Время, лед и банковские офисы

Семейство Бельвиль из Лондона более 100 лет единственным источником дохода имело бизнес по продаже времени



Текст
ЯНА ШИШКИНА,
ГЛАВНЫЙ РЕДАКТОР
«Б.О»

После смерти в середине XIX века автора идеи сотрудника Гринвичской обсерватории Джона Генри Бельвиля, а потом его супруги Марии Элизабетэто занятие перешло по наследству дочери Рут. Бизнес-модель все эти годы была незатейливой: каждое утро она отправлялась к Гринвичской обсерватории, сверяла свой хронограф, а затем объезжала клиентов и устанавливала точное время на их часах. Количество клиентов у этого семейного бизнеса доходило в лучшие годы до нескольких сотен человек. В 1926 году, когда сигналы точного времени начало передавать радио BBC, многие заказчики перестали нуждаться в ее услугах, однако часть клиентов у госпожи Рут Бельвиль оставалась вплоть до ее решения оставить бизнес из-за старости в 1940 году.

Примерно в то же время, когда господин Бельвиль начал продавать информацию об относительно точном времени, по другую сторону Атлантического океана другой предприниматель, американец Фредерик Тюдор, организовал массовую заготовку льда и оптовую торговлю им. Прямоугольные стандартные глыбы выпиливали из замерзших водоемов, отвозили в специальные хранилища, а потом развозили заказчикам. А идея бизнес-проекта возникла после шутки брата Федерика, который как-то заметил, что хорошо было бы взять лед из их пруда и продать его колонистам в жаркой Вест-Индии. На пике «ледяного бизнеса» в конце XIX века в торговле льдом в США были заняты несколько десятков тысяч человек. Индустрия доставки льда просуществовала до 20-х годов прошлого века.

Бизнесе может строиться на самых необычных идеях, потенциально интересных клиенту, но изначально автор идеи может даже не понять этого. Потом технологии могут многое вытеснить, но все равно окончательно будут решать конъюнктура и клиент.

В этом номере мы подняли старую тему развития банковских офисов: почему у кого-то сети сокращаются, а у кого-то, видоизменяясь, растут? Что представляет собой новой тренд на развитие компактных офисов? Собеседники «Б.О» подтвердили тенденцию перехода на микроформат офисов, проявившуюся в 2023 году. **Олег Скворцов,** председатель правления АРБ, видит в происходящем своеобразный «цифровой детокс»: «Вопреки распространению цифровых форматов и стриминга в музыкальной индустрии заметен рост аудитории поклонников “теплого аналогового” звука, виниловый ренессанс, культ ламповой техники… Так и в банковской сфере появилась тенденция “фиджитал”: разумный микс между цифровизацией, технологиями с использованием ИИ и общением с живыми людьми в отделениях. Банки ищут оптимальный формат. С годами он меняется, но клиентоцентричность в ее текущем виде можно только приветствовать».

Тренд на создание маленьких офисов поддерживают и в Росбанке, при этом стоимость обслуживания такого отделения снижается за счет отсутствия кассовых помещений. В Совкомбанке описывают идеальный микроофис так: для его окупаемости достаточно выдавать один кредит в день. Учитывая, что большинство банковских офисов находится в аренде, а кредитование, особенно ипотечное, ЦБ все больше «зажимает», концепция понятна. Такую точку обслуживания легко быстро передислоцировать в район, где возник больший спрос на услуги, тем более что подобные офисы максимально стандартизированы и унифицированы.

Однако стоит добавить, что премиальное обслуживание во многих банках требует наличия флагманских офисов, которые по-прежнему открываются в Москве и крупных городах. От них никто не спешит отказываться, наоборот, в это обслуживание вкладывается все больше новых идей и технологий. Так что, кто знает, если бы Рут Бельвиль передала в 1940 году кому-нибудь свой маленький бизнес, может быть, до сих пор в Лондоне кто-нибудь «развозил» бы гривническое время в именном хронометре Arnold № 485/786 для узкого, но очень статусного и консервативного круга вип-клиентов (сверяясь, конечно, при этом с системой GPS Time). **Б.О**