



پنجشنبه

شنبه

یکشنبه

(۸۳/۵/۹)



۸۳/۵/۳

✓ در بحث بنچ مارکینگ (روش تحول و بهبود تطبیقی و الگوبرداری شده) حتماً از اثر هالو (Halo – effect) آگاه باشید:

اثر هالو یک اصطلاح روانشناسی است و آن عبارت است از:

**نسبت دادن خیلی مثبت یا خیلی منفی خصیصه ها به کسی بر مبنای یک مشخصه زیاد قابل رویت در آن شخص.**

در بنچ مارکینگ (Bench marking) اثر هالو می تواند به صورت زیر باشد:

- **اثر مثبت هالو:** موقعی که فرض شود که اگر یک شرکت در یک فرایند برتری داشت، آن شرکت در دیگر زمینه ها و فرایندها نیز موفق می باشد. این مورد اغلب برای شرکتهای موفق در تعیین کیفیت پیش می آید که دیگر شرکتها می خواهند تقریباً هر چیزی را با آنها بنچ مارک (تطبیق و همانند سازی) کنند.
- **اثر منفی هالو:** موقعی است که یک شرکت که معمولاً نتایج ضعیفی را در وضعیت جاری یا در مجموع در یک زمینه به خصوص به دست آورده، به عنوان یک شریک بالقوه بنچ مارکینگ رد می شود، اگرچه شرکت مذکور ممکن است در یک فرایند به خصوص حتی در سطح جهانی خیلی هم خوب باشد.