივ კულტურასთან მერწყმის შესაძლებლობა განაპირობებს. წლების მანძილზე „Airbnb“ სხვადასხვა თაობის თანამოაზრეებსა და მოგზაურებს აერთიანებდა. თუმცა, მიმდინარე წლის კრიზისმა კომპანია არნახული გამოწვევების წინაშე დააყენა.

სასტუმრო სექტორის ყველა სხვა პლატფორმისა და კომპონენტის მსგავსად, „Airbnb“-მ COVID-19-ით გამოწვეული უდიდესი ზარალი განიცადა. თებერვლიდან მოყოლებული, მსოფლიოს მასშტაბით, გაუქმებული ჯავშნების რაოდენობა სულ უფრო დაუფრო გაიზარდა. შექმნილ ვითარებაში კომპანიის თავდაპირველი რეაგირება გარემოების შემამსუბუქებელი ზომების დაწესება იყო, რაც მომხმარებლებს ჯავშნების გაუქმების და თანხის სრულად ანაზღაურების საშუალებას აძლევდა, იმ შემთხვევაში, თუ აღნიშნული ჯავშნები 14 მარტს ან მანამდე გაკეთდა და ვიზიტის პერიოდი 14 მარტიდან 30 ივნისამდე შუალედში იყო მოქცეული. აღნიშნულმა ქმედებამ ბინის მეპატრონეების უკმაყოფილება გამოიწვია, განსაკუთრებით კი მათი, ვინც ძირითად შემოსავალს „Airbnb“-ზე დაფუძნებული მცირე ბიზნესიდან იღებდა. საბოლოოდ, კომპანიას მოუწია 250 მილიონი დოლარის გამოყოფა გაუქმებული ჯავშნების ღირებულების 25%-ის დასაფარად, რამაც ბინის მეპატრონეების რთული მდგომარეობა შეამსუბუქა.

გარდა ამისა, კომპანია გამოვიდა ინიციატივით და მსოფლიო მედიცინისა და დაავადებათა კონტროლის წამყვან დაწესებულებებთან ერთად შეიმუშავა დასუფთავების პროტოკოლი. თუ კი პლატფორმაზე ქონების განმთავსებლები დაიცავენ პროტოკოლით გათვალისწინებულ რეგულაციებს, თავიანთ გვერდებზე პოზიტიურ გამოხმაურებას მიიღებენ. თუ კი ამ ინიციატივას არ გაიზიარებენ, სტუმრების დადებითი შეფასებები აღარ გამოიკვეთება, მიმოხილვის ერთმანეთში ადრევე მოხდება.

საინტერესოა, პოსტ-პანდემიის პერიოდში, კრიზისის ფონზე, საკმარისი იქნება თუ არა აღნიშნული ზომები „Airbnb“-ის მომხმარებელთა ნდობის აღსადგენად. სასტუმრო სექტორი, „Airbnb“-სთან შედარებით, ხელსაყრელ პოზიციაშია, არა მხოლოდ ჯავშნების გაუქმების და თანხის ანაზღაურების კუთხით, არამედ ჰიგიენური ნორმების დაცვის კუთხითაც, რაც მათი კლიენტების ნდობის აღდგენას გაამარტივებს. „მარიოტმა“ უკვე დააანონსა ელექტროსტატიკური ჰაერის გამწმენდი საშუალების დამონტაჟება, „ჰილტონი“ კი გეგმავს სასტუმროს ნომრების „დალუქვას“ სადეზინფექციო პროცედურების შემდეგ, ახალი სტუმრის მიღებამდე. „Airbnb“ და მისი მომხმარებლები კი ბინის მეპატრონეების იმედად რჩებიან, რომელთაც სადეზინფექციო სამუშაოები საკუთარი სახსრებით უნდა ჩაატარონ.

ვინაიდან, აღნიშნული საკითხები ჯერ კიდევ მოუგვარებელია, „Airbnb“ ახლებური ბიზნეს მოდელის ძიებაშია. იზრდება მოთხოვნა გრძელვადიან ვიზიტებზე, გარდა ამისა, აქტუალური ხდება შიდა ტურიზმი, რამაც დროებით ჩაანაცვლა საერთაშორისო ტურიზმი. ბინის მეპატრონეები ფოკუსირდნენ ადგილობრივ ვიზიტორებზე და ცდილობენ წარმოაჩინონ თავიანთი სახლები იდეალურ სივრცედ, როგორც დასვენების, ისე სახლიდან მუშაობის კუთხით. გლობალური პანდემიის პირობებში, მოთხოვნა გაიზარდა დროებით საცხოვრებლებზე და ეს სწორედ ის ნიშაა, რომლის დაკავებასაც „Airbnb“ მიზნად ისახავს.



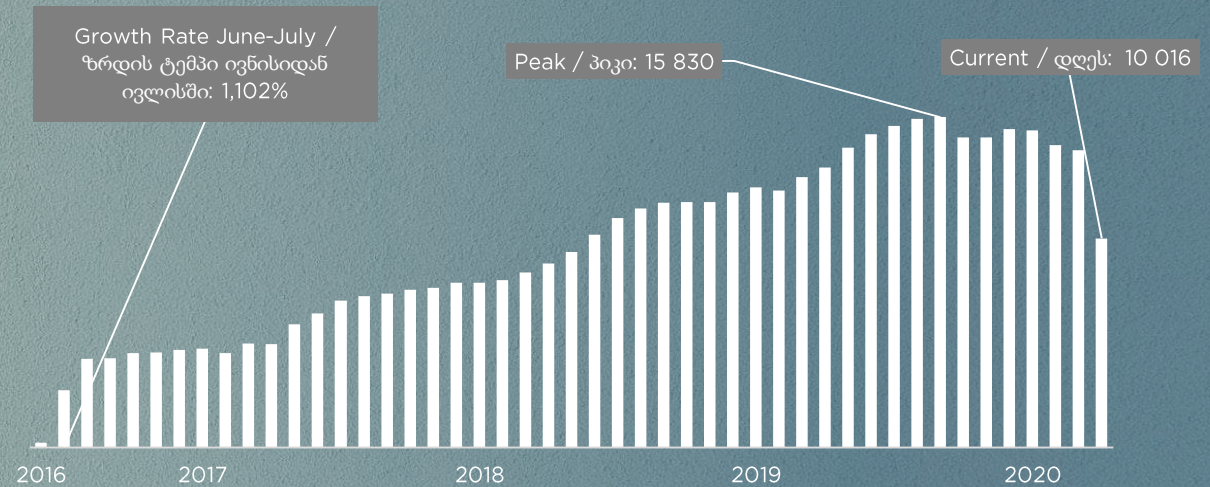
AIRBNB IN TBILISI

The Unprecedented Supply Growth

Airbnb made a landfall in Tbilisi in 2016; since then, supply of active rentals has grown by 6,924%. The first breakthrough happened in the third quarter of 2016, when between June and July, the number of listed properties shot up from 229 to 2,753, registering a 1,102% growth. Month-on-month growth between August and July was also significant at 54% if not quite as impressive. Since then, average monthly growth rate of active listings has stabilized at 3%.

