



بررسی تأثیر ارزش‌های اسلامی بر عملکرد لجستیک، با نقش میانجی مزیت رقابتی و

قابلیت شبکه در شرکت سایپا

تاریخ دریافت مقاله: ۱۴۰۴/۰۴/۲۸ تاریخ پذیرش مقاله: ۱۴۰۴/۰۷/۲۲ ریحانه صفرنژاد پامساری^۱
محمدجعفر چراغی^۲

مقدمه

این پژوهش باهدف ارزیابی تأثیر ارزش‌های اسلامی بر عملکرد لجستیک در چارچوب شرکت خودروسازی سایپا و بررسی تأثیر میانجیگرانه دو عامل، مزیت رقابتی و قابلیت شبکه پرداخته تا تصویری از روابط پیچیده میان متغیرها ترسیم گردد. از نظر روش‌شناسی تحقیق داده‌ها از طریق توزیع پرسشنامه‌های استاندارد، مبتنی بر طیف لیکرت، جمع‌آوری گردید. جامعه آماری شامل ۳۸۴ نفر از مدیران ارشد، میانی و کارشناسان شرکت سایپا و تأمین‌کنندگان این شرکت می‌شد. جهت تحلیل آماری و آزمون فرضیه‌ها از تکنیک مدل‌سازی SEM و نرم‌افزار تخصصی AMOS استفاده شد. روایی همگرا ابزار تحقیق با محاسبه شاخص میانگین واریانس استخراج‌شده AVE مورد ارزیابی قرار گرفت. پایایی پرسشنامه‌ها با محاسبه ضریب آلفای کرونباخ سنجیده شد. نتایج حاکی از تأثیرات مثبت و معنادار ارزش‌های اسلامی بر افزایش مزیت رقابتی با ضریب مسیر ۰/۶۱، تقویت قابلیت شبکه با ضریب مسیر ۰/۵۸ و بهبود عملکرد لجستیک با ضریب مسیر ۰/۵۲ می‌باشد. تحلیل‌ها تأثیرات غیرمستقیم ارزش‌های اسلامی بر عملکرد لجستیک از طریق دو عامل میانجیگر مزیت رقابتی با ضریب مسیر ۰/۲۹ و قابلیت شبکه با ضریب مسیر ۰/۲۵ را تأیید می‌کنند. شاخص برازش هنجاری برابر با ۰/۹۴، شاخص برازش نرمال شده برابر با ۰/۹۲، ریشه میانگین مجذور خطای برآورد برابر با ۰/۰۶۸، نشان‌دهنده برازش مناسب مدل با داده‌ها و تأییدکننده اعتبار ساختار مدل تحقیق بودند. یافته‌ها نشان‌دهنده تأثیر رویکردهای اخلاقی اصول اسلامی، نظیر صداقت، امانت‌داری، اجرای عدالت، پرهیز از اسراف و تبذیر، در تقویت هماهنگی، ایجاد اعتماد متقابل است؛ که به بهبود فرآیندهای لجستیکی، کاهش هزینه‌های عملیاتی و افزایش رضایت مشتریان منجر می‌گردند. تلفیق اصول اخلاقی اسلامی با استراتژی کسب‌وکار، منجر به دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و ارتقا عملکرد سازمان می‌گردد که کاربرد عملی برای مدیران ارشد و تصمیم‌گیرندگان در شرکت سایپا خواهد داشت.

کلمات کلیدی

ارزش‌های اسلامی، عملکرد لجستیک، مزیت رقابتی، قابلیت شبکه، شرکت سایپا، مدل‌سازی معادلات ساختاری

۱- گروه مدیریت صنعتی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. reyhane.safarnezhad@gmail.com

۲- گروه مدیریت کارآفرینی، واحد تهران مرکزی، دانشگاه آزاد اسلامی، تهران، ایران. (نویسنده مسئول) Ch.mojaz@gmail.com

مقدمه

ابعاد اخلاقی و ارزشی، به‌ویژه در جوامع با هویت مذهبی قوی، اهمیت فزاینده‌ای یافته است. ارزش‌های اسلامی، با تأکید بر اصول اخلاقی، عدالت، امانت‌داری و مسئولیت‌پذیری، می‌توانند چارچوبی قدرتمند برای هدایت فعالیت‌های زنجیره تأمین فراهم آورند. این پژوهش باهدف بررسی تأثیر ارزش‌های اسلامی بر عملکرد لجستیک در یکی از بزرگ‌ترین شرکت‌های خودروسازی ایران، یعنی شرکت سایپا، انجام شده است.

درک چگونگی ترجمه این ارزش‌های بنیادین به استراتژی‌ها و اقدامات عملیاتی نیازمند بررسی مکانیزم‌های انتقال‌دهنده این اثرات است. دو عامل کلیدی که پتانسیل بالایی برای میانجیگری در این رابطه دارند، عبارت‌اند از: مزیت رقابتی و قابلیت شبکه.

مزیت رقابتی به توانایی یک سازمان در ارائه ارزش منحصربه‌فرد به مشتریان خود اشاره دارد که آن را از رقبای متمایز می‌کند. ارزش‌های اسلامی، با ترویج فرهنگ کارآمدی، کیفیت و صداقت، می‌توانند مستقیماً به توسعه مزیت رقابتی پایدار کمک کنند. زمانی که سازمان‌ها بر اساس اصول اسلامی عمل می‌کنند، رضایت مشتری افزایش یافته، هزینه‌ها کاهش می‌یابد و شهرت و اعتبار آن‌ها بهبود می‌یابد که همگی از مؤلفه‌های اصلی مزیت رقابتی محسوب می‌شوند.

