



**Research Paper**

**An Exploration of Intellectual Assets  
Creating Value from Intangible Assets at Islamic Azad University**

**Kobra Shariati Manesh:** PhD Student in Educational Management, Department of Educational Sciences, Faculty of Educational Sciences, Marvdasht Branch, Islamic Azad University, Marvdasht, Iran

**Ebadallah Ahmadi\*:** Department of Educational Management, Marvdasht Branch, Islamic Azad University, Marvdasht, Iran

**Reza Zarei:** Department of Educational Management, Marvdasht Branch, Islamic Azad University, Marvdasht, Iran

**Nader Shahamat:** Department of Educational Management, Marvdasht Branch, Islamic Azad University, Marvdasht, Iran

**Received:** 2025/01/27 **PP** 25-36 **Accepted:** 2024/03/21

**Abstract**

Today, in educational environments, including universities, in addition to tangible and physical assets, there is another type of asset called intangible assets. These intangible assets, including intellectual property, are considered one of the most important assets of any university. These types of assets strengthen the value and cultural foundations of the university and shape its identity. In the meantime, Islamic Azad University, as one of the most prominent higher education institutions, not only works in the field of knowledge production and providing quality education, but also plays an active role in expanding and strengthening intangible assets. The purpose of this research is to design a model of intellectual assets of Islamic Azad University based on creating value from intangible assets. The research method is qualitative, of the type of content analysis. The sampling method is purposive and snowball, and the participants are decision-makers and policymakers in the fields of educational management, public management, strategic management, and financial management, totaling 12 people. For validity, four concepts of credibility, trust, verification, and transferability were used, and for its reliability, the coefficient of agreement between the two coders was used. Data analysis was performed through open, axial coding using Max Quda software version 22. According to the research findings, intellectual property includes the components of patenting, ethical values, and citizenship behavior. According to the research findings, it can be concluded that since Islamic Azad University operates in the information and technology era based on the intellectual and creative abilities of its members, intellectual property is recognized as a strategic resource for creating value and realizing their long-term goals. In addition, intellectual property can not only enhance a university's reputation and position among competitors, but also help attract academic elites, develop international research projects, and establish connections with industry.

**Keywords:** Intellectual Property, Intangible Property, Islamic Azad University.

**Citation:** Shariati Manesh, K., Ahmadi, E., Zarei, R., & Shahamat, N. (2025). **An Exploration of Intellectual Assets Creating Value from Intangible Assets at Islamic Azad University.** *Journal of Development Studies and Resource Management*, 3(10), 25-36.

\* **Corresponding author:** Ebadallah Ahmadi, **Email:** ebadahmadi@yahoo.com

## Extended Abstract

### Introduction

In today's world, universities, as leading institutions in knowledge production, innovation, and social development, play an important role in shaping the future of society. In the meantime, the concept of university intellectual property as one of the most important types of intangible assets has received special attention. University intellectual property can have a profound impact on the performance and competitive position of a university. Unlike tangible assets, these types of assets cannot be directly observed or measured, but their power and influence on the success of universities is undeniable. According to Froehlich (2021), research has shown that organizations, including universities, do not operate in a vacuum and are always influenced by environmental factors. Today's world is a world full of changes and developments that bring both opportunities and threats to organizations. Organizations that have the ability to adapt to new conditions and environmental changes will be more successful in this field. Achieving this requires high intellectual capital of the organization's employees. In this regard, according to Norouzi-Shokur (2024), one of the aspects of spirituality that has been considered in today's economic culture is spiritual wealth. Spirituality is a name for experiences that go beyond material matters; experiences that are not achieved with the five senses; rather, they encompass deep truths and lofty values that humans understand with one of their dimensions, which is the spiritual dimension. In such a way that after experiencing action according to its instructions, a person will rely on a powerful support and will like for others whatever he likes for himself; Because it should be known that the main purpose of the revelation of Islam is to achieve perfection and to give the instructions for becoming immortal to the human being, but in order to achieve the elixir of immortality and to achieve a good life, which is the same as the spirituality connected with revelation, man must renounce himself and, by purifying and refining the soul, free himself from the constraints of this world while living in the world. In this case, the harmony between the truth and human action and the thinking of the Muslim individual will spread a pleasant song in his living environment. In

explaining the research problem, it is said that with the emergence of moral and identity crises throughout the world, the emphasis on spirituality has become more evident than ever. It seems that the need of contemporary man for spirituality has increased compared to the past. Spirituality in the workplace can bring humanity to organizations, activity to society, and responsibility to the environment. If this transformation is realized, it can be considered as one of the most important tasks that our society faces in the first decades of the new millennium (Gupta & Kumar, 2018). In this regard, the physical and physiological dimensions of employees in the workplace have been widely studied, but the spiritual aspect has received less serious attention. Understanding the importance of the organization's spiritual capital requires understanding individual spirituality, organizational spirituality and its consequences. This provides a new perspective on the key role of spirituality and spiritual awareness in the workplace (Rocha, R. G., & Pinheiro, 2020). In other words, today's human life, with its remarkable progress in material areas, has not only failed to pay attention to spirituality, but has also been neglected. One of the most important aspects is the impact of spirituality on employees, which is called spiritual wealth (Norouzi-Shokur, 2024). Considering what has been said, the question of this research is to investigate what the intellectual assets of Islamic Azad University are and what is its role in the scientific and cultural path?

### Methodology

The research adopts a qualitative approach with a thematic network analysis strategy, following Attride-Stirling's (2021) framework, which organizes data into basic, organizing, and overarching themes. Data collection was carried out through individual interviews with 12 experts, policymakers, and decision-makers from Islamic Azad University, all holding PhDs in fields such as educational, governmental, strategic, or financial management and with extensive experience in university policymaking. A purposive sampling method was applied, and according to Lincoln & Guba (2011), data saturation was achieved with this sample size. To ensure data validity, inter-coder reliability was assessed by calculating Cohen's Kappa coefficient, which reached 0.725, indicating strong agreement and confirming the

reliability of the extracted codes. The interview data were analyzed using open and axial coding in MaxQDA software, and the thematic network maps were used to illustrate the relationships among the themes.

### Results and discussion

According to the research findings, intellectual property includes patents, moral values, and citizenship behavior. It is said that intellectual property as an intangible asset in the Azad University refers to the set of values, culture, ethics, and spirit of the institution that is effective in an immaterial way. This intangible asset indicates the close relationship between university members, a sense of social responsibility, and the values that underlie the university's activities and decisions. According to the research findings, ethical values, observance of ethical principles in the university, observance of justice and fairness, and other principles related to ethical values are considered intangible assets in the Islamic Azad University. Also, citizenship behavior as an intangible asset in the Azad University refers to a set of actions, behaviors, and responsibilities

that faculty members, students, and university staff perform in order to support the values and missions of the institution, promote ethics, and actively participate in community affairs. These behaviors and responsibilities contribute to the realization of the university's social and educational goals. Also, according to experts, it can be said that organizational citizenship behavior refers to extra-role functions (beyond an individual's assigned organizational roles) in relation to job behaviors that are not part of the official job descriptions of employees in an organization.

### Conclusion

Since Islamic Azad University operates in the information and technology era based on the intellectual and creative abilities of its members, intellectual property is recognized as a strategic resource for creating value and realizing their long-term goals. In addition, intellectual property can not only strengthen the university's reputation and position among competitors, but also help attract academic elites, develop international research projects, and establish connections with industry.





## کاوشی در دارایی‌های معنوی ارزش‌آفرینی از دارایی‌های نامشهود در دانشگاه آزاد اسلامی

**کبری شریعتی منش:** دانشجوی دکتری مدیریت آموزشی، گروه علوم تربیتی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران  
**عباد اله احمدی:** گروه مدیریت آموزشی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران  
**رضا زارعی:** گروه مدیریت آموزشی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران  
**نادر شهامت:** گروه مدیریت آموزشی، واحد مرودشت، دانشگاه آزاد اسلامی، مرودشت، ایران

دریافت: 1403/11/08 **صص 25-36** پذیرش: 1404/01/01

### چکیده

در عصر حاضر، در محیط‌های آموزشی از جمله دانشگاه‌ها، علاوه بر دارایی‌های ملموس و فیزیکی، نوع دیگری از دارایی‌ها به نام دارایی‌های نامشهود نیز وجود دارد. این دارایی‌های نامشهود از جمله دارایی معنوی، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین سرمایه‌های هر دانشگاه محسوب می‌شوند. این نوع دارایی‌ها پایه‌های ارزشی و فرهنگی دانشگاه را تقویت کرده و هویت آن را شکل می‌دهند. در این میان، دانشگاه آزاد اسلامی به‌عنوان یکی از برجسته‌ترین مؤسسات آموزش عالی، نه تنها در حوزه تولید دانش و ارائه آموزش باکیفیت فعالیت می‌کند، بلکه در گسترش و تقویت دارایی‌های نامشهود نیز نقش فعالی بر عهده دارد. هدف این تحقیق طراحی مدل دارایی‌های معنوی دانشگاه آزاد اسلامی مبتنی بر ارزش‌آفرینی از دارایی‌های نامشهود است. روش تحقیق آن کیفی از نوع تحلیل مضمون می‌باشد. روش نمونه‌گیری، هدفمند و گلوله برفی است که مشارکت‌کنندگان آن مدیران تصمیم‌گیرنده و سیاستگذار در حوزه مدیریت آموزشی، مدیریت دولتی، مدیریت استراتژیک و مدیریت مالی می‌باشند که تعداد آنها 12 نفر می‌باشد. جهت روایی از چهار مفهوم قابلیت اعتبار، اعتماد، تایید و انتقال و درخصوص پایایی آن، از ضریب توافق دو کدگذار استفاده شده است. تجزیه و تحلیل داده‌ها از طریق کدگذاری باز، محوری با استفاده از نرم افزار مکس کیودا نسخه 22 لحاظ شده است. طبق یافته‌های تحقیق دارایی‌های معنوی شامل مولفه‌های ثبت اختراع، ارزشهای اخلاقی و رفتار شهروندی می‌باشد. طبق یافته‌های تحقیق می‌توان چنین نتیجه‌گیری کرد که از آنجاکه دانشگاه آزاد اسلامی در عصر اطلاعات و فناوری بر اساس توانایی‌های فکری و خلاقانه اعضای خود عمل می‌کنند، دارایی معنوی به‌عنوان منبعی استراتژیک برای ایجاد ارزش و تحقق اهداف بلندمدت آن‌ها شناخته می‌شود. به‌علاوه، دارایی‌های معنوی نه تنها می‌توانند شهرت و جایگاه دانشگاه را در میان رقبا تقویت کنند، بلکه به جذب نخبگان علمی، توسعه پروژه‌های پژوهشی بین‌المللی، و برقراری ارتباط با صنعت نیز کمک می‌کنند.

