

برگ تازه؛ شاهین طبری مسیر تحول ۲۷ ساله چارگون را روایت می‌کند

برگ تازه چارگون تعهدی دوباره به نوآوری، بلوغ و همراهی در کنار مشتریان است

در دنیای تکنولوژی، تغییر تنها یک انتخاب نیست، بلکه یک اصل در میدان رقابت است. چارگون پس از ۲۷ سال تجربه، نه تنها با این تغییر همراه بوده، بلکه مسیر خود را ساخته و برگ تازه‌ای را ورق زده است؛ برگ‌گی که با درس‌های گذشته، نوآوری‌های امروز و تمرکز بر تحول واقعی سازمان‌ها، مسیر آینده راهکارهای سازمانی را بازتعریف می‌کند. داستان چارگون نشان می‌دهد که حتی شرکت‌های قدیمی هم می‌توانند پیشتاز باشند و اگر اراده کنند مسیر خود را بسازند.

شاهین طبری، رئیس هیئت‌مدیره چارگون، در گفت‌وگویی اختصاصی از مسیر ۲۷ ساله این شرکت، تجربه زیستن در دل تحولات فناوری و مسئولیتی که امروز چارگون در قبال جامعه فناوری ایران بر دوش خود احساس می‌کند، می‌گوید. طبری از روزهایی می‌گوید که نرم‌افزار تحت وب هنوز واژه‌ای غریب بود، از شکست‌ها و یادگیری‌ها، از ثبات در ارزش‌ها و از برگ تازه‌ای که چارگون در آستانه گشودنش است.

دیدن تغییر نیاز بازار، جذاب‌ترین بخش کار در یک شرکت نرم‌افزاری است

طبری در ابتدای گفت‌وگو با اشاره به اهمیت درک تحولات بازار می‌گوید: «یکی از جذاب‌ترین بخش‌های کار در یک شرکت نرم‌افزاری، دیدن تغییر نیازهای بازار در طول زمان است. ما در مقطعی با چالش‌های متعددی روبه‌رو بودیم؛ از تغییر نیاز فرآیندها گرفته تا تحول در انتظارات کاربران. مثلاً در حوزه منابع انسانی، زمانی صرفاً محاسبه حقوق و دستمزد اهمیت داشت، اما به‌مرور تعامل کارکنان با سیستم، مسیر رشد، آموزش، رضایت شغلی و حتی فرهنگ سازمانی به موضوعات کلیدی تبدیل شدند. امروز مسئله سرمایه انسانی دیگر فقط یک فرآیند نیست، بلکه یک نگاه تازه به انسان در سازمان است.»

او ادامه می‌دهد: «در حوزه مالی هم همین تحول رخ داد. روزگاری هدف این بود که سیستم حسابداری قابل استفاده باشد و کاربران بتوانند سند ثبت کنند، اما امروز پارادایم کاملاً عوض شده است. هر جا که هنوز سند دستی می‌زنیم، یعنی فرآیند ناقص است و باید تکمیل شود. این تغییر نگاه، همان تحول عمیقی است که فناوری به ما تحمیل کرده و ما را وادار به بازنگری در شیوه کارمان کرده است.»

از نرم‌افزار تحت وب تا موبایل؛ چالش ماندن در لبه فناوری

طبری با نگاهی به مسیر تحول چارگون، ورود به فناوری‌های نو را یکی از عوامل ماندگاری این شرکت می‌داند: «از همان ابتدا تغییر فناوری جزئی از مسیر ما بود و هنوز

هم با همان نگاه پیش می‌رویم. وقتی گفتیم سیستم ما تحت وب است، بسیاری این رویکرد را عجیب می‌دانستند و می‌گفتند چرا تحت ویندوز یا سیستم عامل DOS نیست. امروز اما همان انتخاب، مسیر طبیعی همه است. در ادامه، ورود به موبایل هم چالش بزرگی بود. ما از اولین ارائه‌دهندگان راهکارهای کلان سازمانی تحت وب بودیم و تلاش کردیم در حوزه موبایل هم همین جایگاه را حفظ کنیم.»