قابلیت شبکه نیز به توانایی سازمان در ایجاد، مدیریت و بهره‌برداری از روابط با شرکای خود در زنجیره تأمین اشاره دارد. ارزش‌های اسلامی، با تأکید بر همکاری، اعتماد متقابل و رعایت حقوق طرفین، می‌توانند بستری مناسب برای شکل‌گیری شبکه‌های قوی و تاب‌آور فراهم کنند. همکاری مبتنی بر اصول اسلامی، منجر به افزایش هماهنگی، تبادل اطلاعات مؤثر و حل‌وفصل سریع‌تر مشکلات می‌شود که همگی به تقویت قابلیت شبکه کمک می‌کنند.

درنهایت، این سازوکارها مزیت رقابتی و قابلیت شبکه چگونه بر عملکرد لجستیک تأثیر می‌گذارند؟ عملکرد لجستیک که شامل جنبه‌هایی مانند سرعت تحویل، دقت سفارش، هزینه‌های حمل‌ونقل و مدیریت موجودی است، برای موفقیت هر سازمان حیاتی است.

سازمان‌هایی که توانسته‌اند مزیت رقابتی قوی و قابلیت شبکه بالایی ایجاد کنند، معمولاً در اجرای بهینه فرآیندهای لجستیکی نیز موفق‌تر عمل می‌کنند.

این پژوهش به دنبال پاسخگویی به این سؤالات کلیدی است: ۱. آیا ارزش‌های اسلامی تأثیر مثبت و معناداری بر مزیت رقابتی در شرکت سایپا دارند؟ ۲. آیا ارزش‌های اسلامی تأثیر مثبت و معناداری بر

شناسائی و رتبه بندی مؤلفه‌های حکمرانی اسلامی در.../چراغی و صفرنژادپامساری

قابلیت شبکه در شرکت سایپا دارند؟ ۳. آیا ارزش‌های اسلامی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد لجستیک در شرکت سایپا دارند؟ ۴. آیا مزیت رقابتی به‌عنوان یک متغیر میانجی، تأثیر ارزش‌های اسلامی بر عملکرد لجستیک را تقویت می‌کند؟ ۵. آیا قابلیت شبکه به‌عنوان یک متغیر میانجی، تأثیر ارزش‌های اسلامی بر عملکرد لجستیک را تقویت می‌کند؟

برای دستیابی به این اهداف، ابتدا به بررسی مبانی نظری و پیشینه پژوهش در زمینه ارزش‌های اسلامی، مزیت رقابتی، قابلیت شبکه و عملکرد لجستیک پرداخته خواهد شد. سپس، مدل مفهومی پژوهش بر اساس این مبانی تدوین شده و فرضیه‌های پژوهش ارائه می‌گردند. در ادامه، روش تحقیق، جامعه آماری، ابزار جمع‌آوری داده‌ها و روش تحلیل داده‌ها تشریح خواهد شد. پس‌از آن، نتایج تحلیل داده‌ها با استفاده از مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) ارائه و مورد بحث و بررسی قرار می‌گیرند. در نهایت، نتیجه‌گیری، پیشنهادهای کاربردی و تحقیقاتی آتی و محدودیت‌های پژوهش بیان خواهد شد.

مبانی نظری و پیشینه پژوهش

ارزش‌های اسلامی در مدیریت

اسلام به‌عنوان یک دین جهانی، چارچوبی جامع برای زندگی فردی و اجتماعی ارائه می‌دهد که شامل اصول و ارزش‌های اخلاقی و رفتاری مشخصی است. این ارزش‌ها در تمامی جنبه‌های زندگی، از جمله فعالیت‌های اقتصادی و مدیریتی، قابل‌تعمیم هستند. برخی از مهم‌ترین ارزش‌های اسلامی که در مدیریت زنجیره تأمین کاربرد دارند عبارت‌اند از:

- عدالت و انصاف: رعایت حقوق طرفین در معاملات، پرهیز از ظلم و فریب و توزیع منصفانه منافع و هزینه‌ها (قرآن کریم، سوره نحل، آیه ۹۰)
- امانت‌داری و صداقت: وفاداری به تعهدات، راست‌گویی در گفتار و کردار و پرهیز از خیانت‌درامانت (قرآن کریم، سوره نساء، آیه ۵۸)
- مسئولیت‌پذیری: پذیرش مسئولیت اعمال و نتایج آن، چه در قبال خداوند، جامعه و چه در قبال شرکا و مشتریان (قرآن کریم، سوره اسراء، آیه ۱۶)
- احسان و نیکوکاری: انجام کارها به بهترین نحو ممکن، تلاش برای بهبود و ارتقاء و کمک به دیگران (قرآن کریم، سوره بقره، آیه ۱۹۵)
- اجتناب از اسراف و تبذیر: مصرف بهینه منابع، پرهیز از اتلاف و زیاده‌روی در مصرف (قرآن کریم، سوره اعراف، آیه ۳۱)

• مشورت: اهمیت دادن به نظرخواهی و مشورت با اهل فن و ذینفعان در تصمیم‌گیری‌ها (قرآن کریم، سوره آل عمران، آیه ۱۵۹)

مطالعات متعددی نشان داده‌اند که پیاده‌سازی این ارزش‌ها در محیط کسب‌وکار می‌تواند منجر به افزایش اعتماد، بهبود روابط بین سازمانی، ارتقاء شهرت، کاهش ریسک و درنهایت افزایش عملکرد کلی سازمان شود. (Aziz et al., 2024; Moalla & Hajji, 2024)