**واژه‌های کلیدی:** ارزش‌آفرینی، دارایی معنوی، دارایی نامشهود.

**استاد:** شریعتی منش، کبری؛ احمدی، عبادالله؛ زارعی، رضا؛ و شهامت، نادر (1404). کاوشی در دارایی‌های معنوی ارزش‌آفرینی از دارایی‌های نامشهود در دانشگاه آزاد اسلامی. فصلنامه مطالعات توسعه و مدیریت منابع، 3 (10)، 25-36.

## مقدمه

در دنیای امروز، دانشگاه‌ها به‌عنوان نهادهای پیشرو در تولید دانش، نوآوری، و توسعه اجتماعی، نقش مهمی در شکل‌دهی به آینده جامعه ایفا می‌کنند. در این میان، مفهوم دارایی معنوی دانشگاه به‌عنوان یکی از مهم‌ترین انواع دارایی‌های نامشهود، مورد توجه ویژه قرار گرفته است. دارایی معنوی دانشگاه می‌تواند تأثیری عمیق بر عملکرد و جایگاه رقابتی دانشگاه داشته باشد. برخلاف دارایی‌های ملموس، این نوع دارایی‌ها مستقیماً قابل مشاهده یا اندازه‌گیری نیستند، اما قدرت و نفوذ آن‌ها در موفقیت دانشگاه‌ها غیرقابل انکار است.

به زعم فروهلیچ تحقیقات نشان داده است که سازمان‌ها از جمله دانشگاه‌ها در خلأ فعالیت نمی‌کنند و همواره تحت تأثیر عواملی محیطی می‌باشند (Froehlich, 2021). دنیای امروز، جهانی مملو از تغییرات و تحولات است که هم فرصت‌ها و هم تهدیدهایی را برای سازمان‌ها به همراه دارد. سازمان‌هایی که توانایی تطبیق با شرایط جدید و تغییرات محیطی را دارند، در این زمینه موفق‌تر خواهند بود. تحقق این امر نیازمند سرمایه معنوی بالای کارکنان سازمان است. در همین راستا به زعم نوروزی شکور یکی از جنبه‌های معنویت که در فرهنگ اقتصادی امروز مورد توجه قرار گرفته است دارایی معنوی می‌باشد (Norouzi-Shokur, 2024). معنویت نامی برای تجاری فراتر از مسائل مادی است؛ تجاری که با حواس پنج‌گانه حاصل نمیشوند؛ بلکه حقایق عمیق و ارزش‌هایی والا را در بر میگیرند که انسان با یکی از ابعاد خود که همان بعد روحانی است، آن را درک میکند. به طوری که فرد پس از تجربه عمل بر طبق دستورات آن، به تکیه گاهی قدرتمند اتکا خواهد کرد و هرآنچه را که برای خود میسندد برای دیگران نیز میسندد؛ زیرا این را باید دانست که هدف اصلی از نزول اسلام رسیدن به کمال است و دستورالعمل جاودانه شدن به وجود بشر هدیه میکند اما بشر برای رسیدن به اکسیر جاودانه شدن و رسیدن به حیات طیبه که همان معنویت متصل و حیانی است باید از خود بگذرد و با تزکیه و تهذیب نفس، خود را از قیود این جهانی در عین اینکه در جهان زندگی میکند، برهاند که در این صورت، هماهنگی موجود بین حقیقت و فعل انسانی و تفکر فرد مسلمان آوازی خوش را در محیط زندگی او میپراکند.

در تبیین مسئله تحقیق گفته می‌شود که با ظهور بحران‌های اخلاقی و هویتی در سراسر جهان، تأکید بر معنویت بیش از پیش آشکار شده است. به نظر می‌رسد که نیاز انسان معاصر به معنویت نسبت به گذشته افزایش یافته است. معنویت در محیط کار می‌تواند برای سازمان‌ها انسانیت، برای جامعه فعالیت، و برای محیط، مسئولیت‌پذیری به ارمغان آورد. در صورتی که این تحول تحقق یابد، می‌توان آن را به‌عنوان یکی از مهم‌ترین وظایفی دانست که جامعه ما در نخستین دهه‌های هزاره جدید با آن روبه‌رو است (Gupta & Kumar, 2018). در همین راستا ابعاد فیزیکی و فیزیولوژیکی کارکنان در محیط کار به‌طور گسترده‌ای مورد مطالعه قرار گرفته است، اما جنبه معنوی کمتر به‌صورت جدی مورد توجه قرار داشته است. درک اهمیت سرمایه معنوی سازمان مستلزم شناخت معنویت فردی، معنویت سازمانی و پیامدهای آن است. این امر چشم‌انداز جدیدی را در مورد نقش کلیدی معنویت و درایی معنوی در محیط کار ارائه می‌دهد (Rocha, R. G., & Pinheiro, 2020). به عبارت دیگر زندگی امروزی بشر، با پیشرفت‌های چشم‌گیر که در عرصه‌های مادی دارد، اما در زمینه توجه به معنویات نه تنها موفق نبود که از آن غافل مانده است. یکی از مهم‌ترین جنبه‌ها تأثیر معنویت بر کارکنان است که به آن دارایی معنوی می‌گویند (Norouzi-Shokur, 2024).

بر همین اساس، برخی نظریه‌پردازان مدیریت، دارایی معنوی را به‌عنوان ابزاری برای مقابله با تغییرات پیچیده دنیای امروز پیشنهاد می‌کنند. شواهد نشان می‌دهد که قلمرو سازمان و مدیریت، چه در زمینه نظری و چه در حوزه عملی، به شدت تحت تأثیر عوامل ساختاری و فراساختاری قرار دارد. به همین دلیل، مباحثی همچون اخلاق و معنویت کارکنان، از جمله موضوعات مهم مدیریت و سازمان در قرن 21 به شمار می‌رود و امروزه به‌عنوان یک عنصر اساسی و ضروری در محیط کار شناخته شده است (Akimochkina et al., 2022).

در همین راستا الگوی تعالی ابزاری جهت سنجش میزان استقرار سیستم‌ها در سازمان و خودارزیابی و راهنمایی است که مسیر فعالیت مدیران را برای بهبود عملکرد شناسایی و تعیین می‌کند (Tena et al., 2019).

با افزایش کاربری و گسترش الگوهای ارزیابی سرمایگی و تعالی، الگوها، راهنماها و مدل‌هایی متناسب با نوع فعالیت‌های سازمان‌ها، شرکت‌ها و مراکز صنعتی و تولیدی طراحی شده‌اند (Ghavidel et al, 2021; Bakhtiari et al, 2015).

درخصوص اهمیت و ضرورت تحقیق بیان می‌گردد که امروزه با ظهور بحران‌های اخلاقی و هویتی در سراسر جهان، تأکید بر معنویت بیش از پیش اهمیت یافته است. به نظر می‌رسد که نیاز انسان امروز به معنویت بیشتر از گذشته است. معنویت در محیط کار می‌تواند برای سازمان‌ها انسانیت، برای جامعه فعالیت، و برای محیط، مسئولیت‌پذیری به ارمغان آورد و در صورت تحقق، به‌عنوان یکی از مهم‌ترین عناصر تحول‌آفرین عمل خواهد کرد (Gupta & Kumar, 2018).

همچنین از جمله دلایل اهمیت و ضرورت دارایی معنوی، به‌ویژه در دانشگاه، می‌توان به ایجاد چشم‌انداز یکپارچه اشاره کرد که ورود معنویت به سازمان و محیط‌های کاری به کارکنان این امکان را می‌دهد که چشم‌اندازی یکپارچه‌تر نسبت به سازمان، خانواده، و جامعه خود به دست آورند (Milliman et al., 2018).

علاوه بر این جستجوی معنا در کار، نیز اهمیت دارد چرا که امروزه کارکنان اغلب به دنبال چیزی فراتر از پاداش‌های مادی در کار خود هستند. آن‌ها تمایل دارند که شغلی معنادار، امیدبخش و هماهنگ با زندگی شخصی‌شان داشته باشند (Borup, 2018).

