

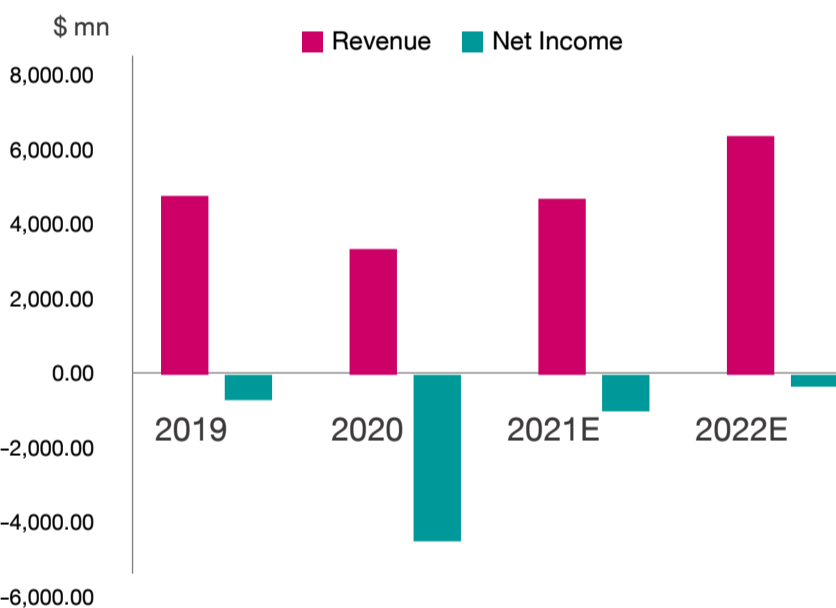


Last Price : \$180.40
 Cons. Target Price: \$179.75
 Cons. Rating: **HOLD**
 Upside: **-0.4%**
 Stock Exchange: NASDAQ

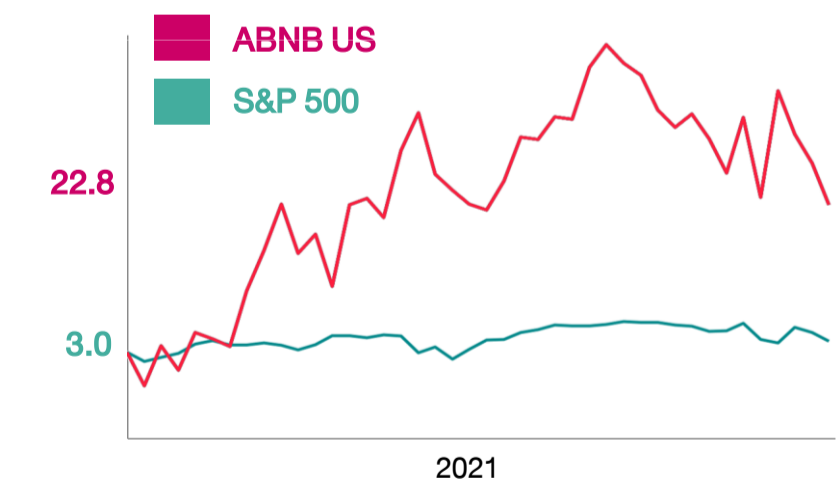
Key Information

Market Cap:	\$115,541.8 mn
PE 22E:	-
EPS Growth 22E:	73.23%
ROE 22E:	69.97%
Dividend Yield 22E:	-

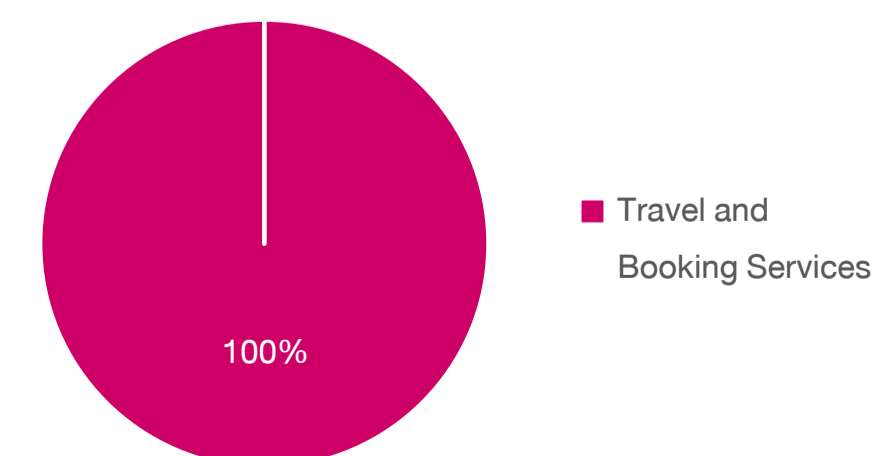
Financials



Performance YTD VS. S&P500



Revenue Breakdown



Airbnb (ABNB US)