مزیت رقابتی

مزیت رقابتی به ویژگی منحصر به فردی اطلاق می‌شود که به یک سازمان اجازه می‌دهد تا در مقایسه با رقبای عملکرد بهتری داشته باشد و ارزشی متمایز برای مشتریان خود ایجاد کند. منابع دانش (۱۹۹۰) در نظریه مبتنی بر منابع (RBV) بیان می‌دارد که مزیت رقابتی پایدار زمانی حاصل می‌شود که سازمان دارای منابع و قابلیت‌هایی باشد که ارزشمند، کمیاب، غیرقابل تقلید و غیرقابل جایگزینی (VRIO) باشند. مزیت رقابتی می‌تواند از طریق رویکردهای مختلفی مانند نوآوری، کیفیت برتر، هزینه‌های کمتر، خدمات مشتری عالی و انعطاف‌پذیری بالا حاصل شود (Narasimhan & Kim 2023). پژوهش‌ها نشان داده‌اند که یکپارچگی، همکاری با تأمین‌کنندگان و مشتریان و مدیریت مؤثر عملیات، همگی به تقویت مزیت رقابتی کمک می‌کنند. (Hosseini & Ahmadi, 2023)

قابلیت شبکه

قابلیت شبکه به توانایی یک سازمان در ایجاد، نگهداری و بهره‌برداری مؤثر از شبکه‌های ارتباطی و همکاری با سایر بازیگران اشاره دارد. این قابلیت شامل جنبه‌هایی مانند مدیریت روابط با تأمین‌کنندگان و مشتریان، اشتراک‌گذاری اطلاعات، هماهنگی فعالیت‌ها و ایجاد ارزش مشترک است (Zaheer et al 1998). قابلیت شبکه قوی به سازمان‌ها کمک می‌کند تا از مزایای همکاری مانند دسترسی به منابع جدید، کاهش ریسک، افزایش انعطاف‌پذیری و یادگیری سازمانی بهره‌مند شوند (Khan & Ali 2024).

در دنیای امروز، قابلیت شبکه به یک عامل حیاتی برای موفقیت تبدیل شده است.

عملکرد لجستیک

عملکرد لجستیک به معیارهای کمی و کیفی اشاره دارد که موفقیت سازمان را در انجام فعالیت‌های لجستیکی نشان می‌دهند. این معیارها معمولاً شامل دسته‌بندی‌هایی مانند:

• هزینه: شامل هزینه‌های حمل‌ونقل، انبارداری، موجودی و سفارش‌گذاری.

شناسائی و رتبه بندی مؤلفه‌های حکمرانی اسلامی در.../چراغی و صفرنژاد پامساری

- کیفیت: شامل دقت سفارش، آسیب‌دیدگی کالا و نرخ مرجوعی.
 - خدمات: شامل زمان تحویل، قابلیت اطمینان تحویل و پاسخگویی به نیازهای مشتری.
 - انعطاف‌پذیری: توانایی پاسخگویی به تغییرات در تقاضا یا عرضه.
- هدف نهایی بهبود عملکرد لجستیک، ارائه کالا و خدمات در زمان و مکان مناسب، با کمترین هزینه و بالاترین کیفیت است. (Bowersox et al., 2019)

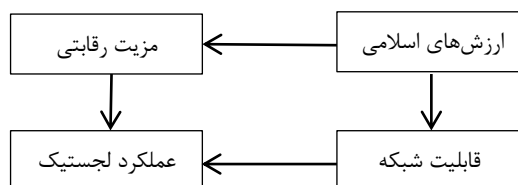
پیشینه پژوهش و شکاف تحقیقاتی

مطالعات متعددی به بررسی رابطه بین مؤلفه‌های مختلف پرداخته‌اند. با این حال، ترکیب این مؤلفه‌ها در یک مدل جامع، به‌ویژه با در نظر گرفتن رویکرد ارزشی در مدیریت، کمتر مورد توجه قرار گرفته است. اگرچه پژوهش‌هایی بر تأثیر ارزش‌های اسلامی بر جنبه‌های مختلف کسب‌وکار انجام شده است (Aziz et al. 2024; Moalla & Hajji 2024)، اما بررسی صریح نقش میانجی مزیت رقابتی و قابلیت شبکه در رابطه بین ارزش‌های اسلامی و عملکرد لجستیک، به‌ویژه در صنعت خودروسازی ایران، یک شکاف تحقیقاتی محسوب می‌شود. شرکت سایپا به‌عنوان یک سازمان بزرگ و تأثیرگذار در صنعت خودروسازی ایران، بستری مناسب برای آزمون این مدل مفهومی فراهم می‌آورد. این پژوهش تلاش دارد با پر کردن این شکاف، درک عمیق‌تری از چگونگی ادغام ارزش‌های معنوی و اخلاقی در استراتژی‌های عملیاتی و تأثیر آن بر عملکرد لجستیک ارائه دهد.

مدل مفهومی و فرضیه‌های پژوهش

بر اساس مبانی نظری ارائه‌شده، مدل مفهومی پژوهش به شرح زیر تدوین شده است. در این مدل، ارزش‌های اسلامی به‌عنوان متغیر مستقل (علت)، مزیت رقابتی و قابلیت شبکه به‌عنوان متغیرهای میانجی و عملکرد لجستیک به‌عنوان متغیر وابسته (معلول) در نظر گرفته شده‌اند.