شاخص دیگر، مدیریت عدم اطمینان است که درخصوص آن گفته می‌شود که محیط‌های امروزی از جمله دانشگاه‌ها با پدیده عدم اطمینان روبه‌رو هستند. در این شرایط، سازمان‌ها از معنویت به‌عنوان منبعی غنی برای ایجاد پایداری استفاده می‌کنند و از این طریق، تناقض میان نظم و بی‌نظمی را در سازمان‌ها حل‌وفصل می‌نمایند. همچنین به زعم بسیاری از محققان دارایی‌های نامشهود از جمله دارایی معنوی در دانشگاه‌ها بسیار مهم است (Wang & Yu, 2015).

چرا که اثرات غیر قابل انکاری در توسعه‌ی هر کشور دارد. به همین دلیل اکثر کشورهای پیشرفته برای فراهم ساختن زمینه بهره‌وری اقشار مختلف افراد از نتایج سازنده و مفید آن، از نیروهای متخصص و تشکیلات سازمان یافته و وسیع برخوردار هستند و برنامه ریزی‌های دقیق و سرمایه‌گذاری‌های هنگفتی در نظام آموزش عالی انجام داده‌اند.

با توجه به آنچه گفته شد سؤال این تحقیق این است که بررسی کند دارایی‌های معنوی دانشگاه آزاد اسلامی چیست و نقش آن در مسیر علمی و فرهنگی چگونه است؟

### مبانی نظری و پیشینه پژوهش

به زعم لیتر برای مدت طولانی، کالج‌ها و دانشگاه‌ها فقط به مدیریت دارایی‌های مشهود توجه می‌کنند و آگاهی آنها از دارایی‌های نامشهود نسبتاً مهم است و از دست دادن دارایی‌های نامشهود جدی است (Litner et al., 2020). کالج‌ها و دانشگاه‌ها از نظر ایدئولوژیکی نسبت به مدیریت دارایی‌های نامشهود بی‌تفاوت هستند که عمدتاً در عدم آگاهی از حمایت از حقوق مالکیت آشکار می‌شود. آگاهی مدیریت نسبت به این موضوع ضعیف است. در نتیجه، دارایی‌ها به درجات مختلف از بین رفته و حقوق و منافع مشروع اغلب نقض می‌شود. دلایل تاریخی و عملی خاصی برای شکل‌گیری این نوع تفکر و درک وجود دارد. اما اساساً منعکس‌کننده این است که مردم مزایای ارزش بالقوه دارایی‌های نامشهود را نادیده می‌گیرند، بنابراین این مشکل تغییر ایده‌ها نه تنها در دانشگاه‌ها بلکه برای کل جامعه است.

دارایی‌های نامشهود به تفاوت میان ارزش بازار یک سازمان و هزینه جایگزینی دارایی‌های آن اشاره دارد. این نوع دارایی‌ها غیرپولی بوده و فاقد شکل و ماهیت فیزیکی هستند، اما به دلیل حقوق و مزایایی که ایجاد می‌کنند، دارای ارزش می‌باشند. دارایی‌های نامشهود شامل تمامی منابعی هستند که، اگرچه فاقد وجود فیزیکی‌اند، اما در آینده به صاحبان خود منفعت می‌رسانند. این دارایی‌ها مواردی چون دانش، نوآوری، اعتبار و موارد مشابه را در بر می‌گیرد (Castilla-Polo & Ruiz-Rodriguez, 2017).

در همین راستا امروزه همزمان با رشد اقتصادی دانش محور در کشورهای در حال توسعه و توسعه، دارایی ناملموس سازمان‌ها به عنوان منبعی برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار شناخته شده است. تحقیقات نشان داده است که دارایی‌های نامشهود در دانشگاه‌ها شامل شهرت، رهبری و همکاری است که برای به دست آوردن و حفظ مزیت رقابتی ضروری است (Jeketule Soko, 2014).

مدیریت دانش و شهرت سازمانی دارایی‌های نامشهود قابل توجهی هستند که مستقیماً بر فرآیندهای مدیریت استراتژیک در مؤسسات آموزش عالی تأثیر می‌گذارند. دارایی‌های نامشهود در دانشگاه‌ها شامل مدیریت دانش، نام تجاری، و شهرت سازمانی، تأثیرگذاری بر مدیریت استراتژیک و فرآیندهای نوآوری با افزودن ارزش به موسسه و محیط آن است (Guerrero et al., 2015).

دارایی‌های نامشهود در دانشگاه‌ها شامل مزیت‌های زیست محیطی، دارایی‌های رابطه‌ای و دارایی‌های مدیریتی مانند تصویر دانشگاهی، روابط و فلسفه مدیریت است که برای استحکام و توسعه همه جانبه آنها ضروری است (Jian et al., 2009).

به زعم سامینو گارسیا کاربرد یادگیری در سطح دانشگاه به عنوان یک استراتژی یادگیری مناسب تلقی می‌گردد که به عنوان سرمایه برای تقویت فراگیری آموزش، ارتقای همکاری با جامعه اجتماعی، با فرض عدالت اجتماعی و توسعه پایدار در نظر گرفته می‌شود (Samino, 2023).

در تحقیقات آمده است که ورود مفاهیمی مانند اخلاق، حقیقت، درستکاری، وجدان، اعتماد، بخشش، احساسات، مهربانی، معناجویی در کار، تشویق همکاران، احساس صلح و هماهنگی، نوعدوستی و موارد مشابه به پژوهش‌ها و اقدامات مدیریتی و کسب‌وکار، نشان از ظهور رهیافتی نوین به نام دارایی معنوی دارد. دارایی معنوی مفهومی است که توسط دو محقق به نام‌های دانا زوهر و ایان مارشال در سال 2004 وارد ادبیات مدیریت شد (Matolcsy et al., 2000).

این سرمایه برخلاف پول و مادیات، ماهیت معنوی دارد و از ارزش و اهمیت بیشتری نسبت به دارایی‌های مادی برخوردار است. سرمایه معنوی نه تنها بر افزایش ثروت مادی افراد اثرگذار است، بلکه در افزایش ثروت معنوی آن‌ها نیز نقشی کلیدی ایفا می‌کند. دارایی معنوی به‌عنوان عاملی برای حرکت و تولید انرژی در سازمان‌ها عمل کرده و آن‌ها را به قابلیت‌هایی مجهز می‌سازد که به تعالی و توسعه پیدارشان منجر می‌شود.

شود. این مفهوم شامل آگاهی نسبت به توانایی‌های فردی، تشخیص ظرفیت‌های موجود در محیط اطراف، توانایی تحلیل مسائل و مشکلات از زوایای مختلف، درک ارزش‌های والای انسانی، همدلی و درک دیگران، احترام به تفاوت‌های فردی با اعتقاد به هدفمند بودن آن‌ها، و در نهایت، بهره‌برداری از این تفاوت‌ها است. علاوه بر این، سرمایه معنوی شامل توانایی تبدیل تهدیدها به فرصت و داشتن نگرش برد-برد در تمام ابعاد زندگی می‌شود (Neubert et al., 2017). در تحقیقات آمده است که دارایی معنوی شامل دانش فنی، نرم افزارهای تجاری و کسب و کار، کپی رایت، حقوق مربوط به طرح‌های گوناگون و نشانه‌های تجاری است. به عبارت دیگر دارایی‌های مالکیت معنوی عبارت از حق ثبت اختراع، حق امتیاز و اسرار تجاری هستند (Seetharaman and Sooria, 2002). تفاوت‌های آشکاری بین دارایی‌های نامشهود دانشگاه‌ها و سایر سازمان‌ها وجود دارد. کالج‌ها و دانشگاه‌ها از بدو تولد، پیوسته همراه با توسعه دارایی‌های نامشهود را تولید کرده‌اند و پس از انباشت طولانی‌مدت، حجم بسیار زیادی شکل گرفته است. به طور خاص، بسیاری از کالج‌ها و دانشگاه‌های معروف دارایی‌های نامشهود قابل توجهی را به دلیل مزایای جامع استعدادها، دانش و اطلاعات خود و از طریق استفاده از تجهیزات آزمایشی عالی و ساختن بسیاری از رشته‌ها جمع آوری کرده‌اند. درخصوص مالکیت معنوی بیان شده است که این حق انحصاری است که هدف آن دستاوردهای فکری است. که عمدتاً شامل حقوق ثبت اختراع، حقوق علامت تجاری، کپی رایت دانشگاه‌ها، روش‌های مختلف فنی و داده‌های آزمایش علمی و غیره است. این حقوق مالکیت معنوی، اصلی‌ترین دارایی‌های نامشهود دانشگاه‌ها هستند و در شرایط فعلی بازار، فضای گسترده‌ای برای توسعه اقتصادی دارند. مانند نرم افزارهای کامپیوتری توسعه یافته توسط اساتید در فعالیتهای آموزشی و پژوهشی، پتنت‌های شغلی درخواستی و غیره (He, 2016).

مالکیت معنوی شامل حقوق قانونی است که از خلاقیت‌های ذهن مانند اختراعات، آثار ادبی و هنری و نمادها محافظت می‌کند. تکامل حقوق مالکیت معنوی توسط توجیه‌های مختلف فلسفی از جمله حقوق طبیعی، سودمندگرایی و عینی‌گرایی شکل گرفته است که هر کدام دیدگاه‌های منحصر به فردی در مورد پیامدهای اخلاقی و اقتصادی حقوق مالکیت معنوی ارائه می‌دهند. بخش‌های زیر به زمینه تاریخی، مبانی نظری و چالش‌های معاصر پیرامون مالکیت معنوی می‌پردازند. از لحاظ توسعه تاریخی مفهوم دارایی معنوی، ریشه‌هایی دارد که به دوران قرون وسطی بازمی‌گردد و تکامل قابل توجهی در حدود قرن 12 و 33 مشاهده شده است. دیدگاه‌های تاریخی انتقال از تحقیر برای صنایع دستی به شناخت ارزش کار خلاق را برجسته می‌کند، که زمینه‌های حقوق معنوی مدرن را فراهم آورد (Rashidipour et al., 2022).