3 เหตุผล.. ทำไม Airbnb ถึงน่าสนใจ

- 1) แพลตฟอร์มจองที่พักที่สะดวกสบาย เกาะเทรนด์การท่องเที่ยวยุคใหม่ที่เน้นประสบการณ์
- 2) เติบโตไปพร้อมกับกลุ่มประชากร Millennials ที่มีกำลังการบริโภคสูง
- 3) ได้ประโยชน์จากการเปิดเมืองในอนาคต เนื่องจาก Pent-up demand ในการท่องเที่ยวที่มีอยู่มาก

Company Profile

Airbnb เป็นบริษัท Startup ที่ทำธุรกิจให้บริการ platform จองห้องพักทาง Online โดยมีแนวคิดที่น่าสนใจ คือ ใครก็ตามที่มีห้อง บ้าน หรือคอนโด สามารถเปิดให้นักท่องเที่ยวเข้ามาพักได้ โดยที่ไม่ต้องทำธุรกิจโรงแรม ลักษณะคล้ายกับการเป็น Host ซึ่งปัจจุบัน Airbnb ได้เปิดให้บริการกับนักท่องเที่ยวทั่วโลก ทั้งการปล่อยเช่าระยะสั้น และ ระยะยาว

สัดส่วนรายได้หลักของ Airbnb มาจากส่วนแบ่งรายได้ของห้องพัก ซึ่งเมื่อดูรายได้ย้อนหลังพบว่าการเติบโตอย่างต่อเนื่องในทุกๆปี โตเฉลี่ยประมาณ 30% ต่อปี แต่เนื่องด้วยปีที่ผ่านมาเกิดสถานการณ์ COVID-19 จึงทำให้รายได้รวมของปี 2020 ลดลงเหลือ 3.38 พันล้านเหรียญสหรัฐ จาก 4.8 พันล้านเหรียญสหรัฐ หรือคิดเป็นการลดลงประมาณ 29.7%

กลยุทธ์ Sharing Economy สร้างผลตอบแทนกับทุกฝ่าย

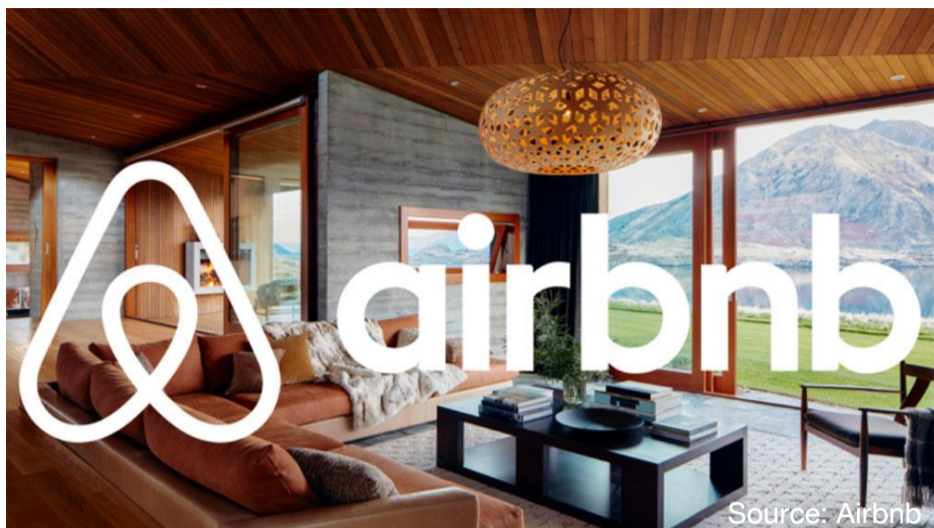
ในกลุ่มธุรกิจการท่องเที่ยว การสร้างที่พักจำเป็นจะต้องมีการลงทุนใน asset เช่น การสร้างโรงแรม หรือ รีสอร์ท ซึ่งต้องใช้งบประมาณทั้งในการสร้างและตกแต่งค่อนข้างสูง ส่งผลต่อทั้งในด้านการทำกำไรและระยะเวลาการคืนทุน รวมถึงรับความเสี่ยงต่างๆ แต่ Airbnb ใช้กลยุทธ์ Sharing Economy โดยการหา partner หรือ Host ที่มีบ้าน ห้องเช่า หรือโรงแรม ที่พร้อมต้อนรับนักท่องเที่ยวโดยบริษัทจะให้ Host ตั้งราคาที่ต้องการเช่า และ บริษัทจะ charge เพิ่มเข้าไปอีกประมาณ 6-12% และเก็บค่าธรรมเนียมจากการที่ลูกค้าโอนเงินเข้ามา ซึ่งเป็นประโยชน์กับทุกฝ่าย ทางผู้ให้เช่าก็สามารถเปลี่ยนห้องว่างให้เป็นรายได้ ผู้เช่าก็ได้มีทางเลือกหลากหลายในการเข้าพัก ทั้งราคาที่ถูกลงกว่าโรงแรม และประสบการณ์ใหม่ๆ ส่วนด้านทางบริษัทก็ได้ประโยชน์จากการสร้างรายได้โดยไม่ต้องมี asset เป็นของตัวเอง