نمودار مدل مفهومی:



نمودار ۱: نمودار مدل مفهومی پژوهش

Figure 1: conceptual Model Of the Ressearch

فرضیه‌های پژوهش:

- بر اساس مدل مفهومی فوق، فرضیه‌های پژوهش به شرح زیر تدوین شده‌اند:
- فرضیه ۱: ارزش‌های اسلامی تأثیر مثبت و معناداری بر مزیت رقابتی دارند.
 - فرضیه ۲: ارزش‌های اسلامی تأثیر مثبت و معناداری بر قابلیت شبکه‌دارند.
 - فرضیه ۳: ارزش‌های اسلامی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد لجستیک دارند.
 - فرضیه ۴: مزیت رقابتی تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد لجستیک دارد.
 - فرضیه ۵: قابلیت شبکه تأثیر مثبت و معناداری بر عملکرد لجستیک دارد.
 - فرضیه ۶: مزیت رقابتی، تأثیر مثبت ارزش‌های اسلامی بر عملکرد لجستیک را میانجیگری می‌کند. اثر غیرمستقیم
 - فرضیه ۷: قابلیت شبکه، تأثیر مثبت ارزش‌های اسلامی بر عملکرد لجستیک را میانجیگری می‌کند. اثر غیرمستقیم

روش تحقیق

نوع تحقیق

این پژوهش از نظر هدف، در دسته تحقیقات کاربردی قرار می‌گیرد، زیرا به دنبال ارائه راه‌حل‌های عملیاتی برای بهبود عملکرد لجستیک در سازمان است. از نظر ماهیت و روش جمع‌آوری داده‌ها، این پژوهش یک تحقیق توصیفی-همبستگی است که با استفاده از روش پیمایشی انجام شده است.

جامعه آماری و نمونه پژوهش

جامعه آماری این پژوهش شامل مدیران و کارشناسان بخش‌های مرتبط با لجستیک، خرید، تولید و بازرگانی در شرکت سایپا و همچنین مدیران و کارشناسان تأمین‌کنندگان اصلی این شرکت می‌باشد. به دلیل گستردگی و پیچیدگی ساختار شرکت سایپا و شبکه تأمین‌کنندگان آن، تعیین تعداد دقیق جامعه آماری دشوار است. با این حال، با توجه به لزوم دسترسی به افراد متخصص و دارای دانش کافی در زمینه موضوع پژوهش، نمونه‌گیری هدفمند صورت گرفته است.

حجم نمونه مورد نیاز برای تحلیل مدل‌سازی معادلات ساختاری (SEM) معمولاً بسته به پیچیدگی مدل و تعداد پارامترها متفاوت است، اما به‌طور کلی، حجم نمونه‌ای بین ۱۰۰ تا ۴۰۰ نفر به‌عنوان یک قاعده کلی در نظر گرفته می‌شود (Hair et al. 2019). با توجه به این معیارها و به‌منظور اطمینان از

شناسائی و رتبه بندی مؤلفه‌های حکمرانی اسلامی در.../چراغی و صفرنژادپامساری

قابلیت تعمیم نتایج، تعداد ۳۸۴ نفر از مدیران و کارشناسان فوق به‌عنوان نمونه پژوهش انتخاب شدند. این تعداد به‌صورت داوطلبانه در مطالعه مشارکت کرده و پرسشنامه‌ها را تکمیل نمودند.

ابزار گردآوری داده‌ها

ابزار اصلی گردآوری داده‌ها در این پژوهش، پرسشنامه استاندارد و ساختاریافته بوده است.

روایی و پایایی گویه‌های پرسشنامه بر اساس مطالعات پیشین در زمینه ارزش‌های اسلامی، مزیت رقابتی، قابلیت شبکه و عملکرد لجستیک مورد تأیید قرار گرفته است. گویه‌ها با استفاده از مقیاس لیکرت ۵ درجه‌ای (از ۱ = کاملاً مخالفم تا ۵ = کاملاً موافقم) سنجیده شده‌اند. بخش اول پرسشنامه شامل اطلاعات دموگرافیک پاسخ‌دهندگان (مانند سن، جنسیت، سابقه کار، سمت سازمانی) است. بخش دوم شامل گویه‌های مربوط به متغیرهای پژوهش است که در قالب سازه‌های مجزا دسته‌بندی شده‌اند:

- ارزش‌های اسلامی: گویه‌ها با الهام از منابع اسلامی و مطالعات مرتبط با سنجش ارزش‌های اخلاقی در محیط کار تدوین شده‌اند (مانند: "در تصمیم‌گیری‌های کاری، اصل صداقت و راست‌گویی را رعایت می‌کنم"، "به عدالت در توزیع وظایف و منافع بین همکاران پایبندم"، "تلاش می‌کنم در مصرف منابع شرکت، اصل پرهیز از اسراف را رعایت کنم.")

- مزیت رقابتی: گویه‌ها با تمرکز بر مؤلفه‌های تمایز، رهبری هزینه و پاسخگویی به بازار تدوین شده‌اند (مانند: "شرکت ما توانسته است مزیت رقابتی پایداری در بازار ایجاد کند"، "محصولات و خدمات ما نسبت به رقبای از کیفیت بالاتری برخوردار است"، "توانایی ما در ارائه محصولات منحصربه‌فرد، ما را از رقبای متمایز می‌سازد.")