درخصوص تئوری‌های مرتبط با موضوع تحقیق می‌توان به نظریه حقوق طبیعی اشاره کرد که فرض می‌کند که افراد حق دارند ثمره کار خود را داشته باشند، در حالی که سودمندی طلبی استدلال می‌کند که حقوق مالکیت معنوی نوآوری و رفاه اجتماعی را تشویق می‌کند. همچنین طبق نظریه عینی‌گرایی یک منطق متمایز ارائه می‌دهد، با تأکید بر ارزش ایجاد شده توسط ذهن عقلانی به عنوان پایه‌ای برای حقوق (Mossoff, 2024). همچنین بحث‌های فعلی بر پیامدهای فناوری دیجیتال بر دارایی معنوی متمرکز است، از جمله چالش‌های پیش آمده از جهانی شدن و اینترنت، که چارچوب‌های دارایی معنوی سنتی را پیچیده می‌کنند (Schwabach, 2008). طبق تئوری سرمایه اجتماعی، که نخستین بار توسط بورديو (1986) مطرح شد، دارایی معنوی به روابط، شبکه‌ها، و تعاملات میان افراد و گروه‌ها اشاره دارد که موجب تسهیل همکاری و هماهنگی می‌شود. در این چارچوب، دارایی معنوی بخشی از سرمایه اجتماعی سازمانی به حساب می‌آید، زیرا فرهنگ، اعتماد، و هنجارهای مشترک از طریق روابط درونی سازمان تقویت می‌شوند. این تئوری نشان می‌دهد که دارایی معنوی سازمان می‌تواند به عنوان منبعی برای ایجاد مزیت رقابتی استفاده شود. طبق تئوری منابع و قابلیت‌ها، که این تئوری توسط بارنی (Barney, 1991) توسعه داده شد، بیان می‌کند که منابع و قابلیت‌های منحصر به فرد سازمان، از جمله دارایی‌های نامشهود مانند دارایی معنوی، می‌توانند منجر به مزیت رقابتی پایدار شوند. در این چارچوب، دارایی معنوی به عنوان یک منبع راهبردی در نظر گرفته می‌شود که سازمان‌ها را قادر می‌سازد از طریق نوآوری، دانش، و ارزش‌های مشترک، به موفقیت دست یابند.

طبق تئوری سرمایه معنوی، که توسط زوهر و مارشال معرفی شد، به مجموعه ارزش‌ها، باورها، و معنویت سازمانی اشاره دارد که به طور مستقیم بر پایداری و توسعه سازمان تأثیر می‌گذارد (Zohar & Marshall, 2004). این تئوری بر اهمیت دارایی معنوی تأکید دارد و نشان می‌دهد که سازمان‌هایی که دارای فرهنگ معنوی قوی هستند، می‌توانند انگیزه و تعهد بیشتری در کارکنان خود ایجاد کنند. طبق تئوری سازمان یادگیرنده که این تئوری، که توسط سنگه توسعه داده شد، بر اهمیت یادگیری مستمر در سازمان‌ها تأکید دارد (Senge, 1990). دارایی معنوی در این تئوری به عنوان توانایی سازمان برای بهره‌گیری از دانش، تجربیات، و هنجارهای مشترک برای یادگیری و نوآوری تلقی می‌شود. سازمان‌های یادگیرنده از طریق تقویت دارایی معنوی، می‌توانند محیطی پویا و خلاق ایجاد کنند.

طبق تئوری وابستگی که پففر و سالانسیک در این تئوری بیان می‌کنند که سازمان‌ها برای بقا و رشد، باید منابع حیاتی خود را مدیریت کنند. دارایی معنوی یکی از این منابع حیاتی است که شامل اعتماد، فرهنگ سازمانی، و شبکه‌های ارتباطی می‌شود (Pfeffer & Salancik, 1978). این تئوری تأکید دارد که مدیریت صحیح دارایی‌های معنوی می‌تواند به استقلال و پایداری سازمان کمک کند.

در زمینه پیشینه تحقیقات داخلی، می‌توان به پژوهش نوروزی شکور اشاره کرد که در یک مطالعه کیفی و اسنادی به این نتیجه رسیده است که معنویت تجربه‌ای فراتر از مسائل مادی است؛ تجربه‌ای که با حواس پنج‌گانه قابل درک نیست، بلکه شامل حقایق عمیق و ارزش‌های والا می‌شود که انسان از طریق بعد روحانی خود آن را درک می‌کند. در این تحقیق آمده است که فرد پس از تجربه عمل مطابق با دستورات معنوی، به تکیه‌گاهی قدرتمند دست می‌یابد و آنچه برای خود می‌پسندد، برای دیگران نیز می‌پسندد. هدف اصلی نزول اسلام، رسیدن به کمال و هدیه کردن دستورالعمل جاودانگی به انسان است؛ اما برای دستیابی به «اکسیر جاودانگی» و رسیدن به «حیات طیبه» یا همان معنویت متصل به وحی، انسان باید از خودگذشتگی کند و با تزکیه و تهذیب نفس، خود را از قیود دنیوی رها سازد، بی‌آنکه از زندگی در جهان کناره گیرد. در این صورت، هماهنگی میان حقیقت، عمل انسانی و تفکر فرد مسلمان، جلوه‌ای خوشایند و الهام‌بخش در محیط زندگی او پدید می‌آورد. (Norouzi-Shokur, 2024).

مراکز و همکاران در تحقیقی با عنوان بررسی رابطه بین سرمایه معنوی و پایداری کسب‌وکارهای کارآفرینانه کشاورزی، بر این باورند که پایداری کسب‌وکارها یکی از زمینه‌های مورد توجه در کارآفرینی است که روشن شدن چارچوب آن و مؤلفه‌های تأثیرگذار بر آن به درک بهتر الگوهای کارآفرینی کمک می‌کند. یکی از مواردی که تأثیر آن بر پایداری کسب‌وکارها مورد کنکاش قرار گرفته است، سرمایه معنوی است. تحقیق از نوع کمی بوده است. مدل نهائی پژوهش نشان داد که سرمایه معنوی رابطه مثبت و معناداری با پایداری کسب‌وکارهای مورد بررسی دارد. همچنین هر چهار بعد سرمایه معنوی (شامل دلبستگی به خداوند، ارزش‌گذاری معنوی، تأثیرگذاری معنوی و رابطه تعالی با خداوند) رابطه مثبت و معناداری با پایداری کسب‌وکارها داشته‌اند (Moradnejadi et al., 2023).

همچنین خسروی و همکاران تحقیقی پیرامون سرمایه معنوی انجام داده‌اند آنها در تحقیق کیفی خود به این نتیجه رسیده‌اند که سرمایه انسانی به‌عنوان مهمترین دارایی برای پیشرفت نهادها، سازمان‌ها و شرکت‌ها یاد می‌شود؛ محققان دریافته‌اند توسعه اصالت فردی، زیربنای خودشکوفایی و نوآوری در اجتماع و بنیادگذار پیشرفت‌های چشم‌گیر فرهنگی و بالتبع مترقی‌ساز صنعت، کارآفرینی و اقتصاد است. مهمترین راه تقویت سرمایه انسانی، ارتقاءدهی معنوی به افراد است. در این میان، اخلاق فاضل و نیکوی فرد اصیل، مهمترین عامل بروز و ظهور ایده‌های نوین افراد و به‌کارگیری عملی این نیروهاست (Khosravi, 2011).

قربانی و کاویار در تحقیقی پیرامون اصل سرزمینی در حقوق علائم تجاری: تضمین‌کننده دارایی سازی مالکیت معنوی که تحقیقی کیفی است به این نتیجه رسیده‌اند که اصل سرزمینی بودن یکی از مبانی اساسی حقوق مالکیت فکری است (Ghorbanifar and Kavyar, 2011). این اصل به کشورها اجازه می‌دهد قوانین مالکیت فکری خود را به‌گونه‌ای طراحی کنند که دستیابی به اهداف خاص اجتماعی را تسهیل کند. علائم تجاری جزء سرمایه‌های ملی یک کشور است که شامل علائم ثبت شده و علائم ثبت نشده و دسته سومی به نام علائم مشهور می‌باشند. اصل سرزمینی اساسی‌ترین توجیه حمایت از علائم تجاری ثبت شده است چراکه حمایت از این نوع علامت تابع قانون کشور محل ثبت است. درواقع سرزمینی‌بودن بنیادی‌ترین اصل در حمایت از این حقوق است، بدین معنی که علامت در محدوده سرزمینی که در آن ثبت شده است، حمایت می‌شود. امیری و همکاران (Amiri et al., 2021) در تحقیقی پیرامون سرمایه معنوی در سازمان‌های مردم‌نهاد که تحقیق کیفی بوده است به این نتیجه رسیده‌اند که عناصر مدل سرمایه معنوی در سازمان‌های مردم‌نهاد شامل مقولات عوامل سازمانی، عوامل گروهی، ارزش محوری، فرهنگ جامعه، محیط خانواده، محیط مذهبی، محیط اجتماعی، فرهنگ کار، پایداری سازمانی، رضایت شغلی، بازخورد رسانه، افزایش بهره‌وری، کارآیی کارکنان، تعهد سازمانی و آرامش خاطر می‌شود. براساس کدگذاری انتخابی و الگوی سرمایه معنوی در سازمان‌های مردم‌نهاد عوامل سازمانی و عوامل گروهی به‌عنوان شرایط علی از طریق ارزش محوری به‌عنوان پدیده محوری و با در نظر گرفتن فرهنگ جامعه، محیط خانواده، محیط مذهبی و محیط اجتماعی به‌عنوان بستر پدیده از طریق فرهنگ کار به‌عنوان راهبرد منجر به پیامدهای پایداری سازمانی، رضایت شغلی، بازخورد رسانه، افزایش بهره‌وری، کارآیی کارکنان، تعهد سازمانی و آرامش خاطر می‌شود.