As of the end of 2019, Tbilisi was home to 15,260 Airbnb rental units. The number had peaked at 15,830 in September of that year but has since then dropped to 10,016 (April 2020) due to the reduced international demand and also very likely due to the quarantine needs of the property owners. Distribution between the three property types offered the following: Entire Homes (EH) account for 82% of the entire supply and Private Rooms (PR) account for 17% of it; the rest are Shared Room (SR) options. Additionally, nearly half of all EH options are one-bedroom apartments. Two-bedroom apartments follow closely at 30.6% and the rest vary between studio and three- to six-bedroom options.

Active Listings - Monthly Growth
აქტიური განცხადებები - ყოველთვიური ზრდა



Source: AirDNA, Cushman & Wakefield Georgia

AIRBNB თბილისში

მიწოდების უპრეცედენტო ზრდა

„Airbnb“ ქართულ ბაზარზე 2016 წელს შემოვიდა. მას შემდეგ გასაქირავებელი ფართების რაოდენობა 6,924%-ით გაიზარდა. პირველად, აღნიშნული მონაცემების სწრაფი ზრდა, 2016 წლის მესამე კვარტალში დაფიქსირდა, როცა ივნისსა და ივლისში გასაქირავებელი ბინების რაოდენობა 229-დან 2753-მდე გაიზარდა და 1,102%-იანი მატება განაპირობა. მომდევნო თვეებში, კერძოდ, ივლისსა და აგვისტოში გასაქირავებელი ბინების 54%-იანი ზრდა დაფიქსირდა. მას შემდეგ, აღნიშნული მონაცემის საშუალო თვიური მატება 3%-ს შეადგენს.

2019 წლის ბოლოსთვის, თბილისში, „Airbnb“-სთან 15,260 ბინის მეკატრონე თანამშრომლობდა. იმავე წლის სექტემბერში პლატფორმაზე აქტიური განცხადებების რაოდენობა რეკორდულ ნიშნულზე ავიდა და 15, 830 ბინა შეადგინა, თუმცა 2020 წლის აპრილში აღნიშნულმა მაჩვენებელმა 10 016-მდე დაიკლო, რაც საერთაშორისო მოთხოვნის შემცირებამ და დიდი ალბათობით საყოველთაო სავალდებულო კარანტინმა გამოიწვია. ქართულ ბაზარზე არსებული საკუთრების ტიპები სამ კატეგორიად იყოფა: დამოუკიდებელი სასლი/ბინა - 82%, ინდივიდუალური ოთახი-17%, დანარჩენი კი - საზიარო ოთახები. გარდა ამისა, ბინების დაახლოებით ნახევარი ერთ საძინებლიანი ბინებია. ორ საძინებლიანი ბინების რაოდენობა 30.6%-ია. დარჩენილ კატეგორიაში კი შედის, როგორც სტუდიოს ტიპის ბინები, ისე 3-დან 6 საძინებლიანი ბინები.

Guest Profile and Preferences

Primary demand on Airbnb in Tbilisi comes from leisure oriented, international visitors. In high season – between May and September – as many as 12,000-12,500 guests are hosted per month. Top guest city is Moscow, closely followed by St. Petersburg. On the domestic market, which is still quite underdeveloped, top guest city for Tbilisi is Tbilisi, followed by Batumi. An overall ranking for the properties on the market is quite high at 4.72 out of 5 points; 89% of listings are rated 4.5 or higher.

Guests tend to lean more towards Entire Homes than towards the other two options on the platform. One reason for this is high affordability of Airbnb in Tbilisi – at low season, one could rent an entire apartment for an average of \$31. Due to high supply, hosts have to compete on quality and service offerings to capture the lagging demand. Hence, the overall high quality – and high client satisfaction – on the market.

The primary complaint against Airbnb is that in some international cases, neighborhoods become densely populated with active listings, which undercuts the existence of the very local community that Airbnb’s value propositions seems to uphold. This “evolving door of strangers” has been heavily criticized and in some metropolises has become a foundation for Airbnb regulation. Tbilisi does not yet seem to suffer from the same effect. Regardless of the high number of listings, Airbnb neighborhood communities seem to be content with the changes brought on by this new hospitality trend.

სტუმრების პროფილი და უპირატესობები

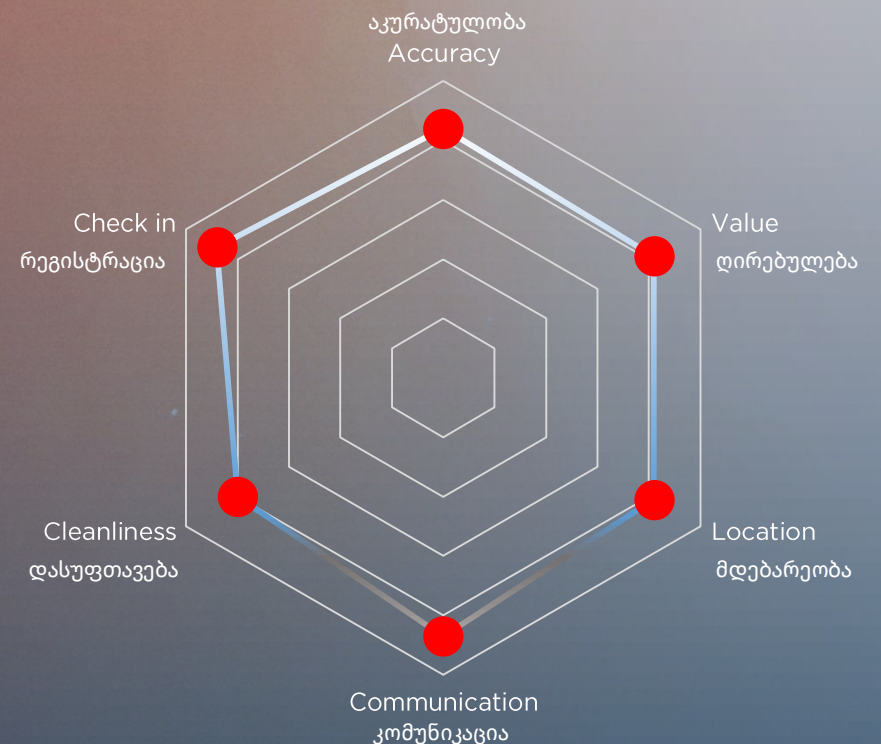
თბილისში, „Airbnb“-ის მომხმარებელთა უმრავლესობა დასვენებაზე ორიენტირებული საერთაშორისო ტურისტები არიან. ტურისტული სეზონი მაისიდან სექტემბრამდე გრძელდება და ამ პერიოდში საქართველოს ყოველთვიურად 12000-დან 12500-მდე ვიზიტორი სტუმრობს. ტურისტების ძირითადი ნაწილი მოსკოვიდან და სანკტ-პეტერბურგიდანაა. რაც შეეხება შიდა ტურიზმს, რომელიც ჯერ კიდევ საკმაოდ განუვითარებელია, ტურისტების უმეტესობა თბილისელია, მეორე ადგილს კი ბათუმელი ვიზიტორები იკავებენ. ქართული „Airbnb“-ის საერთო რეიტინგი საკმაოდ მაღალია და 5 დან 4.72 ქულა აქვს მიანიჭებული; ბინების 89%-ს 4.5 ქულიანი, ან უფრო მაღალი შეფასება აქვს.