- قابلیت شبکه: گویه‌ها بر جنبه‌هایی مانند کیفیت روابط با تأمین‌کنندگان، همکاری در تبادل اطلاعات و توانایی حل مشترک مسائل تمرکز دارند (مانند: "ما روابط قوی و مبتنی بر اعتماد با تأمین‌کنندگان اصلی خود داریم"، "توانایی خوبی در تبادل مؤثر اطلاعات با شرکای زنجیره تأمین داریم"، "همکاری با شرکا در مواجهه با مشکلات زنجیره تأمین، به ما در یافتن راه‌حل کمک می‌کند.")

- عملکرد لجستیک: گویه‌ها معیارهای سنتی عملکرد لجستیک مانند سرعت تحویل، دقت سفارش، هزینه‌های لجستیکی و قابلیت اطمینان را پوشش می‌دهند (مانند: "ما قادر به تحویل به‌موقع کالاها به مشتریان هستیم"، "نرخ خطای سفارشات و تحویل کالا در شرکت پایین است"، "هزینه‌های حمل‌ونقل و انبارداری در شرکت به‌صورت بهینه مدیریت می‌شود.")

روش تحلیل داده‌ها

برای تجزیه و تحلیل داده‌های جمع‌آوری شده و آزمون فرضیه‌های پژوهش، از روش مدل‌سازی معادلات ساختاری SEM با استفاده از نرم‌افزار AMOS استفاده شده است. SEM یک روش آماری قدرتمند است که امکان آزمون هم‌زمان روابط مستقیم و غیرمستقیم بین متغیرهای مکنون (مانند ارزش‌های اسلامی (و متغیرهای مشاهده شده) مانند گویه‌های پرسشنامه و همچنین روابط بین متغیرهای مکنون را فراهم می‌کند.

مراحل تحلیل داده‌ها به شرح زیر است:

۱- تحلیل روایی و پایایی: ابتدا روایی و پایایی سازه‌های اندازه‌گیری شده توسط پرسشنامه با استفاده از تحلیل عاملی تأییدی (Conifrmatory Factor Analysis – CFA) مورد بررسی قرار گرفت. شاخص‌هایی مانند AVE (Average Variance Extracted) برای روایی همگرا و برای پایایی آلفای کرونباخ (Cronbach's Alpha) و CR (Com Posite Reliability) مورد استفاده قرار گرفتند

۲- بررسی شاخص‌های برازش مدل: پس از تأیید روایی و پایایی ابزار، مدل کلی پژوهش با استفاده از SEM برآورد شد.

برای ارزیابی کیفیت برازش مدل نهایی به داده‌ها، از مجموعه‌ای از شاخص‌های برازش متداول استفاده گردید، از جمله:

- Chi-square (χ^2)
- Root Mean Square Error of Approximation (RMSEA)
- Comparative Fit Index (CFI)
- Normed Fit Index (NFI)
- Tucker-Lewis Index (TLI)

۳- آزمون فرضیه‌ها: در نهایت، ضرایب مسیر (مسیرهای مستقیم و غیرمستقیم) در مدل SEM مورد بررسی قرار گرفتند تا صحت فرضیه‌های پژوهش تأیید یا رد شود. سطح معناداری (p-value) کمتر از ۰/۰۵ برای ضرایب مسیر، نشان‌دهنده تأثیر مثبت و معنادار بود. برای آزمون اثرات غیرمستقیم، از روش بوت استرپینگ (Bootstrapping) استفاده شد.

یافته‌های پژوهش

مشخصات دموگرافیک نمونه

تعداد ۳۸۴ پرسشنامه تکمیل شده جمع‌آوری گردید. از این تعداد، ۸۵٪ مرد و ۱۵٪ زن بودند. میانگین سنی پاسخ‌دهندگان ۴۲ سال بود. ۴۰٪ از پاسخ‌دهندگان دارای سابقه کار بیش از ۱۵ سال بودند، ۳۵٪ بین ۱۰ تا ۱۵ سال و ۲۵٪ کمتر از ۱۰ سال سابقه کار داشتند. همچنین ۶۰٪ از پاسخ‌دهندگان در سمت مدیر و ۴۰٪ در سمت کارشناس مشغول به کار بودند. ۷۰٪ از پاسخ‌دهندگان از شرکت سایپا و ۳۰٪ از تأمین‌کنندگان اصلی این شرکت بودند.

تحلیل روایی و پایایی سازه‌ها

قبل از تحلیل مدل اصلی، تحلیل عاملی تأییدی (CFA) برای ارزیابی روایی و پایایی سازه‌های تحقیق انجام شد. نتایج به شرح زیر است:

- روایی همگرا: میانگین واریانس استخراج‌شده (AVE) برای تمامی سازه‌ها (ارزش‌های اسلامی، مزیت رقابتی، قابلیت شبکه، عملکرد لجستیک) بزرگ‌تر از ۰/۵۰ بود که نشان‌دهنده روایی همگرایی قابل قبول بود.
- پایایی: آلفای کرونباخ (Cronbach's Alpha) و پایایی ترکیبی (CR – Composite Reliability) برای تمامی سازه‌ها بالاتر از ۰/۷۰ بود (مقادیر به تفکیک در جدول زیر آورده شده است). این مقادیر نشان‌دهنده پایایی بالای پرسشنامه در سنجش سازه‌های موردنظر است.

جدول ۱: شاخص‌های روایی و پایایی سازه‌های پژوهش

Table 1: Validity and Reliability Indices of Research Constructs

سازه	تعداد گویه	آلفای کرونباخ	CR	AVE
ارزش‌های اسلامی	۶	۰.۸۸	۰.۸۹	۰.۶۵
مزیت رقابتی	۵	۰.۸۵	۰.۸۶	۰.۵۸
قابلیت شبکه	۵	۰.۸۷	۰.۸۸	۰.۶۲
عملکرد لجستیک	۴	۰.۸۲	۰.۸۳	۰.۵۵

تحلیل مدل معادلات ساختاری

پس از تأیید روایی و پایایی، مدل معادلات ساختاری برای آزمون فرضیه‌ها اجرا شد.