درخصوص تحقیقات خارجی نیز هودسان و مورگان تحقیقی پیرامون حفاظت از مالکیت معنوی انجام داده‌اند. آنها بر این باورند که کمیابی ذاتی و غیرقابل تقلید بودن مالکیت معنوی مدتهاست که به عنوان پایه ارزش استراتژیک آن شناخته شده است (Hudson & Morgan, 2025). این ویژگی‌ها در بازارهایی با حفاظت مالکیت معنوی ضعیف، جایی که مالکیت معنوی نمی‌تواند برای ایجاد مزیت رقابتی پایدار مورد استفاده قرار گیرد، به خطر می‌افتد. این موضوع چالش‌های مهمی را برای بین‌المللی شدن ایجاد می‌کند. حفاظت از مالکیت معنوی و ریسک شرکت: چگونه انتقال خدمات و شدت دانش از دست دادن منابع استراتژیک را کاهش می‌دهد پاندی و میشرا (2025) در تحقیقی پیرامون

مالکیت معنوی در تحقیقی کیفی بر این باورند که حقوق بشر و حقوق مالکیت معنوی به طور مستقل توسعه یافته‌اند. حقوق بشر حقوق مسلم مرتبط با کرامت انسانی است در حالی که حقوق مالکیت معنوی حقوقی با هدف ارتقای نوآوری‌ها و منافع جوامع منتخب برای رشد بیشتر اقتصادی و فناوری است. منافع اقتصادی و شخصی افراد تحت قوانین بین‌المللی مالکیت فکری مورد توجه قرار گرفته است. در معیارهای بین‌المللی حقوق مالکیت معنوی در تجارت جهانی، رشد اقتصادی بر حقوق بشر اولویت دارد. در حالی که تأثیر قابل توجهی بر اجرای حقوق بشر برای افراد و جوامع از جمله حقوق غذا، بهداشت، محیط زیست و آموزش کافی دارد. حقوق مالکیت معنوی به شدت با حقوق بشر در تضاد است.

تیتو و همکاران تحقیقی کمی پیرامون مالکیت فکری و معنوی و اقتصاد دانش بنیان انجام داده‌اند. آنها اذعان کرده‌اند که اقتصاد دانش بنیان چالشی برای قرن حاضر است (Titu et al., 2025). موضوع مالکیت فکری از طریق منشور مفهومی موضوعی که در شرایط کنونی اقتصاد جهانی عملیاتی شده است، مورد بررسی قرار می‌گیرد. نهادهای اصلی که مستقیماً با این مفهوم در ارتباط هستند ذکر شده است. موضوع پتنت‌های مربوط به مقالات علمی نمایه شده WOS نیز به همراه یک سری آمار و مطالعات در مورد وضعیت حفاظت از پتنت در سراسر جهان در زمینه‌های برتر مورد بحث است. یوجواری گیل به روش‌های شبکه‌ای برای ایجاد ارزش از دارایی‌های نامشهود پرداخته است. نتایج نشان می‌دهند که دانش محافظت شده قانونی یکی از دارایی‌های نامشهود مهم است که نقش کلیدی در ارزش‌آفرینی سازمانی ایفا می‌کند (Ujwary-Gil, 2024). تحقیق والنسیا و لیما ارتباط دارایی‌های نامشهود با ایجاد ارزش در شرکت‌های اقتصاد خلاق بررسی شده است. نتایج نشان می‌دهند که برخی دارایی‌های نامشهود مانند سرمایه ساختاری و سرمایه انسانی ارتباط مستقیمی با ایجاد ارزش دارند (Valença and de Lima, 2023). تحقیق ژانگ و همکاران نشان داده است که تأثیر ارتقای بهره‌وری دارایی‌های نامشهود بر شرکت‌های خصوصی اهمیت بیشتری دارد (Zhang et al., 2023).

در جمع‌بندی می‌توان چنین گفت که تحقیقات مختلف در زمینه دارایی‌های معنوی به عنوان دارایی نامشهود نشان می‌دهند که این دارایی‌ها نقشی حیاتی در بهبود عملکرد سازمان‌ها ایفا می‌کنند. نوآوری اصلی این پژوهش دارایی‌های معنوی، بررسی همه‌جانبه‌ی مولفه‌های دخیل بر ارائه‌ی الگوی آن است. چیزی که در مرور ادبیات پژوهش از دیدگاه پژوهشگران دیگر دور مانده است. تفاوت عمده این پژوهش با بیشتر تحقیقات قبلی در این است که بیشتر مطالعات موجود به بررسی دارایی‌های نامشهود در حوزه‌ی‌های غیردانشگاهی پرداخته‌اند و کمتر به بررسی دارایی‌های نامشهود از نظر متغیرهای آموزش، پژوهش و سایر موارد مرتبط با حوزه‌ی‌های دانشگاهی پرداخته‌اند. با توجه به آنچه گفته شد این تحقیق به دنبال آن است که مدلی که تمامی ابعاد و مولفه‌های دارایی‌های معنوی دانشگاه آزاد اسلامی را داشته باشد را بررسی کند.

## مواد و روش تحقیق

روش تحقیق از نوع کیفی می‌باشد. استراتژی تحقیق، تحلیل مضمون از نوع شبکه مضامین می‌باشد. شبکه مضامین به زعم آتراید استیرلینگ (Attride-Stirling, 2021) بر اساس روندی مشخص، مضامین پایه (کدها و نکات کلیدی متن)، مضامین سازمان دهنده (مضامین به دست آمده از ترکیب و تلخیص مضامین پایه) و مضامین فراگیر (مضامین عالی دربرگیرنده اصول حاکم بر متن به مثابه کل) را نظام‌مند می‌کند؛ سپس این مضامین به صورت نقشه‌های شبکه تارنما، رسم و مضامین برجسته هر یک از این سه سطح همراه با روابط میان آنها نشان داده می‌شود. در این تحقیق مصاحبه‌های انفرادی با مصاحبه‌شوندگان انجام گرفته است. جهت اعتبار داده‌ها در این تحقیق، برای محاسبه ضریب توافق دو کدگذار از ضریب کاپا استفاده شده است. در این تحقیق (15 درصد از اسناد) از مصاحبه‌هایی که محقق کدگذاری کرده، برای ارزیابی در اختیار یکی از خبرگان قرار گرفته و نتایج حاصل از کدگذاری دو محقق نشان می‌دهد که ضریب کاپای محاسبه شده، مقدار 0.725 بوده است که با توجه به اینکه بیشتر از 0.6 است و چون عدد معنادار حاصل شده است، فرض استقلال کدهای استخراجی رد و وابستگی کدهای استخراجی به هم تأیید می‌گردد. لازم به ذکر است که مشارکت کنندگان تحقیق، خبرگان، سیاستگذاران و تصمیم‌گیران نظام آموزش در دانشگاه آزاد اسلامی میباشند. افراد مذکور دارای مدرک دکتری در یکی از رشته تحصیلی مدیریت آموزشی، دولتی، استراتژیک و مالی بوده‌اند. همچنین سابقه خدمت درخشان در حوزه‌ی سیاستگذاری در دانشگاه داشته‌اند و مسلط به موضوعات مدیریت آموزشی بوده‌اند. روش نمونه‌گیری در این تحقیق، هدفمند می‌باشد.

درخصوص حجم نمونه به زعم لینکن و گوبا (Lincoln & Guba, 2011) در یک مطالعه که با دقت هدایت شده است و در آن انتخاب نمونه به صورت تکاملی و تاقیبی بوده است، می‌توان با حدود 12 شرکت کننده به نقطه اشباع رسید و احتمالاً این تعداد بیشتر از 20 نخواهد شد. در این تحقیق نیز تعداد مشارکت کنندگان 12 نفر می‌باشند که در مصاحبه انتخاب شده‌اند. جهت تجزیه و تحلیل داده‌های حاصل از مصاحبه‌ها در تحلیل مضمون با استفاده از روش کدگذاری از نرم افزار مکس کیودا استفاده شده است که در آن مقوله‌ها، مولفه‌ها به صورت کدگذاری باز، محوری دسته بندی شده‌اند.

