



داشبورد (Dashboard)



شركت مهندسی نرم افزار رایورز

منبع:

ترجمه : سمیرا علیزاده

دی ماه ۱۳۹۳



سازمان‌هایی که در جستجوی روش‌هایی ساده، برای دستیابی به اطلاعات کلیدی از میان حجم انبوهی از اطلاعات هستند از جمله استفاده‌کنندگان داشبوردهای مدیریتی می‌باشند. در واقع این سازمان‌ها با تحلیل اطلاعات، عملکرد سازمانی را ارزیابی نموده و در عمل تصمیمات مناسب و به موقع را اتخاذ می‌نمایند و در پی آن شاهد افزایش بهره‌وری هستند.

تاریخچه:

اولین نسخه‌های داشبورد برای اولین بار در سال ۱۹۸۰ در قالب سیستم‌های اطلاعات اجرایی (EIS) توسعه یافت اما به دلیل وجود مشکلات اولیه در به‌روزرسانی و کنترل داده‌ها، متوجه شدند این روش عملی نیست. به واقع اطلاعات اغلب ناقص و غیرقابل اعتماد بوده و در منابع متفاوت و متعددی گسترش داشتند. با این وجود EISS ها تا سال ۱۹۹۰ به همین شکل استفاده می‌شدند. همگام با پیشروی عصر اطلاعات، انبار داده (DWH) و پردازش تحلیلی آنلاین (OLAP) به کمک داشبوردها آمدند تا عملکرد مناسب‌تری داشته باشند. با وجود در دسترس بودن امکانات تکنولوژی، داشبوردها تا یک دهه بعد با ظهور شاخص‌های کلیدی عملکرد (KPI) و معرفی کارت امتیاز متوازن توسط "رابرت کاپلان" و

"دیوید نورتون" محبوبیت عام پیدا کردند. امروزه استفاده از داشبوردها بخش مهمی از مبحث مدیریت عملکرد کسب و کار به شمار می‌رود.

داشبورد و انواع آن:

داشبوردها از ابزارهای کسب و کار بوده و شامل مجموعه‌ای از شاخص‌های عملکردی (PI)، شاخص‌های کلیدی عملکردی (KPI) و سایر اطلاعات مرتبط با کسب و کار هستند. شاخص‌های کلیدی عملکردی، اساساً نشان‌دهنده میزان موفقیت کسب و کار در دستیابی به اهداف استراتژیک سازمان هستند و از این جهت در معرض توجه و بررسی قرار دارند. باید این نکته را در نظر داشت که هدف یک داشبورد، بررسی و استفاده از کلیه اطلاعات موجود نیست بلکه حصول بینشی جامع از کسب و کار و اتفاقات درون آن می‌باشد، به نحوی که تصمیم‌گیری‌های بهینه مدیریتی و پیش‌بینی روال‌های آتی ممکن گردد.

داشبوردها به طور کلی به سه دسته تقسیم می‌شوند:

استراتژیک (Strategic Dashboard): داشبوردهای استراتژیک، غالباً به منظور مقایسه وضعیت سازمان با اهداف استراتژیک مورد استفاده قرار می‌گیرند. این داشبوردها، امکان بازبینی کلی و سریع از وضعیت کنونی سازمان را فراهم کرده و به مدیران برای تصمیم‌گیری‌های اجرایی، مانند تنظیم اهداف

کوتاه مدت، میان مدت و بلندمدت کمک شایانی می‌کنند. این داشبوردها با استفاده از اطلاعات دوره‌ای تهیه می‌شوند.

تحلیلی (Analytic Dashboard): داشبوردهای تحلیلی، همان طور که از نامشان مشخص است، با آنالیز اطلاعات، مدیر را در اتخاذ تصمیم یاری می‌نمایند. این داشبوردها، شامل بازبینی و مقایسه اطلاعات سنواتی و ارزیابی عملکرد سازمان می‌باشند. با در اختیار داشتن یک داشبورد تحلیلی، مدیر به آسانی، درکی صحیح از وضع موجود و دلایل آن را در اختیار خواهد داشت. به عنوان مثال، با استفاده از یک داشبورد تحلیلی می‌توان مشخص کرد که چرا اهداف واحد فروش محقق نگردیده، چه مسائلی دستیابی به این هدف را ناممکن نموده است.

داشبوردهای عملیاتی (Operational Dashboard): داشبوردهای عملیاتی، به پایش کارکردهای حیاتی سازمان، پرداخته و این امکان را برای مدیران فراهم می‌کنند تا از وضعیت چنین کارکردهایی در هر لحظه مطلع باشند. این داشبوردها برای نظارت بر فعالیت‌ها و رویدادهایی هستند که همواره در حال تغییر بوده و ممکن است نیاز به توجه لحظه‌ای داشته باشند. این داشبوردها از اطلاعات آماری استفاده نمی‌کنند و تحلیل و آنالیزی را بر عهده ندارند. یک داشبورد عملیاتی خوب، در لحظه، سریع و قابل اجرا است. چنین داشبوردهایی بیشتر توسط مدیران میانی بخش‌های مختلف سازمان استفاده می‌شوند تا در سطوح اجرایی.