ტურისტები ძირითადად დამოუკიდებელ (მთლიან) ბინებს ქირაობენ, შედარებით ნაკლები სტუმარი ჩერდება დანარჩენი ორი კატეგორიის ბინებში. ამის ერთ-ერთი მიზეზი თბილისში „Airbnb“-ის ხელმისაწვდომობაა. არასეზონურ პერიოდში მთლიანი აპარტამენტის საშუალო დღიური ფასი \$31-ია. მიწოდებასა და მოთხოვნას შორის არსებული სხვაობის გამო, ბინის მეპატრონეებს ხარისხისა და სერვისის ოპტიმიზაცია უწევთ, რათა შეინარჩუნონ კონკურენტუნარიანობა ბაზარზე და უზრუნველყონ საყოველთაო მაღალი ხარისხი და კლიენტების კმაყოფილება.

საერთაშორისო მაგალითზე, „Airbnb“ მიმართ პრეტენზია ძირითადად განპირობებულია ერთი და იმავე ადგილას აქტიური განცხადებების სიჭარბით, რაც იმ კონკრეტულ სამეზობლოში არაკონკურენტუნარიანი საბაზრო ფასების დაწევის წინაპირობაა. „უცხო ხალხით სავსე სახლები“ მკაცრი კრიტიკის ობიექტი გახდა ზოგიერთ მეტროპოლისში და საფუძვლად დაედო „Airbnb“-ის წინააღმდეგ რეგულაციების დაწესებას. თბილისში მსგავსი პრობლემები ჯერჯერობით არ შეინიშნება.

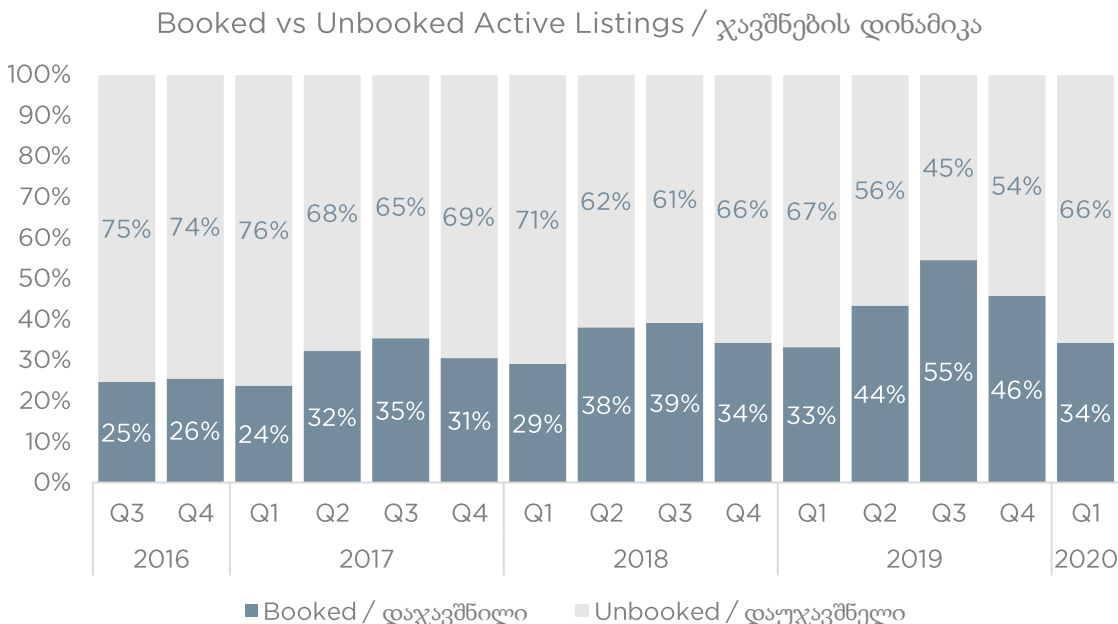


Guest Ratings / სტუმართა შეფასება



Effectiveness of The Tourism Campaign

In spite of the skyrocketed growth of supply, demand on Tbilisi Airbnb has always remained a couple steps behind. Compared to growth in active listings, booking demand (expressed as the number of booked properties) inches upwards at a much slower pace. This uneven growth is the reason why demand rate (ratio of the booked properties to the total number of active listings) fluctuated between a low of 24% and a high of 39% between 2016 and 2018. 2019 however saw a major surge in booking demand – 55% of listings in Q3 had been booked. **This is also the season, when the number of active listings peaked at nearly 15,830, meaning that an all-time high booking demand on Tbilisi Airbnb indeed registered July to September, 2019.**



Source: AirDNA, Cushman & Wakefield Georgia

This trend is impressive considering that 2019 was not a typical year for Georgian hospitality and tourism. Due to the political tensions between Russia and Georgia in late June, flights between the two countries ceased and many a lodging facility suffered because of the subsequent loss of demand. Like all other accommodation options predominantly reliant on international tourism, Tbilisi Airbnb market exhibits a clear-cut seasonality. Occupancy rate starts to climb from January to April, then plateaus and starts another climb from May to September, when occupancy peaks. Hence the curve is characterized by two annual pikes – first in April and second in September. This trend is consistent across all listed property types.

In 2019, occupancy achieved its first peak in April and then started to plateau in case of private and shared rooms and drop in case of entire homes. However, instead of a June uptake, we saw a drastic reduction – in July Entire Homes’ occupancy fell 18 percentage points, while those of Private and Shared Rooms fell well below 10%.

Given that Russia supplies the highest number of Airbnb guests, this was to be expected. What is interesting, however is how fast and how effectively the market recovered. September peak was achieved regardless - an effect that has surely to be attributed to the *Spend Your Summer in Georgia* campaign, organized and led by the Georgian National Tourism Administration.

This being said, it should be noted that listings still underperformed in September (EH occupancy at 50%) compared to April 2019 (EH occupancy at 57%).

ტურისტული კამპანიის ეფექტურობა

მიწოდების მკვეთრი ზრდის მიუხედავად, თბილისის „Airbnb“-ზე მოთხოვნა მიწოდების რაოდენობას ყოველთვის ჩამორჩებოდა. პლატფორმაზე გასაქირავებელი ქონების რაოდენობა გაცილებით სწრაფი ტემპით იზრდება, ვიდრე მოთხოვნა (რომელიც ფასდება ჯავშნების რაოდენობით). ეს არათანაბარი ზრდა ერთ-ერთი მიზეზია, თუ რატომაც მერყეობს მოთხოვნის დონე (ჯავშნების რაოდენობის შეფარდება გასაქირავებელი უძრავი ქონების რაოდენობასთან) დაბალი 24%-იდან მაღალ 39%-მდე 2016 და 2018 წლებს შორის.