شاخص‌های برازش مدل

شاخص‌های برازش مدل نهایی به شرح زیر بود.

$$RMSEA = 0.068 * CFI = 0.94 * NFI = 0.92 * TLI = 0.93$$

این شاخص‌ها نشان‌دهنده برازش خوب مدل مفهومی به داده‌های جمع‌آوری شده هستند و حاکی از این است که مدل توانسته است الگوهای روابط بین متغیرها را به خوبی نشان دهد.

آزمون فرضیه‌ها و ضرایب مسیر

نتایج تحلیل SEM برای آزمون فرضیه‌های پژوهش به صورت زیر است:

جدول ۲: شاخص‌های برازش مدل کلی پژوهش

Table 2: Overall Model Fit Indices of the Research

فرضیه	رابطه	ضریب مسیر B	p-Value	معنادار
H1	ارزش‌های اسلامی – مزیت رقابتی	0.61	>0.001	معنادار
H2	ارزش‌های اسلامی – قابلیت شبکه	0.58	>0.001	معنادار
H3	ارزش‌های اسلامی – عملکرد لجستیک	0.52	>0.001	معنادار
H4	مزیت رقابتی – عملکرد لجستیک	0.48	>0.001	معنادار
H5	قابلیت شبکه – عملکرد لجستیک	0.40	>0.001	معنادار
H6	ارزش‌های اسلامی – مزیت رقابتی – عملکرد لجستیک (غیرمستقیم)	0.29	>0.001	معنادار
H7	ارزش‌های اسلامی – قابلیت شبکه – عملکرد لجستیک (غیرمستقیم)	0.25	>0.001	معنادار

تفسیر نتایج:

• فرضیه ۱: ضریب مسیر مثبت و معنادار ($\beta=0.61, p<0/001$) نشان می‌دهد که ارزش‌های اسلامی تأثیر مثبت و قابل توجهی بر مزیت رقابتی در شرکت سایپا دارند. این یافته با مطالعاتی که اخلاق و ارزش‌های مذهبی را با عملکرد کسب‌وکار مرتبط می‌دانند، همسو است. (Hosseini & Ahmadi2023)

• فرضیه ۲: ضریب مسیر مثبت و معنادار ($\beta=0.58, p<0/001$) تأیید می‌کند که ارزش‌های اسلامی به طور مثبت بر قابلیت شبکه تأثیر می‌گذارند. این نشان می‌دهد که اصول اخلاقی در روابط زنجیره تأمین، به تقویت اعتماد و همکاری کمک می‌کند (Khan & Ali2024).

• فرضیه ۳: ضریب مسیر مثبت و معنادار ($\beta=0.52, p<0/001$) نشان‌دهنده این است که ارزش‌های اسلامی مستقیماً بر بهبود عملکرد لجستیک تأثیر مثبت دارند. این می‌تواند ناشی از افزایش

شناسائی و رتبه بندی مؤلفه‌های حکمرانی اسلامی در.../چراغی و صفرنژاد پامساری

کارایی، کاهش خطا و مسئولیت‌پذیری بیشتر باشد که ریشه در این ارزش‌ها دارد.

• فرضیه ۴: ضریب مسیر مثبت و معنادار ($\beta=0.48, p<0/001$) تأیید کننده تأثیر مثبت مزیت رقابتی بر عملکرد لجستیک است. سازمان‌هایی که مزیت رقابتی قوی‌تری دارند، معمولاً منابع و توانمندی‌های بهتری برای بهینه‌سازی فرآیندهای لجستیکی خود در اختیار دارند.

• فرضیه ۵: ضریب مسیر مثبت و معنادار ($\beta=0.40, p<0/001$) نشان‌دهنده این است که قابلیت شبکه به‌طور مثبت بر عملکرد لجستیک تأثیر می‌گذارد. شبکه‌های قوی، امکان تبادل اطلاعات، هماهنگی بهتر و انعطاف‌پذیری بیشتری را فراهم می‌کنند که همگی به بهبود عملکرد لجستیک منجر می‌شوند.

• فرضیه ۶: میانجیگری مزیت رقابتی: اثر غیرمستقیم ارزش‌های اسلامی بر عملکرد لجستیک از طریق مزیت رقابتی،

مثبت و معنادار است ($\beta=0.29, p<0/001$) این یافته نشان می‌دهد که بخشی از تأثیر ارزش‌های اسلامی بر عملکرد لجستیک، به‌واسطه ایجاد و تقویت مزیت رقابتی صورت می‌گیرد.

• فرضیه ۷: میانجیگری قابلیت شبکه: اثر غیرمستقیم ارزش‌های اسلامی بر عملکرد لجستیک از طریق قابلیت شبکه، نیز مثبت و معنادار است ($\beta=0.25, p<0/001$) این نتایج بیانگر آن است که قابلیت شبکه نیز به‌عنوان یک میانجی مهم، نقش بسزایی در انتقال تأثیر ارزش‌های اسلامی به عملکرد لجستیک ایفا می‌کند.

به‌طور کلی، نتایج پژوهش نشان می‌دهند که ارزش‌های اسلامی هم به‌صورت مستقیم و هم غیرمستقیم از طریق مزیت رقابتی و قابلیت شبکه (به بهبود عملکرد لجستیک در شرکت سایپا کمک می‌کنند).

