

Дехкане тоже идут в "Фейсбук" ?

В Таджикистане "Фейсбук" стремительно превращается в средство развития предпринимательства.

Одина Шомамадов, 55-летний таджикский дехканин, в своем яблоневом саду держа на коленях ноутбук "Dell" рекламирует плоды своего дехканского хозяйства. Он даже делает приписку "перекупщиков прошу не беспокоить".

"Очень хотелось бы, чтобы эти дни наступили скорее" - говорит руководитель Центра свободного рынка Таджикистана Константин Бондаренко. При этом он отмечает, что процесс в Таджикистане пошел, и многие компании понимают, что "Фейсбук" - прекрасное средство для рекламы их товаров и услуг.

Например, магазин вин "Майкада" в Душанбе, вошел "Фейсбук" в прошлом году, и выиграл. Сотрудник "Майкада" Зафар Алигулов говорит, что «"Фейсбук" очень помогает.

"Как только в нашем магазине появляется новая продукция, наши покупатели, которые пользуются Интернетом, узнают об этом первыми".

При помощи своей странички в "Фейсбук", "Майкада" узнает о пожеланиях своих клиентов, об их заказах, тем самым улучшает уровень обслуживания.

Другой предприниматель Джумъа Беромоф, который несколько лет назад организовал интернет-службу доставки цветов "Миллион лепестков", говорит, что половина его клиентов из "Фейсбука", и что благодаря социальной сети его бизнес заметно активизировался.

Возможностями "Фейсбук" активно пользуются туристические компании, "Рохат-тур", "ЗАРА" имеют свои странички и своих почитателей в «Фейсбуке». Среди тех, кто считает полезным "Фейсбук" и активно пользуется сетью магазин "La Cite", ресторан "Segafredo" в Душанбе, магазин "Шапарак" в Худжанде.

В «Фейсбуке» можно найти "Тселл", "Мегафон", "Babilon", "Интерком" и другие компании, но в нем нет пока банков Таджикистана. Может это связано с тем, что банки Таджикистана пока не готовы к такого рода отношениям со своими клиентами, предполагает Константин Бондаренко.

"Они, например, когда распространяют через сайт информацию, больше не ждут реакции, или не готовы ответить на эту реакцию. Однако "Фейсбук" трибуна двусторонняя, когда кто-то распространяет информацию, он должен быть готов к дискуссии».

Возможно банки Таджикистана пока не теряют много и потенциальных клиентов, но через несколько лет «будут кусать локти», что не пользовались «Фейсбуком», «население» которого перевалило за 800 миллионов. Это, кстати, касается и авиакомпаний Таджикистана, из которых кроме "Таджик Эйр", другие «чураются» «Фейсбука».

Одними из первых в "Фейсбуке" свили себе гнезда издания: "Азия-Плюс", журнал VIPzone, "Миллат", "Озодагон" "Имрӯз-Нюс", "Вечерний Душанбе" активно «сияют» на его трибунах с целью привлечь внимание большего числа своих читателей.

Много читателей у русской и таджикской страниц Радиои Озоди на «Фейсбуке». «Население» таджикского "Фейсбук" теперь превышает 30 тысяч человек, что уже является крупным рынком.

Однако, с учетом растущего числа посетителей «Фейсбука», с улучшением качества Интернета в Таджикистане эта цифра будет расти. Владельцы страничек на Фейсбуке, это в основном жители Душанбе и его окрестностей, и возможно в один из дней вы сможете найти в "Фейсбуке" и дехканина Одина Шомамадова, который на своей страничке «без посредников» будет предлагать свои янтарные яблоки.