

## پرسشنامه هوش رقابتی روچ و سانتی (2001)

### معرفی پرسشنامه

این پرسشنامه استاندارد توسط روچ و سانتی (2001) ساخته شده و مشبکی و همکاران (1390) آن را ترجمه و در ایران استاندارد سازی کرده اند.

پرسشنامه هوش رقابتی شامل 22 سوال پاسخ بسته است که هر سوال از 5 گزینه مطابق با طیف لیکرتی شامل (خیلی زیاد، زیاد، تا حدودی، کم و خیلی کم) می باشد.

این پرسشنامه دارای 4 زیر مقیاس هوش تجاری، هوشمندی نسبت به رقبا، هوش تکنیکی و هوش اجتماعی می باشد.

سوال های مربوط به مولفه های سکون زدگی

متغیر	سوال ها	تعداد	دامنه	نمره
هوش تجاری	1 تا 5	5	5 تا 25	
هوشمندی نسبت به رقبا	6 تا 11	6	6 تا 30	
هوش تکنیکی	12 تا 16	5	5 تا 25	
هوش اجتماعی	17 تا 22	6	6 تا 30	
هوش رقابتی	1 تا 22	22	15 تا 75	

### روایی و پایایی

مشبکی و همکاران (1390) برای روایی پرسشنامه هوش رقابتی از اعتبار محتوا استفاده کرده اند و روایی آن را 0/89 و پایایی آن را به روش آلفای کرونباخ، 0/87 ذکر کرده اند.

## منابع

1. Rouach, D. & Santi, P. (2001). "Competitive Intelligence Adds Value: Five  
2. مشبکی، اصغر و رضوانیان زاده، محمدرضا و خرمگاه، سمانه سادات. (1390).  
سنجش و بهبود سطح هوش رقابتی در شرکت های خودروسازی با استفاده  
از الگوی QFD. بهبود مدیریت، 5(3)، 81-100.

## سوالات

- 1- وضعیت تأهل: مجرد  متاهل
- 2- تحصیلات: دیپلم  فوق دیپلم  لیسانس  فوق لیسانس  دکتری
- 3- سن: 30 سال و کمتر  بین 31-40 سال  41 سال و بیشتر
- 4- سابقه خدمت: کمتر از 10 سال  10-20 سال  20 سال و بیشتر

خیلی کم	کم	تا حدودی	زیاد	خیلی زیاد	عبارات	
					1 سازمان شما تا چه اندازه به نگرش مشتریان نسبت به کالا و خدمات خود اهمیت می دهد.	
					2 سازمان شما تا چه حد به وفاداری مشتریان نسبت به خدمات ارائه شده خود اهمیت می دهد.	
					3 تا چه اندازه به کسب اطلاعات از مشتریان خود اهمیت می دهید.	
					4 تا چه اندازه نسبت به کسب اطلاعات از تأمین کنندگان خود اهمیت می دهید.	
					5 تا چه اندازه تنوع کالا و خدمات سازمانهای رقیب برای شما اهمیت دارد .	
					6 تا چه اندازه کیفیت کالا و خدمات سازمانهای رقیب برای شما اهمیت دارد .	
					7 تا چه اندازه به شیوه های تأمین منابع مالی تبلیغ شده و نشده رقبا اهمیت می دهید.	
					8 تا چه اندازه تلاش می کنید اطلاعاتی در خصوص پیش بینی کسب درآمد و ارائه خدمات از رقبا به دست آورید.	
					9 تا چه اندازه کسب آگاهی از اطلاعات شیوه های ارائه خدمات رقبا برای شما اهمیت دارد.	
					10 سازمان شما تا چه اندازه به سیستم اطلاعاتی رقبا اهمیت می دهد.	

				11	تا چه حد استفاده رقبا از اینترنت برای شرکت شما اهمیت دارد.
				12	تا چه حد به فناوری و تحقیق و توسعه اهمیت می دهید.
				13	تا چه اندازه به شرکت در نمایشگاه های مختلف و ارائه دستاوردها اهمیت می دهید.
				14	تا چه اندازه به برنامه های روابط عمومی جهت افزایش ارائه خدمات اهمیت می دهید.
				15	تا چه اندازه به بازبینی فرآیند طراحی خدمات و محصولات با استفاده از تکنولوژی نوین اهمیت می دهید.
				16	تا چه حد سعی می کنید که در فرآیند خدمات رسانی از تکنولوژی نوین استفاده کنید.
				17	تا چه اندازه ناراحتی ایجاد شده افراد را درک می کنید.
				18	تا چه اندازه می توانید علت عصبانی شدن افراد هنگامی که با شما هستند تشریح کنید.
				19	تا چه اندازه به افکار و رفتار خلاقانه اهمیت می دهید.
				20	تا چه اندازه رفتارهای افراد را قابل پیش بینی می دانید.
				21	تا چه اندازه به نقش پذیری در اجتماع تمایل دارید.
				22	تا چه اندازه به قواعد تعامل اجتماعی (مانند نحوه ی ارتباط با دیگران، فنون مذاکره و ...) اهمیت می دهید .