เมื่อดูสถิติยอดจองใน Airbnb ปีล่าสุดมียอดจองถึง 193 ล้านยอดจอง และเมื่อเทียบส่วนแบ่งการตลาด Airbnb อยู่ในอันดับที่ 3 รองจาก Expedia และ Booking.com

ยอดจองฟื้น หลังคลาย Lock down

ในปีที่ผ่านมาธุรกิจกลุ่มการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบอย่างหนักจากสถานการณ์ COVID-19 เช่นเดียวกับ Airbnb แต่หลังจากคลาย lock down ผลประกอบการไตรมาสที่ 3 ก็กลับมาฟื้นตัวอีกครั้ง จากไตรมาสที่ 2 ที่รายได้ลดลงเหลือเพียง 334 ล้านเหรียญสหรัฐ กลับเพิ่มขึ้นมาเป็น 1,342 ล้านเหรียญสหรัฐ ในไตรมาสที่ 3 และคาดว่าหากวัคซีนกระจายได้อย่างทั่วถึง และแต่ละประเทศคลาย Lock down ยอดจองและรายได้จะกลับมาเติบโตได้อีกครั้ง

Source: Company, Goldman Sachs, Statista, Company data, Bloomberg as of 3/3/21



Source: Airbnb



Source: Airbnb



Source: Thehill



Source: Airbnb

Airbnb (ABNB US)

“Pent-up demand” เปิดประเทศเมื่อไหร่ พร้อมกลับมาท่องเที่ยว

ผลการสำรวจจากสถิติการค้นหาแหล่งที่พักท่องเที่ยว จาก Google Trend ในช่วงไตรมาสที่ 3 ของปีที่แล้ว หลังจากเริ่มมีการเปิดเมืองบ้างในบางประเทศ พบว่า Airbnb ถูกค้นหามากเป็นอันดับที่ 2 รองจาก Booking และมีการเพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ แต่ในขณะเดียวกันการค้นหา Expedia Marriott และ Hilton กลับเคลื่อนไหวไม่มาก รวมถึงการค้นหาคำว่า “Airbnb” สูงขึ้นในทุกๆ ประเทศ แสดงให้เห็นความต้องการที่จะท่องเที่ยวที่สะสมมานาน หรือเรียกว่า “Pent-up demand” ซึ่งหากมีการกระจายวัคซีนได้อย่างทั่วถึงและสามารถเปิดประเทศได้เหมือนเดิม อีกทั้งมาตรการกระตุ้นเศรษฐกิจ คือ การแจก Stimulus Check เราเชื่อว่ายอดจองและรายได้จะกลับมาฟื้นตัว รวมถึงความต้องการที่พักแบบใหม่ก็ได้รับความนิยมเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทั้งราคาประหยัด มีแบบห้องพักให้เลือกหลากหลายสไตล์ และประสบการณ์ใหม่ๆที่ไม่เหมือนโรงแรม