აღნიშნული ტენდენცია შთამბეჭდავია იმის გათვალისწინებით, რომ 2019 წელი არ იყო ტიპური წელი საქართველოს სასტუმროებისა და ტურიზმის სექტორისთვის. ივნისის ბოლოს რუსეთსა და საქართველოს შორის დაძაბული პოლიტიკური გარემოსა და დაპირისპირების ფონზე, რიგ ბინებზე მოთხოვნა შემცირდა. ყველა სხვა დროებითი საცხოვრებლის მსგავსად, თბილისის „Airbnb“ განსაკუთრებით დამოკიდებულია საერთაშორისო ტურიზმზე და ახასიათებს სეზონურობა. დატვირთულობის კოეფიციენტი იანვრიდან აპრილამდე ზრდადია, აპრილის თვეში აღნიშნული მაჩვენებელი სტაბილურობას ინარჩუნებს, მაისიდან სექტემბრამდე მოთხოვნის ზრდის მეორე ტალღა ფიქსირდება და დატვირთულობის დონე პიკს აღწევს. მოთხოვნის მრუდი ხასიათდება ორი წლიური პიკის პერიოდით: პირველი - აპრილში, მეორე კი - სექტემბერში. აღნიშნული ტენდენცია თანაბრად ეხება ყველა ტიპის ბინას.

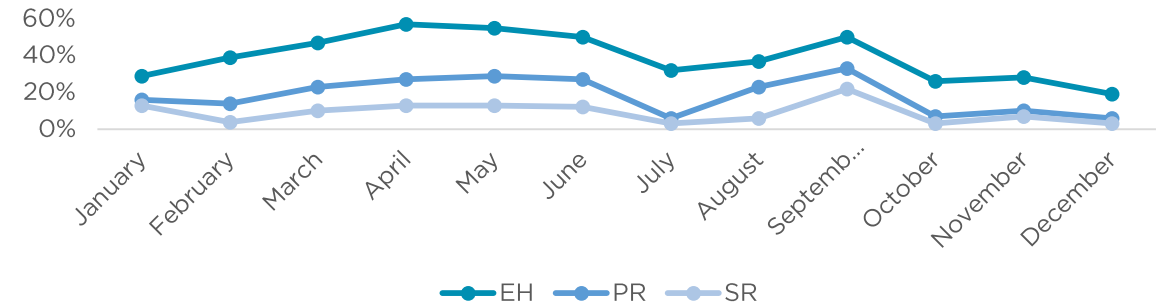
2019 წელს დატვირთულობამ პიკს, პირველად, აპრილში მიაღწია, შემდეგ დატვირთულობის მაჩვენებელმა სტაბილურობა შეინარჩუნა ინდივიდუალური და საზიარო ოთახების შემთხვევაში, თუმცა მთლიან ბინებზე მოთხოვნა შემცირდა. ივნისში, აღნიშნული მაჩვენებელი გაიზარდა, თუმცა დრამატულად შემცირდა ივლისში, მთლიანი ბინების დატვირთულობამ 18%-ით იკლო, ინდივიდუალური და საზიარო ოთახების დატვირთულობა კი 10%-ზე დაბალი იყო.

მსგავსი განვითარება მოსალოდნელი იყო იმის გათვალისწინებით, რომ საქართველოში ტურისტების უდიდესი ნაწილი რუსეთიდანაა. თუმცა, აღსანიშნავია ისიც, თუ რამდენად სწრაფად და ეფექტურად შეძლო ბაზარმა აღდგენა. დატვირთულობის მაქსიმალური მაჩვენებელი, მეორედ, სექტემბერში დაფიქსირდა, რაც ნაწილობრივ განაპირობა საქართველოს ეროვნული ტურიზმის ადმინისტრაციის კამპანიამ - „გაატარე ზაფხული საქართველოში“.

დადებითი ტენდენციების მიუხედავად, 2019 წლის სექტემბერში მთლიანი ბინების დატვირთულობის მაჩვენებელმა 50% შეადგინა, რაც აპრილის მონაცემებს 7%-ით ჩამორჩება.



2019: Occupancy Rates / დატვირთულობა

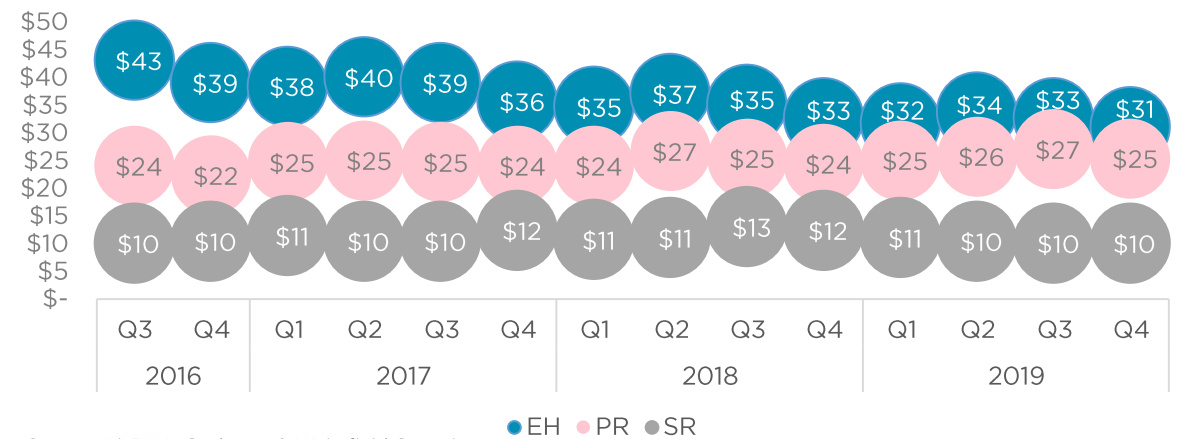


Source: AirDNA, Cushman & Wakefield Georgia
 * EH - Entire Homes, PR - Private Rooms, SR - Shared Rooms

Uptick in demand did not reflect positively upon room rates. Over the last three years, these have been quite stable for Private and Shared Room options and dropping steadily for Entire Homes. The highest rate for the latter registered in Q3 2016 at \$43. Between 2018 and 2019, rates seem to have stabilized between \$32-34.

While rates remain relatively non-seasonal, generated revenues reflect the occupancy dynamics. Median monthly revenue for Entire House exceeds \$500 in high season and has fallen to as low as \$190 in low season. In summer 2019 hosts of Entire Homes earned an average of \$317 per month, primarily due to low occupancy rates. Private and Shared Rooms brought in even lower revenues given that they are priced below Entire Homes and tend to also have lower occupancies. Given the eventfulness of 2019, August 2018 remains the most profitable month to date for all listed properties. Given a dismal start of the 2020 tourism season, it is unlikely that that performance will soon be topped.

