

چکیده

هدف از این پژوهش بررسی ارتباط میان مدیریت دانش مشتری و نقش آن در نوآوری مستمر و عملکرد برتر می‌باشد. روش پژوهش از نوع توصیفی - همبستگی است. با توجه به اطلاعات به دست آمده، جامعه آماری مورد پژوهش حدود ۱۵۰۰ نفر از کارکنان شعب بانک ملی استان گیلان می‌باشد که بر اساس جدول مورگان حجم نمونه ۳۰۵ نفر خواهد بود. تعداد ۳۰۵ پرسشنامه توزیع گردید و با توجه به پرسش‌نامه‌های دریافتی، تعداد ۳۰۵ به پرسش‌نامه پاسخ دادند. از آزمون کولموگروف - اسمیرنوف برای بررسی نرمال بودن داده‌ها و جهت پایداری از ضریب آلفای کرونباخ استفاده شده است. نتایج این آزمون نشان داد که بین کیفیت نوآوری و دانش از مشتری، بین سرعت نوآوری و دانش از مشتری، بین عملکرد بانک و دانش از مشتری، بین کیفیت نوآوری و دانش برای مشتری، بین سرعت نوآوری و دانش برای مشتری، بین عملکرد بانک و دانش برای مشتری، بین کیفیت نوآوری و دانش درباره مشتری، بین سرعت نوآوری و دانش درباره مشتری و بین عملکرد بانک و دانش درباره مشتری ارتباط معنی دار وجود دارد.

واژه های کلیدی: مدیریت دانش، نوآوری، کیفیت نوآوری، سرعت نوآوری، عملکرد عملیاتی، عملکرد برتر