## بحث و ارائه یافته‌ها

در پاسخ به سؤال اصلی تحقیق که طراحی مدل دارایی‌های معنوی به عنوان دارایی نامشهود سازمان در دانشگاه آزاد اسلامی استان فارس چگونه است؟ محقق در بخش کیفی با ابزار مصاحبه پس از بررسی ادبیات تحقیق، مضامین را بدست آورده است. مضامین بدست آمده شامل مضامین دارایی انسانی، سازمانی، معنوی، فرهنگی، آموزشی و پژوهشی می‌باشد که در قالب کدگذاری باز و محوری در ذیل آمده است. در جریان کدگذاری باز داده‌ها به واحدهای معنایی کوچک تر تجزیه می‌شوند، برچسب می‌خورند و بررسی می‌شوند و در قالب مفهوم و مقوله در می‌آیند و در حقیقت این مرحله فرایند تحلیلی است که با آن مفاهیم و مقوله‌ها همراه با ویژگی‌ها و ابعاد آن‌ها شناسایی می‌شوند (Bahari & Taheri Roozbahani, 2013).

در این تحقیق نیز کلیه مصاحبه‌های انجام شده با خبرگان، به واحدهای معنایی کوچک تر تجزیه شده است. جدول (1) یک نمونه کدگذاری باز داده‌های تحقیق را نشان داده است.

جدول 1. کدگذاری باز

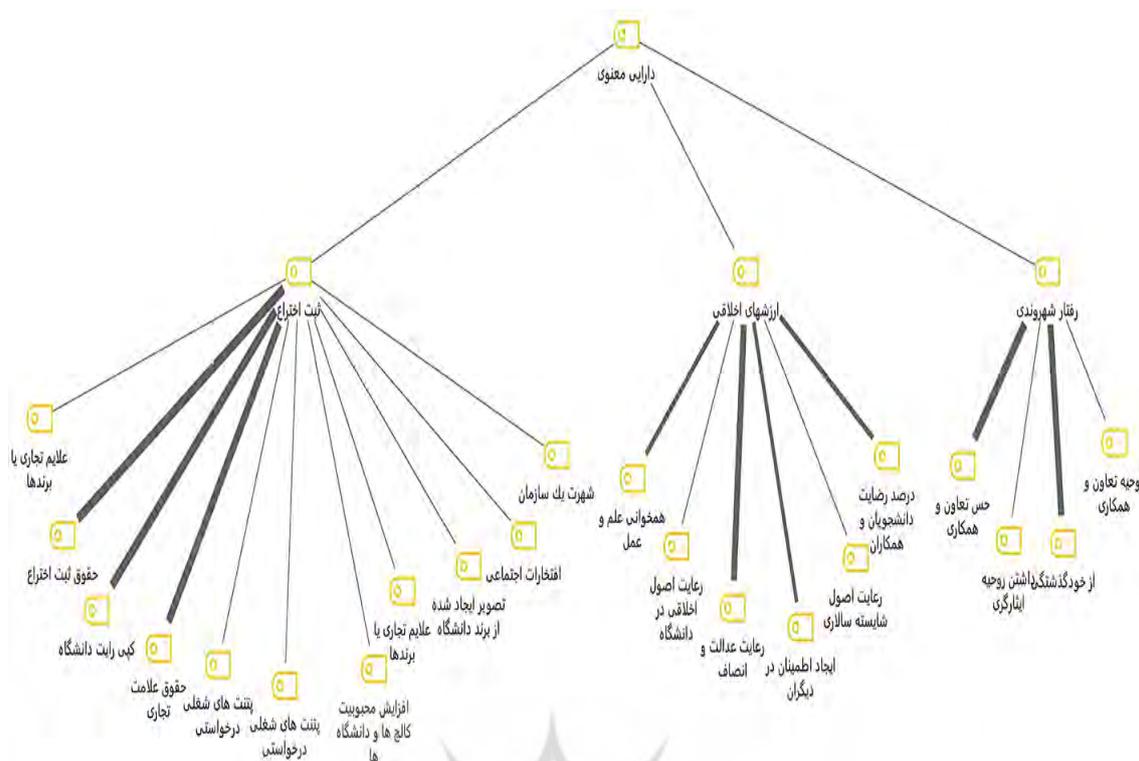
| مفهوم (کد)                          | داده  |
|-------------------------------------|---|
| حقوق علامت تجاری و کپی رایت دانشگاه | تایید علمی و حقوقی اختراعات و حمایت از حقوق مالکیت معنوی تولیدات علمی، می‌تواند زمینه‌ساز فضای اعتماد متقابل میان مخترعان و سازمان‌های ذی‌ربط شود و افراد را به ثبت اختراع خود تشویق کند. از این جهت برای حفظ حقوق معنوی و علمی افراد در برخورداری از مزایای اختراعات خود و حمایت از این آثار و به مرحله تولید رساندن دست‌آوردهای نوین، اختراعات اعضای هیات علمی، دانشجویان و دانش‌آموختگان دانشگاه آزاد اسلامی، سازمان سما و یا هنر نهاد و سازمان وابسته به دانشگاه آزاد اسلامی براساس مفاد این آیین‌نامه، حمایت می‌شود که حق کپی رایت آن نیز محفوظ می‌باشد. |
| حقوق ثبت اختراع                     | تعداد ۳۳۲ عنوان اختراعات و ابداعات دانشجویان دانشگاه آزاد اسلامی نیز به ثبت رسیده‌اند که که برخی از آنان موفق به دریافت جوایز بین المللی گردیده‌اند.  |
| رعایت عدالت و انصاف                 | عدالت و انصاف به نظرم از ویژگی‌ها و شاخص‌های بسیار مهم در ارزشهای اخلاقی هست که دارایی محسوب می‌شود.  |
| رعایت اصول شایسته سالاری            | شایسته سالاری و مدل‌های شایستگی که در تحقیقات دانشگاه طراحی شده سعی شده که اصول آن کاملاً رعایت بشود.   |
| درصد رضایت دانشجویان و همکاران      | در اصول اخلاق، رضایت افراد بسیار اهمیت دارد. رضایت دانشجویان و همکاران و مدیران برای دانشگاه خیلی مهم است.  |
| حس تعاون و همکاری                   | یک دارایی نامشهود، حس تعاون و همکاری در دانشگاه، است که نقش بسیار مهمی در تقویت ارتقاء فردی و سازمانی اعضای دانشگاه و ارتقاء کیفیت فعالیت‌های آموزشی و تحقیقاتی ایفا می‌کند.  |
| از خودگذشتگی و داشتن روحیه ایثارگری | بعضاً در سازمان شاخصه‌های مهم رفتار شهروندی سازمانی از جمله از خودگذشتگی و ایثارگری داریم که به نظرم دارایی بسیار ارزشمندی است.   |

در مرحله کدگذاری محوری، محقق به بررسی مقوله‌های به دست آمده در مرحله کدگذاری باز پرداخته است. سپس، پژوهشگر به تحلیل کدهایی که کدگذاری اولیه و جمع‌آوری شده‌اند، پرداخته است. کدها در سطحی کلان‌تر مرتب شده است و آنها جهت تشکیل مضمون‌ها پایه استفاده شده است. این کدها سپس در ستون‌های مرتبط با مضامین مرتب شده است. این مرحله از تحلیل مضمون به پژوهشگر کمک کرده است تا نقاط اصلی و الگوهایی که در داده‌ها و کدها شناسایی کرده است را بیابد و تفسیر عمیق‌تری از اطلاعات کسب کند. جدول (2) شناخت مضامین را در قالب کدگذاری محوری نشان می‌دهد.

جدول 2. شناخت مضامین در قالب کدگذاری محوری

| مضمون های پایه                                 | مضمون های سازمان دهنده | مضمون فراگیر |
|--|------------------------|--------------|
| حقوق ثبت اختراع                                | ثبت اختراع             | دارایی معنوی |
| حقوق علامت تجاری                               |                        |              |
| کپی رایت دانشگاه                               |                        |              |
| پتنت های شغلی درخواستی                         |                        |              |
| علایم تجاری یا برندها                          |                        |              |
| تصویر ایجاد شده از برند دانشگاه                |                        |              |
| افزایش محبوبیت کالجها و دانشگاهها              |                        |              |
| افتخارات اجتماعی                               |                        |              |
| شهرت یک سازمان                                 |                        |              |
| مالکیت فکری                                    |                        |              |
| حمایت از نوآوری های علمی                       |                        |              |
| ارزیابی علمی و تجاری سازی                      |                        |              |
| بین المللی سازی اختراعات                       |                        |              |
| ارتباط با صنعت                                 |                        |              |
| رعایت اصول اخلاقی در دانشگاه                   |                        |              |
| همخوانی علم و عمل                              |                        |              |
| رعایت عدالت و انصاف                            |                        |              |
| رعایت اصول شایسته سالاری                       |                        |              |
| ایجاد اطمینان در دیگران                        |                        |              |
| درصد رضایت دانشجویان و همکاران                 |                        |              |
| انتشار علمی در برابر محرمانگی                  |                        |              |
| رعایت معیارهای ارزیابی پژوهشگران               |                        |              |
| رعایت اصول شفاف سازی در فعالیتهای علمی دانشگاه |                        |              |
| مسئولیت پذیری اجتماعی                          |                        |              |
| احترام به حقوق افراد                           |                        |              |
| ترویج آموزشهای اخلاقی                          |                        |              |
| تشویق به همکاری و اشتراک گذاری دانش            |                        |              |
| اولویت به منافع عمومی                          |                        |              |
| <b>رعایت قوانین و مقررات</b>                   | رفتار شهروندی          |              |
| <b>پرهیز از انحصار طلبی دانش</b>               |                        |              |
| <b>تشویق به رعایت اصول اخلاقی</b>              |                        |              |
| حس تعاون و همکاری                              |                        |              |
| از خودگذشتگی                                   |                        |              |
| داشتن روحیه ایثارگری                           |                        |              |
| روحیه تعاون و همکاری                           |                        |              |
| تقویت همکاری و مشارکت                          |                        |              |
| تقویت فرهنگ قدردانی                            |                        |              |

شکل ذیل کدهای مضمون فراگیر دارایی معنوی را نشان می دهد.