Rate Dynamics / ფასების დინამიკა: 2016-2019



Source: AirDNA, Cushman & Wakefield Georgia

მოთხოვნის ზრდა პოზიტიურად არ აისახა ოთახების საფასურზე. ბოლო სამი წლის მანძილზე, ინდივიდუალურ და საზიარო ოთახებზე სტაბილური ფასი ფიქსირდებოდა. თუმცა, მთლიანი სახლების შემთხვევაში, ფასი მკვეთრად მცირდებოდა და უმაღლესი ნიშნული - 43 \$ 2016 წლის მესამე კვარტალში დაფიქსირდა. 2018-2019 წლებში, ოთახების საფასური 32-34 \$-ზე დასტაბილურდა.

ვინაიდან ფასები არასეზონურია, მიღებული შემოსავალი დატვირთულობის დინამიკას ასახავს. ტურისტულ სეზონზე მთლიანი სახლების გაქირავებიდან მიღებული საშუალო თვიური შემოსავალი 500 დოლარს აჭარბებს, არასეზონურ პერიოდში კი 190 დოლარამდე ეცემა. 2019 წლის ზაფხულში მთლიანი ბინების მასპინძლებმა თვეში საშუალოდ 317 \$ გამოიმუშავეს. ამის მიზეზი, ნაწილობრივ, დატვირთულობის დაბალი მაჩვენებელი იყო. ინდივიდუალური და საზიარო ოთახების მფლობელებმა გაცილებით ნაკლები მოგება ნახეს, ამის მიზეზი მსგავსი ტიპის ოთახების დაბალი ფასი და მათზე მოთხოვნის ნაკლებობაა. აქვე უნდა აღინიშნოს ისიც, რომ ქართული „Airbnb“-სთვის ყველაზე მომგებიან თვე 2018 წლის აგვისტო იყო ყველა ტიპის ბინისთვის. იმის გათვალისწინებით, რომ 2020 წლის დასაწყისი ტურიზმისთვის წარუმატებელი აღმოჩნდა, ახლო მომავალში მდგომარეობის გამოსწორების იმედი დაბალია.

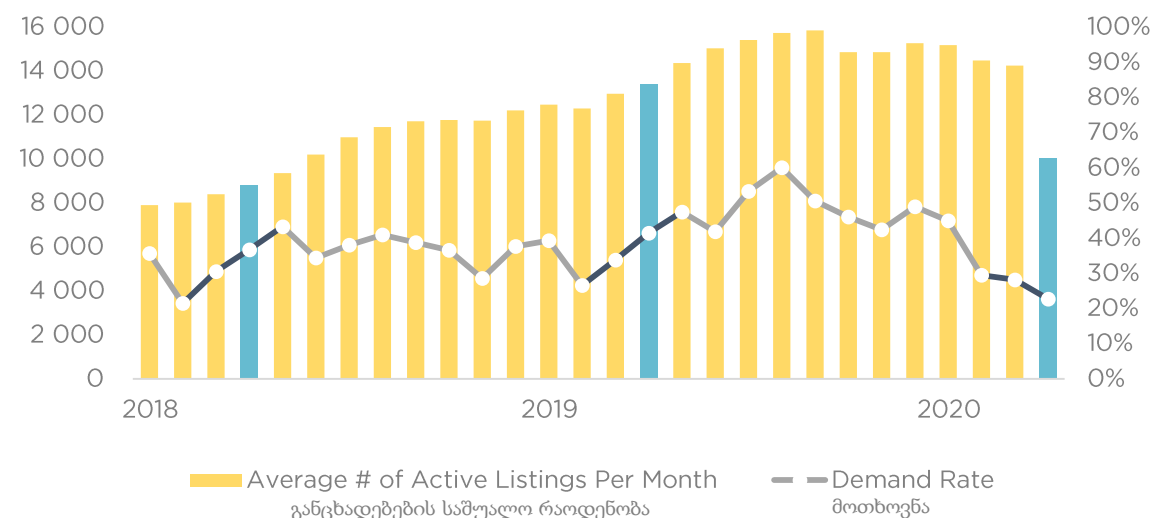


Airbnb Amidst the COVID-Crisis

Unsurprisingly, effects of COVID-19 have extended to Tbilisi Airbnb market as well. These effects became the most pronounced in April and will likely extend to May as well.

As the year began, the dynamics of active listings seemed to follow the established seasonality trend, dropping slightly between January and March. **In April however, supply plummeted from 14,228 active listings down to 10,016 – a 29.6% reduction.** Hosts have presumably taken their properties off of the platform due to one or both of the following reasons: first, demand rate, which typically grows between February and May, reversed its established upwards trend from February to March and then further and more steeply from March to April. Reduction in bookings/cancellations as well as uncertainty over the revival of tourism season must have underscored decision to cease Airbnb activity for many a host. Additionally, it is possible that under given restrictions, some hosts chose to use their apartments for quarantine needs.

Active Listings and Demand Rate



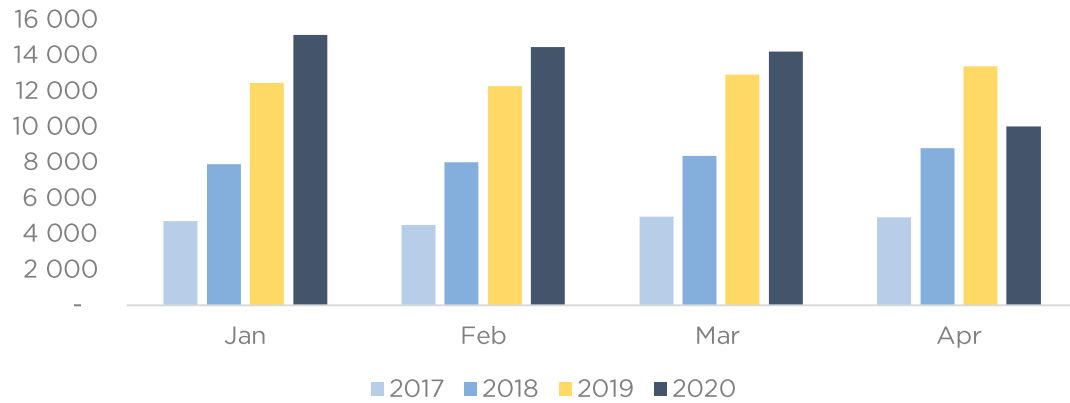
Source: AirDNA, Cushman & Wakefield Georgia

Airbnb კოვიდ-კრიზისის წინაშე

გასაკვირი არაა, რომ COVID-19-ის ნეგატიური გავლენა „Airbnb“-ის პლატფორმაზეც აისახა, რაც განსაკუთრებით შესამჩნევი იყო აპრილში და სავარაუდოდ მაისის თვეზეც გავრცელდება.