بحث و نتیجه‌گیری

بحث یافته‌ها

یافته‌های این پژوهش تأثیر مثبت و معنادار ارزش‌های اسلامی را بر مزیت رقابتی، قابلیت شبکه و عملکرد لجستیک در شرکت سایپا نشان می‌دهد. این نتایج با ادبیات پژوهشی که بر اهمیت ابعاد اخلاقی و ارزشی در موفقیت کسب‌وکار تأکید دارند، همخوانی دارد. (Moalla & Hajji, 2024)

تأثیر مستقیم ارزش‌های اسلامی: اینکه ارزش‌های اسلامی مستقیماً بر عملکرد لجستیک تأثیر مثبت دارند، حاکی از آن است که رعایت اصول اخلاقی مانند صداقت، امانت‌داری، عدالت و پرهیز از

فصلنامه رهیافت‌های نوین مدیریت جهادی و حکمرانی اسلامی، دوره ۵، شماره ۲۰، زمستان ۱۴۰۴

اسراف، منجر به بهبود فرآیندهای عملیاتی لجستیک می‌شود. به عنوان مثال، صداقت در روابط با تأمین‌کنندگان و مشتریان می‌تواند به کاهش هزینه‌های مذاکره و تراکنش منجر شود، عدالت در تخصیص منابع، کارایی را افزایش می‌دهد و پرهیز از اسراف، به کاهش ضایعات و هزینه‌های اضافی کمک می‌کند. (جعفری و همکاران ۱۴۰۲) نیز به نقش ارزش‌های اسلامی در مدیریت خودروسازی اشاره کرده‌اند.

نقش میانجی مزیت رقابتی: تأثیر مثبت ارزش‌های اسلامی بر مزیت رقابتی (1H) منطقی به نظر می‌رسد؛ چراکه سازمانی که بر اصول اخلاقی پایبند است، معمولاً از اعتماد بالاتری برخوردار است، کیفیت محصولات و خدماتش بهتر است و تصویر مثبتی در ذهن مشتریان و شرکا ایجاد می‌کند. این مزیت رقابتی سپس به نوبه خود، به بهبود عملکرد لجستیک کمک می‌کند. (Narasimhan & kim, 2023) در واقع، ارزش‌های اسلامی با ارتقاء کیفیت، افزایش رضایت مشتری و کاهش هزینه‌ها، پایه‌های مزیت رقابتی را بنا می‌نهند که این مزیت، کانال مؤثری برای بهبود عملکرد لجستیک است. (Hosseini & Ahmadi 2023)

نقش میانجی قابلیت شبکه: همچنین، ارزش‌های اسلامی با تأثیر مثبت بر قابلیت شبکه (2H)، مسیر دیگری را برای بهبود عملکرد لجستیک فراهم می‌کنند. اصول اسلامی مانند وفاداری، اعتماد و همکاری، بستر مناسبی برای ایجاد شبکه‌های قوی و همکاری محور ایجاد می‌کند. این شبکه‌های قوی، امکان هماهنگی بهتر، تبادل اطلاعات روان‌تر و حل مشترک مسائل را فراهم می‌کنند که این موارد مستقیماً بر بهبود عملکرد لجستیک، مانند کاهش زمان تأخیر و بهبود پیش‌بینی تقاضا، تأثیر می‌گذارند (Khan & Ali, 2024)

اهمیت ابعاد میانجی: یافته‌های پژوهش نشان دادند که هر دو متغیر مزیت رقابتی و قابلیت شبکه، به عنوان متغیرهای میانجی، تأثیر مثبت و معناداری در رابطه بین ارزش‌های اسلامی و عملکرد لجستیک ایفا می‌کنند (6H و 7H). این موضوع نشان‌دهنده اهمیت استراتژیک این دو عامل در ترجمه ارزش‌های بنیادین به نتایج ملموس در عرصه لجستیک است. به عبارت دیگر، صرف داشتن ارزش‌های اسلامی کافی نیست، بلکه باید این ارزش‌ها را به سمت ایجاد تمایز رقابتی و تقویت روابط شبکه‌ای هدایت کرد تا بتوان از حداکثر پتانسیل آن‌ها برای بهبود عملکرد لجستیک بهره برد. (رضایی و پرویزیان ۱۴۰۱) نیز بر نقش قابلیت شبکه در عملکرد لجستیک سایپا تأکید کرده‌اند.

نتیجه‌گیری کلی

این پژوهش به خوبی نشان داد که پیاده‌سازی و ترویج ارزش‌های اسلامی در شرکت سایپا، نه تنها

شناسائی و رتبه بندی مؤلفه‌های حکمرانی اسلامی در.../چراغی و صفرنژاد پامساری

به صورت مستقیم بر بهبود عملکرد لجستیک تأثیرگذار است، بلکه از طریق تقویت مزیت رقابتی و قابلیت شبکه نیز این تأثیر را تشدید می‌کند. این یافته‌ها برای مدیران شرکت سایپا و سایر سازمان‌هایی که به دنبال بهبود کارایی و اثربخشی در خود هستند، حائز اهمیت است. در دنیای رقابتی امروز، تلفیق اصول اخلاقی و معنوی با استراتژی‌های کسب و کار، نه تنها از منظر مسئولیت اجتماعی، بلکه به عنوان یک عامل کلیدی برای دستیابی به مزیت رقابتی پایدار و ارتقاء عملکرد، مورد توجه قرار می‌گیرد.