شکل 1. کدهای مضمون فراگیر دارایی معنوی

## نتیجه‌گیری و ارائه پیشنهادها

طبق یافته‌های تحقیق دارایی معنوی شامل ثبت اختراع، ارزشهای اخلاقی، رفتار شهروندی می‌باشد که گفته می‌شود منظور از دارایی معنوی به عنوان یک دارایی نامشهود در دانشگاه آزاد به مجموعه ارزش‌ها، فرهنگ، اخلاق، و روحیه مؤسسه اشاره دارد که به‌طور غیرمادی تأثیرگذار است. این دارایی نامشهود نشان‌دهنده ارتباط وثیق میان اعضای دانشگاه، احساس مسئولیت اجتماعی، و ارزش‌هایی است که در اساس فعالیت‌ها و تصمیمات دانشگاه قرار دارد. در تبیین مضمون سازمان دهنده ثبت اختراع، گفته می‌شود که ثبت اختراع به عنوان دارایی معنوی نامشهود گفته می‌شود چرا که حقوق ثبت اختراع و علامت تجاری از جمله دارایی‌های مهمی هستند که به دانشگاه آزاد اسلامی اجازه می‌دهند از دانش و نوآوری‌های خود بهره‌برداری کند و در صورت لزوم آن‌ها را محافظت کند. حق انحصاری و قانون کپی رایب دانشگاه آزاد اسلامی نشان از این دارایی معنوی است که به ارزش‌های فکری تولید شده توسط اعضای دانشگاه آزاد اسلامی اشاره دارد. همچنین پتنت های شغلی و علایم تجاری به‌عنوان دارایی‌های معنوی نیز باعث افزایش شهرت و محبوبیت دانشگاه آزاد شده است و افتخارات اجتماعی و شهرت یک سازمان نیز نشان دهنده ارزش و اعتبار آن سازمان در جامعه است که می‌تواند به توسعه و پیشرفت آن کمک کند.

در تبیین مضمون سازمان دهنده ارزشهای اخلاقی گفته می‌شود که منظور از ارزشهای اخلاقی، رعایت اصول اخلاقی در دانشگاه، رعایت عدل و انصاف و سایر اصول مرتبط با ارزشهای اخلاقی است که به عنوان دارایی نامشهود در دانشگاه آزاد اسلامی محسوب می‌گردد. همانطور که قبلاً اشاره شده است، تعلیم و تربیت مهمترین رکن تعالی و پیشرفت همه جانبه کشور و ابزار جدی برای ارتقای سرمایه انسانی و اجتماعی کشور می‌باشد. تحقق آرمان‌های متعالی انقلاب اسلامی ایران همچون احیای تمدن عظیم اسلامی، حضور سازنده، فعال و پیشرو در میان ملت‌ها و کسب آمادگی برای برقراری عدالت و معنویت در جهان در گرو استقرار نظام کارآمد آموزش و پرورش جهت تربیت انسان‌های مومن، متقی، عالم، آزاده و اخلاقی است. لازم به ذکر است که به زعم اسپلملتز (Schmeltz, 2014) وقتی نشان می‌دهیم که سازمان ارزش‌هایی دارد که مطابق آن رفتار می‌کند افراد بیرون از سازمان نیز متوجه موضوعات مهم و خط قرمزهای سازمان میشوند و در برخورد یا سازمان، خود را یا ارزشهای آن منطبق میکنند دارای بعد اجتماعی بوده و دارای ارزش‌هایی هستند و به لحاظ اخلاقی و اجتماعی پاسخگو هستند.

همچنین در توضیح بیشتر گفته می‌شود که ارزش‌های اخلاقی به عنوان ستون‌های اساسی و پایه‌ای برای سازمان و محیط آموزشی مطرح می‌شوند که در بخش‌های مختلف زندگی دانشگاهی و اجتماعی تأثیر مستقیمی دارند.

رعایت اصول اخلاقی در دانشگاه آزاد اسلامی شامل رفتارهایی مانند احترام به دیگران، صداقت، انصاف و احترام به حقوق افراد می‌باشند که باعث ایجاد محیطی مطمئن و دوستانه برای تمامی اعضای جامعه دانشگاهی می‌شود. رعایت اصول اخلاقی زمانی بیشتر اهمیت پیدا میکند که همخوانی علم و عمل نیز اتفاق بیفتد.

رعایت عدالت و انصاف بعنوان دارایی معنوی، با ایجاد فرصت‌های برابر برای همه اعضای جامعه دانشگاهی، به ارتقای انگیزه و رضایت آنان کمک می‌کند. همچنین رعایت اصول شایسته‌سالاری نیز نشان‌دهنده رهبری اخلاقی و پاسخگویی در مدیریت و اجرای امور دانشگاهی است که با ایجاد اعتماد و اطمینان در میان اعضای دانشگاه باعث تحقق پیشرفت و توسعه‌ی دانشگاه می‌شود.

در تبیین مضمون سازمان‌دهنده رفتار شهروندی گفته می‌شود که منظور از رفتار شهروندی به عنوان دارایی نامشهود در دانشگاه آزاد به مجموعه‌ای از اعمال، رفتارها، و مسئولیت‌هایی اشاره دارد که اعضای هیأت علمی، دانشجویان، و کارکنان دانشگاه در جهت حمایت از ارزش‌ها و مأموریت‌های مؤسسه، ارتقاء اخلاقیات، و مشارکت فعال در امور جامعه انجام می‌دهند. این رفتارها و مسئولیت‌ها باعث تحقق اهداف اجتماعی و آموزشی دانشگاه می‌شوند. همچنین طبق نظر صاحب‌نظران می‌توان گفت رفتار شهروندی سازمانی به عملکردهای فرانتشی (فراتر از نقش‌های محول شده سازمانی فرد) نسبت به رفتارهای شغلی گفته می‌شود که جزء شرح وظایف رسمی کارکنان در یک سازمان نیست. همچنین در تحقیقات آمده است که نتیجه‌ی رفتار شهروندی افراد در سازمان منجر به افزایش بهره‌وری، افزایش اثربخش، بهبود عملکرد کارکنان، بهبود کیفیت خدمات و محصولات، کاهش غیبت و ترک شغل، وفاداری مشتریان و تشویق کار تیمی می‌شود.

لذا توجه به مفهوم رفتار شهروندی سازمانی، در دست‌یابی به این هدف، کمک فراوانی می‌نماید. بدین منظور سازمان‌ها باید شرایطی را ایجاد نمایند تا کارمندان بیش از الزامات نقش و فراتر از وظایف رسمی، در خدمت اهداف سازمان فعالیت کنند.

حس تعاون و همکاری در رفتار شهروندی باعث ایجاد یک محیط سرشار از اعتماد و همبستگی میان افراد دانشگاه می‌شود. از خودگذشتگی و داشتن روحیه ایثارگری نیز نشانگر توجه به افراد و جوامع دیگر و تمایل به کمک به آنها بدون انتظار پاداش است. این ارزش‌ها باعث می‌شود انسانیت و مهربانی را در فضای دانشگاهی ترویج کند و به ایجاد روحیه کمک و همدلی میان اعضای جامعه دانشگاهی کمک کند. نتایج تحقیق در دارایی معنوی و ارزشهای اخلاقی همراستا با تحقیق نوروزی (Norouzi-Shokur, 2024) است که اصول اخلاقی را در مقاله‌ی خود نام برده است. همچنین همراستا با تحقیق خسروی و همکاران (Khosravi, 2011) است که در تحقیق خود به سرمایه معنوی و انسانی اشاره کرده است.

نتایج تحقیق در دارایی معنوی و ثبت اختراع همراستا با تحقیق مرادنژاد و همکاران (Moradnejadi et al., 2023) است که به کارآفرینی در کسب و کار اشاره کرده است. همچنین همراستا با تحقیق قربانی و کاویار (Ghorbanifar and Kavyar, 2011) است که اهمیت دارایی و کارآفرینی اشاره کرده‌اند.

همچنین همسان با تحقیق هودسان و مورگان (Hudson & Morgan, 2025) و پاندی و میشر (Pandey & Mishra, 2025) است که دارایی معنوی در جهت کسب مزیت رقابتی اشاره کرده‌اند. همچنین همراستا با نتایج تحقیق یوجواری گیل (Ujwary-Gil, 2023) است که تحقیقی پیرامون رویکرد شبکه‌ای برای ایجاد ارزش از دارایی‌های نامشهود انجام داده است. نتایج نشان داده است که دارایی‌های نامشهود است از جمله دانش مربوط به نرم افزار محافظت شده قانونی می‌باشد. تحقیق مذکور رویکردی ارزشمند و نوآورانه برای مدیرانی است که در رویکرد شبکه‌ای به تحلیل ارزش‌آفرینی و دارایی‌های نامشهود، نگاهی جامع به رفتار کارکنان در شرایط سازمانی بر اساس روابط و تعاملات دارد. علاوه بر این همراستا با نتایج تحقیق والنسیا و لیما (Valença and Lima, 2023) است که تحقیقی پیرامون مرتبط‌ترین دارایی‌های نامشهود در ایجاد ارزش در شرکت‌های اقتصاد خلاق را انجام داده‌اند و یافته‌ها نشان داده است که سبزه متغیر در قالب سرمایه ساختاری، رابطه‌ای و سرمایه انسانی طبقه بندی شدند.