2020 წლის იანვარ-მარტში აქტიური განცხადებების რაოდენობა, სეზონური ტენდენციის მიხედვით, მცირედით შემცირდა. **აპრილში გასაქირავებელი ბინების რაოდენობა 14,288-დან 10,016-მდე, 29.6%-ით დაეცა.** მასპინძლებმა განცხადებები სავარაუდოდ შემდეგი ორი მიზეზით გააუქმეს: როგორც წესი, მოთხოვნა თებერვლიდან მაისამდე იზრდება. მოთხოვნის ზრდა შედარებით დაბალია თებერვალ-მარტში და უფრო მკვეთრია მარტი-აპრილში. სავარაუდოდ, ჯავშნების შემცირებამ და გაურკვევლობამ ტურისტულ საეზონთან დაკავშირებით, ბინის მფლობელების მხრიდან განცხადებების გაუქმება გამოიწვია. გარდა ამისა, არსებული შეზღუდვების გათვალისწინებით, შესაძლოა მასპინძლების ნაწილმა საკუთარი ბინები თვითიზოლაციის მიზნით გამოიყენა.

Active Listings - Monthly Trends /
 აქტიური განცხადებები - თვიური დინამიკა



Source: AirDNA, Cushman & Wakefield Georgia

In terms of occupancy, January and February of 2020 outperformed the same months in 2019, however starting in March, rate dropped below the last year's levels. Entire Homes registered an occupancy level of 47% in March '19 and 37% in March '20. April occupancy in 2019 stood at 57%; in 2020 this number had dropped to 40%. April, the first occupancy peak of the year has shown a downturn; whether September peak will be achievable is as yet unclear.

2020 წლის იანვარი და თებერვალი გასული წლის იმავე პერიოდთან შედარებით დატვირთულობის მაღალი კოეფიციენტით გამოირჩეოდა. თუმცა მარტის დასაწყისიდან ვითარება შეიცვალა და დატვირთულობის მაჩვენებელი წინა წლის იმავე პერიოდის მაჩვენებელზე დაბალი იყო. მთლიანი სახლების დატვირთულობის კოეფიციენტმა 2019 წლის მარტში 47% შეადგინა, 2020 წლის იმავე თვეს კი 37%. 2019 წლის აპრილში დატვირთულობის მაჩვენებელი 57% იყო, 2020 წლის იმავე პერიოდში კი ეს მონაცემი 40%-მდე შემცირდა. მიმდინარე წლის დატვირთულობის პიკმა რეცესია განიცადა, ჯერ კიდევ ბუნდოვანია მიაღწევს თუ არა ჩვეულ პიკს დატვირთულობის კოეფიციენტი სექტემბერში.



The question may be posed – with borders locked, who accounted for the registered occupancy levels? There is no official data to answer this question but occupiers are most likely (1) international tourists who got stranded in Tbilisi and (2) Tbilisi residents who needed to quarantine and move out of their homes. Reduced supply should also be taken into consideration. In April, the number of room nights available was substantially lower than the same number in the previous months. Larger share of this reduced offering may have been occupied, but that does not mean that the absolute numbers were significant as well.

Decreasing demand has likely affected the rates at which hosts advertise their flats, however it is also worth noting that Airbnb rental rates exhibit long-term decreasing tendency. There was no drastic change to observe; rates dropped quite gradually between January and March and then counterintuitive experienced an uptick in April, increasing from \$26 to \$30. This may again be due to a reduction in supply of Airbnb listings – the more expensive options seem to have remained operational. Overall however, given the locked borders, Tbilisi hosts seem to have found listing removal a more salient option than reduction of rent rates.

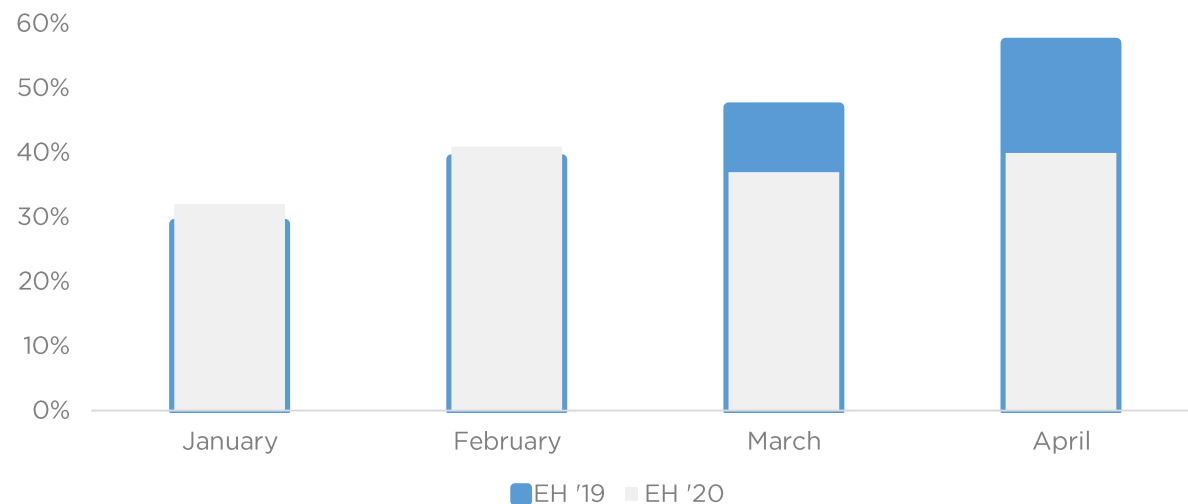
In tow with reduced demand, revenues generated by rentals reduced too. Entire Homes generated \$246 in April 2020 compared to \$445 they had generated in the previous year.

2020 წლის იანვარი და თებერვალი გასული წლის იმავე პერიოდთან შედარებით დატვირთულობის მაღალი კოეფიციენტი გამოირჩეოდა. თუმცა მარტის დასაწყისიდან ვითარება შეიცვალა და დატვირთულობის მაჩვენებელი წინა წლის იმავე პერიოდის მაჩვენებელზე დაბალი იყო. მთლიანი სახლების დატვირთულობის კოეფიციენტი 2019 წლის მარტში 47 % შეადგინა, 2020 წლის იმავე თვეს კი 37%. 2019 წლის აპრილში დატვირთულობის მაჩვენებელი 57% იყო, 2020 წლის იმავე პერიოდში კი ეს მონაცემი 40%-მდე შემცირდა. მიმდინარე წლის დატვირთულობის პიკმა რეცესია განიცადა, ჯერ კიდევ ბუნდოვანია მიაღწევს თუ არა ჩვეულ პიკს დატვირთულობის კოეფიციენტი სექტემბერში.