به گفته طبری، رمز موفقیت چارگون در این مسیر، رویکردی متفاوت بوده است: «یکی از نکات مهم در ۲۷ سال گذشته، نگاه ما به رفع نیازهای سازمان‌ها با ارائه راهکار اختصاصی، به جای فروش بسته‌های نرم‌افزاری بود. این رویکرد باعث شد همیشه در ارتباط واقعی با نیاز سازمان‌ها بمانیم. ما به جای اینکه بگوییم سازمان باید خودش را با فناوری ما وفق دهد، تلاش کردیم خودمان را با نیازهای سازمان وفق دهیم و به آن در مسیر تحول کمک کنیم.»

نقاط عطف؛ از تجربه شکست تا بلوغ سازمانی

طبری در ادامه گفت‌وگو به نقاط عطف مسیر چارگون اشاره می‌کند: «واقعیت این است که مسیر ما ترکیبی از شکست‌ها و موفقیت‌ها بوده است. نرم‌افزارهایی داشتیم که متوقفشان کردیم و از آنها درس گرفتیم. مثلاً زمانی روی CMS داخلی سرمایه‌گذاری کردیم که به صورت یکپارچه با دیدگاه، تعامل خارجی سازمان را برقرار کند که بعدها با رشد CMS‌های متن‌باز جهانی، ادامه آن منطقی نبود. اما همان تجربه به ما یاد داد چطور منابعمان را در مسیر درست متمرکز کنیم.»

او به تأثیر اجتماعی و مسئولیت‌پذیری چارگون هم اشاره می‌کند: «بیش از ۲۰ سال

است در حوزه مسئولیت اجتماعی فعال هستیم، خیلی قبلتر از آنکه تعهد به جامعه‌ای که در آن زندگی می‌کنیم، در دایره توجه شرکت‌های دیگر قرار گیرد و شرکت‌های دیگری وارد فعالیت در این حوزه شوند. بخشی از هویت چارگون در مسیر مسئولیت اجتماعی شکل گرفت.»

او در ادامه افزود: «البته مسیر رشد همیشه آسان نبوده. در طول این سال‌ها، چارگون فراز و فرودهای بسیاری را تجربه کرده، اما هیچ اتفاقی به اندازه از دست دادن همکاران مان در سانحه پرواز یاسوج بر جان و ذهن ما اثر نگذاشت. آن روز، نه فقط چند نفر از بهترین نیروهای حرفه‌ای مان را، بلکه بخشی از خانواده‌مان را از دست دادیم. غمی بود که هیچ‌وقت فراموش نشد و هنوز هم یادشان در فضای شرکت زنده است.»

طبری می‌گوید: «آن حادثه برای همه ما نقطه‌ای دردناک و در عین حال تأمل‌برانگیز بود. فهمیدیم که ارزش واقعی یک سازمان نه در محصولاتش، بلکه در انسان‌هایی است که آن را می‌سازند. هر پروژه، هر موفقیت و هر تصمیم، معنایش را از آدم‌هایی می‌گیرد که با عشق و تعهد آن را پیش می‌برند. از همان روزها به بعد، مفهوم همدلی و تعلق خاطر در چارگون معنای تازه‌ای پیدا کرد.»

برگ تازه چارگون؛ مسئولیت، همدلی و آینده‌ای هوشمندتر

رئیس هیئت‌مدیره چارگون اضافه می‌کند: «امروز احساس می‌کنیم مسئولیت سنگینی در زیست‌بوم فناوری کشور بر دوش ماست. ما فراتر از یک شرکت نرم‌افزاری عمل می‌کنیم و نقش خود را در ارتقای بهره‌وری ملی و بهبود استانداردهای استفاده از فناوری می‌بینیم. شاید همین نگاه، تفاوت امروز ما با دیروز باشد.»