درخصوص پیشنهادات کاربردی برای دارایی معنوی موارد ذیل عنوان شده است.

- ✓ تشویق و حمایت از نوآوری‌ها: دانشگاه آزاد اسلامی می‌تواند با برنامه‌های حمایتی و تشویقی برای پژوهشگران و دانشجویان در زمینه ثبت اختراع‌ها و علائم تجاری از طریق ارائه تسهیلات مالی و مشاوره‌ای برای ارتقاء دارایی معنوی گام بردارد.
- ✓ ترویج و آموزش ارزش‌های اخلاقی: دانشگاه آزاد اسلامی می‌تواند با برگزاری برنامه‌های آموزشی و فرهنگی برای ترویج ارزش‌های اخلاقی و افزایش آگاهی اعضای دانشگاه تلاش کند. کارگاه‌ها، سمینارها و فعالیت‌های گروهی حوزه‌های اخلاقی کارساز است.
- ✓ تقویت رفتار شهروندی: دانشگاه آزاد اسلامی باید برنامه‌هایی برای تقویت رفتار شهروندی و افزایش حس تعاون و همکاری میان اعضای دانشگاه اجرا کند.

## References

1. Akimochkina, T. A., Rudakova, O. Yu., & Abramov, N. M. (2022). Intellectual property management system as a factor in the efficiency of innovation activities and security of the organization. *Economy Profession Business*, (4), 5–12.
2. Amiri, N., Nargesian, F., Farhi, M., & Gholami, H. (2021). Presenting a model of spiritual capital in non-governmental organizations in Tehran. *Human Resource Management Research*, 13(1), 101–129.
3. Attride-Stirling, J. (2001). Thematic networks: An analytic tool for qualitative research. *Qualitative Research*, 1(3), 385–405.
4. Bahari, B., & Taheri Roozbahani, M. (2013). Designing an electronic human resources management model based on knowledge creation in knowledge-based companies. *Quarterly Journal of Value Creation in Business Management*, 3(1), 106–121.
5. Bakhtiari, H., & Shabani, E. (2015). The development and excellence model of NAJA commanders and strategic managers. *Quarterly Journal of Supervision and Inspection*, 31(9), 14–44.
6. Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17(1), 99–120. <https://doi.org/10.1177/014920639101700108>
7. Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. Richardson (Ed.), *Handbook of theory and research for the sociology of education* (pp. 241–258). Greenwood Press.
8. Castilla-Polo, F., & Ruiz-Rodriguez, C. (2017). Content analysis within intangible assets disclosure: A structured literature review. *Journal of Intellectual Capital*. <https://doi.org/10.1108/JIC-11-2016-0123>
9. Froehlich, D. E. (2021). Career networks in shock: An agenda for in-COVID/Post-COVID career-related social capital. *Merits*, 1(1), 61–70.
10. Ghavidel, M., & Montazer Ataei, M. (2021). Transcendental education in the light of the individual transcendental mental model of teachers. *Journal of Transcendental Education*, 1(2), 43–56.
11. Ghorbanifar, M., & Kavyar, H. (2011). The territorial principle in trademark law: A guarantee of intellectual property assetization. *Encyclopedia of Economic Law*, 28(20), 307–340. <https://doi.org/10.22067/economlaw.2022.41913>
12. Guerrero, Y., Núñez, M., & Monroy, C. R. (2015). Gestión de recursos intangibles en instituciones de educación superior. *Revista de Administração de Empresas*, 55, 65–77. <https://doi.org/10.18687/LACCEI2015.1.1.158>
13. He, S. (2016, July). Research on the intangible assets management systems of university. In *2016 2nd International Conference on Humanities and Social Science Research (ICHSSR 2016)* (pp. 450–453). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/ichssr-16.2016.95>
14. Hudson, K., & Morgan, R. E. (2025). Intellectual property protection and firm risk: How service transition and knowledge intensity mitigate the loss of strategic resources. *Journal of Business Research*, 188, 115118.
15. Jeketule Soko, J. (2014). Intangible assets for sustainable competitive advantage in institutes of higher learning: A case of Kenya.
16. Jian, L. X., Wang, Z. T., & Wang, D. H. (2009). Research on the intangible assets of university based on EAHP models. In *2009 International Conference on Management and Service Science* (pp. 1–5). IEEE. <https://doi.org/10.1109/ICMSS.2009.5302421>
17. Khosravi, M., Yahyizadeh, F. M., Elstrom, D., & Alizadeh Sani, M. (2011). Promoting the intellectual assets of formal and informal institutions with the moral richness of human capital. *Journal of Philosophical Reflections*, 11(27), 19–48.
18. Leitner-Hanetseder, S., Arminger, J., & Hangl, C. (2020). Impact of intangible assets and software expenses on financial statements and capital ratios in the financial sector: Empirical evidence from Germany and Austria. 12.
19. Lincoln, Y. S., Lynham, S. A., & Guba, E. G. (2011). Paradigmatic controversies, contradictions, and emerging confluences, revisited. In *The Sage handbook of qualitative research* (4th ed., pp. 97–128).
20. Matolcsy, Z., Stokes, D., & Wells, P. (2002). Valuing intangible assets provides new challenges. *JASSA: Journal of the Securities Institute of Australia*.
21. Milliman, J., Gatling, A., & Kim, J. S. (2018). The effect of workplace spirituality on hospitality employee engagement, intention to stay, and service delivery. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 35, 56–65.
22. Moradnejadi, H., Alipour Sarabi, F., & Gholamrezaei, S. (2024). Investigating the relationship between spiritual capital and sustainability of agricultural entrepreneurial businesses. *Entrepreneurship Education and Management*, 3(2), 113–13. <https://doi.org/10.22126/eme.2024.10586.1101>
23. Mossoff, A. (2024). The Western innovators of the mobile revolution: The data on global royalty flows to US and Europe and why it matters.

24. Neubert, M. J., Bradley, S. W., Ardianti, R., & Simiyu, E. M. (2017). The role of spiritual capital in innovation and performance: Evidence from developing economies. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(4), 621–640.
25. Norouzi-Shokur, H. (2024). Spiritual capital and strategies for increasing it. *Horizons of Humanities*, 96(7), 1–11.
26. Pandey, A., & Mishra, A. (2025). Conflict and coexistence of human rights: An exploratory study with reference to intellectual property rights. *Journal of Human Rights and Social Work*, 1–12.
27. Pfeffer, J., & Salancik, G. R. (1978). *The external control of organizations: A resource dependence perspective*. Harper & Row.
28. Rashidipour, M., Shakib, P., Goudarzi, G., Pournia, Y., Karimi, M., & Sarlak, M. (2022). Native Iranian medicinal plants with anti-vaginal infection properties: A systematic review. *Infectious Disorders-Drug Targets*, 22(6), 41–47.
29. Rocha, R. G., & Pinheiro, P. G. (2021). Organizational spirituality: Concept and perspectives. *Journal of Business Ethics*, 171(2), 241–252.
30. Sakib, M. N., Rabbani, M. R., Hawaldar, I. T., Jabber, M. A., Hossain, J., & Sahabuddin, M. (2022). Entrepreneurial competencies and SMEs' performance in a developing economy. *Sustainability*, 14(20), 13643.
31. Samino García, R. (2023). A service-learning program assessment: Strengths, weaknesses and impacts on students. *Intangible Capital*, 19(1), 4–24. <https://doi.org/10.3926/ic.2093>
32. Schmeltz, L. (2014). Identical or just compatible? The utility of corporate identity values in communicating corporate social responsibility. *International Journal of Business Communication*, 5(3), 234–258. <https://doi.org/10.1177/2329488414525439>
33. Schwabach, A. (2008). Intellectual property piracy: Perception and reality in China, the United States, and elsewhere. *Journal of International Media & Entertainment Law*, 2, 65.
34. Seetharaman, A., Helmi Bin Zaini Sooria, H., & Saravanan, A. S. (2002). Intellectual capital accounting and reporting in the knowledge economy. *Journal of Intellectual Capital*, 3(2), 128–148.
35. Senge, P. M. (1990). *The fifth discipline: The art and practice of the learning organization*. Doubleday.
36. Titu, A. M., Pop, A. B., Oprean-Stan, C., & Stan, S. E. (2025). Specific aspects of intellectual property management in the knowledge-based economy. *arXiv preprint arXiv:2501.08232*.
37. Ujwary-Gil, A. (2023). A network approach to value creation from intangible assets. In *Technology Brands in the Digital Economy* (pp. 35–57). Routledge.
38. Valença, P. H. L., & de Lima, A. C. (2023). The most relevant intangible assets in generating value in creative economy companies. *REVISTA AMBIENTE CONTÁBIL*, 15(1).
39. Wang, W., & Yu, Y. (2015). The management problems and suggestions of intangible assets in universities. In *2015 International Conference on Industrial Technology and Management Science* (pp. 428–431). Atlantis Press. <https://doi.org/10.2991/ITMS-15.2015.102>
40. Zhang, M., Du, P., & Tu, X. (2023). The role of intangible assets in promoting the sustainability of agri-food enterprises: Evidence from China. *Economic Analysis and Policy*, 77, 928–939.
41. Zohar, D., & Marshall, I. (2004). *Spiritual capital: Wealth we can live by*. Berrett-Koehler Publishers.