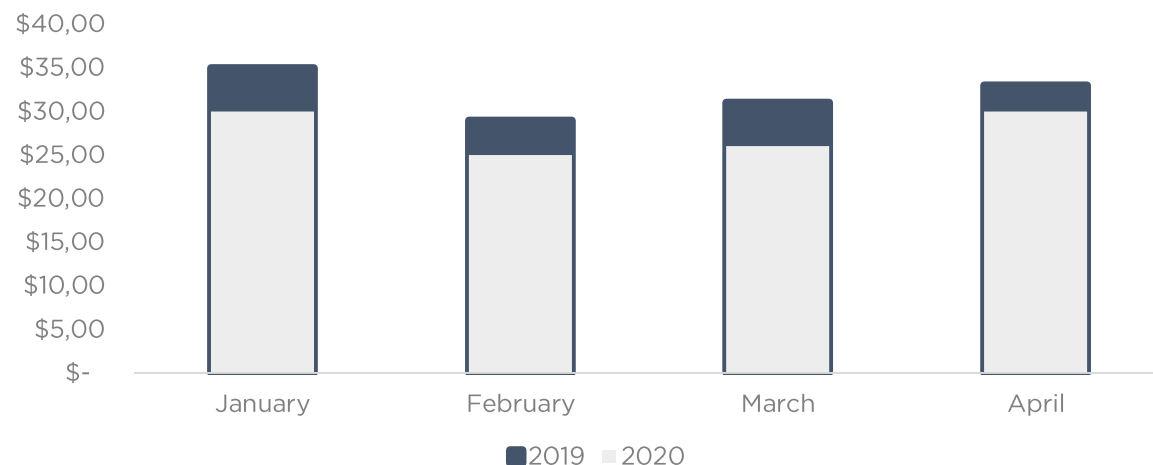
აქ ბუნებრივია ჩნდება კითხვა, თუ ვინ შედიოდა იმ 40%-ში, რომელმაც აპრილის თვის დატვირთულობის კოეფიციენტი განაპირობა? არ არსებობს ოფიციალური მონაცემები, რომლებიც ამ კითხვაზე ზუსტ პასუხს მოგვცემს, თუმცა, სავარაუდოდ ესენი იყვნენ 1) თბილისში ჩარჩენილი საერთაშორისო ტურისტები და 2) თბილისელების ის ნაწილი, ვისაც თვითიზოლაციაში ყოფნა მოუწიათ. გასათვალისწინებელია აქტიური განცხადებების რაოდენობის შემცირებაც. აპრილში, თავისუფალი ოთახების რაოდენობა, გასული თვეებთან შედარებით, გაცილებით ნაკლები იყო.

მოთხოვნის შემცირებამ გავლენა იქონია „Airbnb“-ის პლატფორმაზე ბინების განთავსების რაოდენობაზე, თუმცა გასათვალისწინებელია ისიც, რომ Airbnb-ის ქირაობის ტარიფი გრძელვადიან პერსპექტივაში მცირდება. მიუხედავად ამისა, ფასები დრამატულად არ შემცირებულა. იანვარ-მარტში ფასები ნელი ტემპით კლებულობდა, აპრილში კი მოულოდნელად \$26-დან \$30-მდე გაიზარდა. ეს შესაძლოა Airbnb-ზე აქტიური განცხადებების შემცირებამაც გამოიწვია, თუმცა ეს შემცირება არ უნებოდა ძვრიდაღირებულ ბინებს. საბოლოო ჯამში, Airbnb-ის თბილისელმა მასპინძლებმა ფასების შემცირებას განცხადებების გაუქმება არჩიეს. მოთხოვნის შემცირებასთან ერთად, გაქირავებიდან მიღებული შემოსავალიც შემცირდა. მიმდინარე წლის აპრილში მთლიანი სახლების გაქირავებიდან შემოსავალმა \$246 შეადგინა, გასულ წელს კი ეს რიცხვი \$445 უტოლდებოდა.

Occupancy January-April, Annual Comparison



Rates January-April, Annual Comparison



Source: AirDNA, Cushman & Wakefield Georgia

THE OUTLOOK

Airbnb is facing its biggest challenge yet and it is unclear how well the platform will recover. There are issues to contend with and the matter of guests' trust and confidence is paramount. Whether the company reinvents itself and how well it tackles this particular problem will be significant for hosts worldwide.

Tbilisi Airbnb market was oversupplied, but the book rate increase in 2019 was a hopeful sign that demand may be growing. However, left without revenue, hosts of nearly 4,212 properties took their houses and flats off of the platform.

In the short term, we expect more and more houses to be taken off and listed as long-term rentals. With self-isolation and social distancing guidelines, demand on the latter will grow and homeowners will want to capture the rising tide through alternative means. Those who remain in the Airbnb business will have to put a lot of energy into enticing guests and assuring them that they abide by the cleanliness and hygienic standards, reducing exposure and touch points. In the process, face-to-face communication and the sharing aspect of the Airbnb's value proposition may be lost, which will further undercut the success of the platform, not just here but worldwide.

Having thought of this problem, Airbnb has introduced a pilot project, which lets hosts stream demonstrations of cultural and local customs, cooking, etc. The initial responses to these have reportedly been positive. However, whether this is a sustainable enterprise or not is under question. After all, it is easier to engage in virtual cooking classes when you are quarantining at home; it will be harder to capture general interest once lockdown measures are eased.

Increased cost of disinfecting and cleaning will put strain on hosts. We do not expect prices to rise, as affordability will still be the major playing card for Airbnb. This means that hosts who do not add or increase their cleaning fees, will have to deduct the costs from revenue, majorly reducing their income. This is yet another reason why some of them may choose to look for alternative rental options.

We expect economy and midscale hotels in Tbilisi to recapture tourist demand from Airbnb. To retain competitive edge over the former, one solution for the latter may be to tighten regulations and screening processes of their hosts, to ensure client trust and retention. In the process however, Airbnb may risk standardizing to a point where it undercuts its own business model as well as its value proposition.

სამომავლო პერსპექტივა

Airbnb ჯერ არნახული გამოწვევების წინაშეა. ბუნდოვანია, თუ როგორ გაუმკლავდება კომპანია არსებულ პრობლემებს. მრავალი საკითხი მოსაგვარებელი რჩება, ყველაზე მნიშვნელოვანი კი ტურისტების ნდობის მოპოვებაა. როგორი იქნება კომპანიის სამომავლო გეგმა და როგორ გაართმევს თავს არსებულ გამოწვევებს?! ამ შეკითხვაზე პასუხი "Airbnb"-ის საერთაშორისო მასპინძლებისთვის სასიცოცხლოდ მნიშვნელოვანია.

კომპანიის თბილისური პლატფორმა ქარბი მიწოდებით ხასიათდებოდა, თუმცა 2019 წელს ჯავშნების მომატებულმა რაოდენობამ მოთხოვნის ზრდაზე მიგვანიშნა. თუმცა შემოსავლის გარეშე დარჩენილმა 4,212-მა მასპინძელმა საკუთრება პლატფორმიდან წაშალა.