به گفته‌ی رئیس هیئت‌مدیره‌ی چارگون، این شرکت اکنون در آستانه‌ی گشودن فصلی تازه قرار دارد:

«ما امروز با مفاهیم نوینی روبه‌رو هستیم. یکی از مهم‌ترین آنها بهره‌گیری از هوش مصنوعی در زمینه‌های مختلف، از جمله تولید و ارتقای کیفیت نرم‌افزار، ارائه‌ی خدمات باکیفیت‌تر و گسترده‌تر به مشتریان و از همه مهم‌تر، توانمندسازی محصولات “دیدگاه” و “آوات” به عنوان راهکارهای هوشمند با قابلیت‌های متنوع مبتنی بر هوش مصنوعی است.

تمرکز ما بر استفاده‌ی درون‌سازمانی از هوش مصنوعی است؛ نه صرفاً برای طرح پرسش از یک موتور خارجی، بلکه برای بهره‌گیری از دانش درونی سازمان‌ها. اگر بتوانیم از هوش مصنوعی برای تحلیل داده‌های داخلی استفاده کنیم، شاهد تحولی بزرگ در مدیریت کسب‌وکارها خواهیم بود.»

طبری با تأکید بر اهمیت تجربه‌ی کاربری به عنوان یکی از محورهای کلیدی تحول آینده، می‌گوید: «وجود فهرستی بلند از قابلیت‌ها به‌تنهایی ارزش‌آفرین نیست. یک قابلیت نرم‌افزاری زمانی معنا پیدا می‌کند که بارها بازطراحی شود و در فرآیندی مبتنی بر کاربرپژوهی و نوآوری مداوم، به ابزاری ضروری و اثربخش برای کاربر تبدیل شود. تجربه‌ی کاربری است که تفاوت اصلی میان نرم‌افزارها را رقم می‌زند و نحوه‌ی پیاده‌سازی، پشتیبانی و همراهی با سازمان‌ها در مسیر تغییر، عامل اصلی موفقیت در این میان است.»

طبری بر اهمیت تعامل‌پذیری نیز تأکید می‌کند: «چارگون همیشه تلاش کرده اکوسیستمی

باز باشد. API های خود را روی وبسایت در دسترس گذاشته‌ایم تا شرکت‌های کوچک و بزرگ بتوانند با ما یکپارچه شوند. هدف ما فروش بیشتر نرم‌افزار نیست، بلکه کمک به ایجاد هم‌افزایی در سازمان‌هاست. شاید در کوتاه‌مدت سود اقتصادی نداشته باشد، اما در بلندمدت به همان هدف اصلی‌مان یعنی افزایش بهره‌وری در سازمان‌های ایرانی کمک می‌کند.»

در پایان، او به ارزش‌هایی اشاره می‌کند که طی سال‌ها در چارگون تغییر نکرده‌اند: «از روز نخست که چارگون تنها یک نفره بود تا امروز که جمعی بیش از ۵۰۰ نفره‌ایم، فضای صمیمی و حس تعلق درونی در تیم حفظ شده است. همیشه تلاش کرده‌ایم به جای تبلیغات، بر رضایت مشتریان سرمایه‌گذاری کنیم و ایمان داریم که کیفیت و زیبایی محصول، ریشه در عشق ما به فناوری‌های نو و نوآوری دارد. اشتیاق برای ساخت محصول مثل روز اول در ما زنده و جاری است. تجربه نشان داده بزرگ‌ترین چالش سازمان‌ها در مواجهه با فناوری، تغییر نگرش‌هاست و ما دریافته‌ایم که همدلی و همراهی با مشتریان، از هر قابلیت نرم‌افزاری ارزشمندتر است. «برگ تازه» چارگون نیز بر پایه‌ی همین باور شکل گرفته است؛ تعهدی دوباره به نوآوری، بلوغ و همراهی در کنار مشتریان.»