เติบโตไปพร้อมกับผู้บริโภคกลุ่ม Millennials

1 ในจุดเด่นของการจองห้องผ่าน Airbnb ที่แตกต่างจากการเข้าพักที่โรงแรม คือประสบการณ์ใหม่ๆในการเข้าพักที่ได้จาก Host ที่เป็นคนท้องถิ่นซึ่งสามารถแนะนำแหล่งท่องเที่ยว ร้านอาหารท้องถิ่น รวมถึงได้แลกเปลี่ยนวัฒนธรรมและเห็นวิถีการดำเนินชีวิตของพวกเขาอีกด้วย ซึ่งบางแห่งสามารถนำสัตว์เลี้ยงไปพักได้ด้วยเช่นกัน ลักษณะจะมีความยืดหยุ่นมากกว่า นอกจากนี้ยังมีที่พักให้เลือกหลายหลายรูปแบบ ไม่ว่าจะเป็นรูปแบบบ้านพัก ห้องพัก หรือโรงแรม

ซึ่งจุดเด่นนี้ตอบใจแก่นักท่องเที่ยวกลุ่ม Millennials ที่เป็นคนยุคใหม่ สนใจประสบการณ์ระหว่างการท่องเที่ยวมากกว่าการเลือกเข้าพักที่โรงแรมแบรนด์หรู โดยจากผลสำรวจพบว่านักท่องเที่ยวกลุ่มนี้กว่า 1 ใน 3 จะมีการใช้จ่ายมากกว่า 5 พันเหรียญสหรัฐฯ ต่อการท่องเที่ยว 1 ครั้ง

ทุกวิกฤติมีโอกาส

ในขณะที่ธุรกิจการท่องเที่ยวได้รับผลกระทบ Airbnb กลับเห็นโอกาสใหม่ในการขยายธุรกิจที่ไม่ใช่แค่เพียงการปล่อยเช่าในระยะสั้นให้กับนักท่องเที่ยว แต่ Airbnb กลับเห็นความต้องการการเช่าในระยะยาว เช่น ผู้ที่ต้องทำงานไกลบ้าน และต้องการ work life balance จึงเลือกหาที่พักใกล้ที่ทำงาน หรือผู้ที่ทำงานในต่างประเทศและยังไม่สามารถเดินทางกลับประเทศได้ในตอนนั้นเนื่องจากการสถานการณ์ COVID-19 การเลือกที่พักจาก Airbnb สามารถลดค่าใช้จ่ายได้เท่าตัวถ้าเทียบกับการพักที่โรงแรม อีกทั้งยังไม่มีระยะเวลาผูกมัด อย่างการเช่าบางแห่งที่มีสัญญาขั้นต่ำ 1 ปี

นอกจากนั้น Airbnb มุ่งมั่นจะเจาะตลาดจีนมากขึ้น เนื่องจากจำนวนและปริมาณการจองจ่ายใช้สอยในการท่องเที่ยวของชาวจีนคิดเป็นสัดส่วนถึง 20% ของนักท่องเที่ยวทั่วโลกเลยทีเดียว

ความเสี่ยงที่ต้องจับตา

1. การแพร่ระบาดของ COVID-19 ที่อาจยังไม่คลี่คลาย
2. การฟื้นตัวของเศรษฐกิจโลกหลังได้รับผลกระทบจาก COVID-19
3. ความปลอดภัยและความเป็นมาตรฐานของที่พัก
4. ปัจจุบันบริษัทยังไม่สร้างกำไร

Source: Company, Goldman Sachs, Statista, Company data, Bloomberg as of 3/3/21

Disclaimer

ข้อมูลในเอกสารฉบับนี้ รวบรวมมาจากแหล่งข้อมูลที่น่าเชื่อถือ อย่างไรก็ดี บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่สามารถที่จะยืนยันหรือรับรองความถูกต้องของข้อมูลเหล่านี้ได้ ไม่ว่าประการใดๆ บทวิเคราะห์ในเอกสารนี้ จัดทำขึ้นโดยอ้างอิงหลักเกณฑ์ทางวิชาการเกี่ยวกับหลักการวิเคราะห์ และมิได้เป็นการชี้นำหรือเสนอแนะให้ซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ การตัดสินใจซื้อหรือขายหลักทรัพย์ใดๆ ของผู้อ่าน ไม่ว่าจะเกิดจากการอ่านบทความในเอกสารนี้หรือไม่ก็ตาม ล้วนเป็นผลจากการใช้วิจารณญาณของผู้อ่าน โดยไม่มีส่วนเกี่ยวข้องหรือพันธะผูกพันใดๆ กับ บริษัทหลักทรัพย์ เอเชีย พลัส จำกัด ไม่ว่ากรณีใด