მოკლევადიან პერიოდში, მოსალოდნელია, კიდევ უფრო მეტი განცხადების გაუქმება საცხოვრებელი ბინების გაქირავების მიზნით. თვითიზოლაციისა და სოციალური დისტანცირების მითითების შესაბამისად, მოთხოვნა იზრდება ხანგრძლივი ვადით ბინის გაქირავებაზე, ბინის მფლობელები შეეცდებიან, მოერგონ ბაზარზე არსებულ მოთხოვნას და თავიანთი კაპიტალის ალტერნატიული გზები გამოიყენონ. მათ, ვინც „Airbnb“-ის პლატფორმაზე რჩება, უდიდესი ძალისხმევა დაჭირდებათ სტუმრების მოსაზიდად და მათ დასარწმუნებლად, რომ ზედმიწევნით იცავენ ჰიგიენურ ნორმებს და უზრუნველყოფენ მათთან მინიმალურ შემხებლობას. ამ ვითარებაში, პირდაპირი კომუნიკაცია და პლატფორმაზე არსებული საზიარო ოთახები შესაძლოა გაქრეს, რაც მორიგი ბარიერია კომპანიისთვის, არა მხოლოდ საქართველოში, არამედ საერთაშორისო დონეზე.

აღნიშნული პრობლემების გათვალისწინებით, „Airbnb“-მ წარმოადგინა საპილოტე პროექტი, რომლის მიხედვითაც მასპინძლებს საშუალება აქვთ წარმოაჩინონ თავიანთი ადგილობრივი, კულტურული წეს-ჩვეულებები, სამზარეულო, და სხვა მათი ქვეყნისთვის დამახასიათებელი თავისებურებები. აღნიშნული ინიციატივა პოზიტიურად შეფასდა, თუმცა კითხვის ნიშნის ქვეშაა მისი მდგრადობა. ბოლოსდაბოლოს, უფრო მარტივია კარანტინის პირობებში ვირტუალური კულინარიის კურსებში მონაწილეობის მიღება. ქვეყანაში საგანგებო მდგომარეობის დასრულების შემდეგ, შესაძლოა, ხალხმა ინტერესი დაკარგოს მსგავსი ტიპის აქტივობების მიმართ.

სადეზინფექციო და ჰიგიენური საშუალებების გაძვირება მძიმე ტვირთია მასპინძლებისთვის. მიუხედავად ამისა, არ ველოდებით პლატფორმაზე ფასების ზრდას, რადგან ხელმისაწვდომობა "Airbnb"-ის მთავარი დამახასიათებელი ნიშანია. შესაბამისად, ბინის მფლობელებს მოუწევთ სადეზინფექციო საშუალებების საკუთარი სახსრებით შეძენა. ეს მორიგი ახსნაა იმის, თუ რატომ დაიწყო ზოგიერთმა ბინის მფლობელმა გაქირავების ალტერნატიული გზების ძიება.

ჩვენ ველით, რომ თბილისის ბიუჯეტური ტიპის სასტუმროები "Airbnb"-ის მომხმარებლებს მიიზიდავენ. ეკონომ კლასის, ბიუჯეტური ტიპის სასტუმროებისთვის კონკურენციის გასაწევად კომპანია "Airbnb"-ის მოუწევს გარკვეული რეგულაციების დაწესება და ქონების განმთავსებელთა მკაცრი შემოწმება, თუ რამდენად იცავენ დაწესებულ წესებს და რამდენად მოტივირებულნი არიან მომხმარებელთა ნდობის აღდგენაზე. ამ პროცესში, შესაძლოა "Airbnb"-იმ თავისი ღირებულებები და სტანდარტები რისკის ქვეშ დააყენოს.



References

- AirDNA. 2019. Retrieved May 20, 2020, from <https://www.airdna.co/vacation-rental-data/app/ge/default/tbilisi/occupancy>
- Coming soon: A new Enhanced Cleaning Initiative for hosts - Resource Center. (2020, April 24). Retrieved May 20, 2020, from <https://www.airbnb.com/resources/hosting-homes/a/coming-soon-a-new-enhanced-cleaning-initiative-for-hosts-183>
- Extenuating circumstances policy and the coronavirus (COVID-19): Airbnb Help Center. (2020, May 18). Retrieved May 20, 2020, from <https://www.airbnb.com/help/article/2701/extenuating-circumstances-policy-and-the-coronavirus-covid19>
- Glusac, E. (2020, May 14). Hotels vs. Airbnb: Has Covid-19 Disrupted the Disrupter? Retrieved May 20, 2020, from <https://www.nytimes.com/2020/05/14/travel/hotels-versus-airbnb-pandemic.html>
- Neate, R. (2020, April 4). How the Covid-19 crisis locked Airbnb out of its own homes. Retrieved May 20, 2020, from <https://www.theguardian.com/technology/2020/apr/04/how-the-covid-19-crisis-locked-airbnb-out-of-its-own-homes>

Glossary

- Active Listing** – property listed as available for any number of days in a given time period
- Airbnb** – online marketplace and home sharing platform used to advertise and rent entire properties or parts of the properties, usually for a short-term stay
- Airbnb Experience** – an Airbnb service providing activities designed and led by locals for Airbnb guests
- Airbnb Plus** – luxury class of Airbnb, offering properties that have been verified by the company for “quality and comfort”
- Booked Property** – property that was booked at least once in a given time period
- Demand Rate** – only used in this report, this term denotes the share of booked properties in the entire pool of active listings in a given time period
- Entire Home** – type of listing where the entire property is available for rent
- International Visitor Trips** – “International visitor is a traveler taking a trip to a main destination outside his/her usual environment, for less than a year, for any main purpose (business, leisure or other personal purpose) other than to be employed by a resident entity in the country or place visited.” (GNTA)
- Median** – 50th percentile i.e. value below which 50% of the observations fall
- Occupancy Rate** – ratio of the number of days a property is occupied to the total number of days it has been available in a given period
- Percentile** – a statistical measure indicating the value below which that given percentage of observations falls i.e. 90th percentile indicates that 90% of observations have a value lower than the value attributed to the 90th percentile
- Private Room** – type of listing where guest is only allowed full access to a room they are renting
- Seasonality** – characteristic feature of a time series, where the data is exhibiting regular, period-specific fluctuations
- Shared Room** – type of listing where guest share the room they are renting with one or more roommates
- Un-booked Property** – property that was not booked at all in a given time period

Cushman & Wakefield Georgia

Tekla Iashagashvili, Head | Development Advisory
+995 322 47 48 49
tekla.iashagashvili@cushwake.ge

Gvantsa Potskhveria, PR and Marketing Manager
+995 599 014 444
gvantsa.potskhveria@cushwake.ge



**CUSHMAN &
WAKEFIELD**

www.cushmanwakefield.ge

+995 322 247 48 49;

34 Ilia Chavchavadze Ave.
Pixel BC, 4th Floor
Tbilisi 0179
Georgia

This report has been produced by Veritas Brown Caucasus LLC for use by those with an interest in commercial property solely for information purposes. It is not intended to be a complete description of the markets or developments to which it refers. The report uses information obtained from public sources which Veritas Brown Caucasus LLC believe to be reliable, but we have not verified such information and cannot guarantee that it is accurate and complete. No warranty or representation, express or implied, is made as to the accuracy or completeness of any of the information contained herein and Veritas Brown Caucasus LLC shall not be liable to any reader of this report or any third party in any way whatsoever. All expressions of opinion are subject to change. Our prior written consent is required before this report can be reproduced in whole or in part. ©2017 Veritas Brown Caucasus LLC. All rights reserved.