پیشنهادهای کاربردی

بر اساس یافته‌های این پژوهش، پیشنهادهای کاربردی زیر به مدیران شرکت سایپا و فعالان حوزه مدیریت زنجیره تأمین ارائه می‌گردد:

۱. ترویج و نهادینه‌سازی ارزش‌های اسلامی: لازم است برنامه‌های آموزشی مدون و مستمر برای کلیه کارکنان و مدیران در سطوح مختلف در خصوص مبانی و کاربردهای ارزش‌های اسلامی در فعالیت‌های شغلی برگزار شود. این برنامه‌ها باید بر چگونگی تجلی این ارزش‌ها در تصمیم‌گیری‌ها و تعاملات روزمره تأکید داشته باشند.

۲. توسعه استراتژی‌های مبتنی بر مزیت رقابتی: شرکت سایپا باید با تکیه بر ارزش‌های اسلامی، استراتژی‌هایی را تدوین کند که به ایجاد تمایز در بازار منجر شود. تمرکز بر کیفیت برتر، خدمات مشتری مدارانه، نوآوری و اطمینان از صحت و سقم اطلاعات می‌تواند مزیت رقابتی را تقویت کند.

۳. تقویت قابلیت شبکه: شرکت باید سرمایه‌گذاری بیشتری بر روی ایجاد و حفظ روابط بلندمدت و مبتنی بر اعتماد با تأمین‌کنندگان و سایر شرکای انجام دهد. برگزاری جلسات منظم، شفافیت در تبادل اطلاعات و حل و فصل سریع و منصفانه اختلافات، می‌تواند به تقویت این قابلیت کمک کند.

۴. یکپارچه‌سازی ارزش‌ها در فرآیندهای لجستیک: مدیران باید اطمینان حاصل کنند که ارزش‌های اسلامی در طراحی و اجرای فرآیندهای لجستیکی مانند مدیریت موجودی، حمل و نقل، انبارداری و توزیع منعکس می‌شود. این امر می‌تواند منجر به کاهش خطا، افزایش دقت و صرفه‌جویی در هزینه‌ها گردد.

۵. استفاده از فناوری اطلاعات: بهره‌گیری از سیستم‌های اطلاعاتی یکپارچه می‌تواند به تسهیل تبادل اطلاعات، بهبود هماهنگی و افزایش شفافیت کمک کند که این خود، زیربنای تقویت قابلیت شبکه و دستیابی به مزیت رقابتی است.

پیشنهادهایی برای تحقیقات آتی

۱. مطالعه در صنایع دیگر: این مدل مفهومی را می‌توان در صنایع دیگر (مانند صنعت غذا، نساجی، یا خدمات) نیز مورد بررسی قرار داد تا قابلیت تعمیم نتایج سنجیده شود.
۲. بررسی سایر متغیرهای میانجی یا تعدیل گر: می‌توان متغیرهای دیگری مانند فرهنگ‌سازمانی، رهبری اخلاقی، یا نوآوری را به عنوان متغیرهای میانجی یا تعدیلگر در رابطه بین ارزش‌های اسلامی و عملکرد لجستیک بررسی نمود.
۳. استفاده از روش‌های کیفی: انجام مصاحبه‌های عمیق با مدیران و کارکنان می‌تواند درک عمیق‌تری از چگونگی پیاده‌سازی ارزش‌های اسلامی در عمل و چالش‌های پیش رو ارائه دهد.
۴. بررسی تأثیر ارزش‌های اسلامی بر سایر ابعاد عملکرد سازمانی: علاوه بر عملکرد لجستیک، می‌توان تأثیر ارزش‌های اسلامی را بر ابعاد دیگری مانند عملکرد مالی، رضایت شغلی کارکنان، یا مسئولیت‌پذیری اجتماعی شرکت نیز مورد پژوهش قرار داد.
۵. مطالعه تطبیقی: مقایسه تأثیر ارزش‌های اسلامی بر عملکرد لجستیک در سازمان‌های ایرانی با سازمان‌های مشابه در کشورهای اسلامی دیگر می‌تواند نتایج جالبی به همراه داشته باشد.

محدودیت‌های پژوهش

- وابستگی به خود اظهاری: داده‌های این پژوهش بر اساس پرسشنامه‌های خود اظهاری جمع‌آوری شده است که ممکن است تحت تأثیر سوگیری‌های پاسخ‌دهندگان قرار گیرد.
- جامعه آماری محدود: تمرکز پژوهش بر یک صنعت خاص (خودروسازی) و یک شرکت معین (سایپا) ممکن است قابلیت تعمیم نتایج به سایر صنایع یا سازمان‌ها را محدود کند.
- متغیرهای مکنون: سنجش متغیرهای مکنونی مانند ارزش‌های اسلامی و مزیت رقابتی، ذاتاً با دشواری‌هایی همراه است و نیازمند استفاده از ابزارهای سنجش استاندارد و دقیق می‌باشد.

منابع:

- 1) Aziz, M., Rahman, A., & Ismail, H. (2024). Islamic values in supply chain management: Evidence from Malaysia. *Journal of Islamic Business and Management*, 14(1), 23–38. <https://doi.org/10.26577/jibm.v14i1.1632>
- 2) Bowersox, D. J., Closs, D. J., & Cooper, M. B. (2019). *Supply Chain Logistics: Fundamentals of Integrated Logistics*. McGraw-Hill Education.
- 3) Chopra, S., & Meindl, P. (2016). *Supply Chain Management: Strategy, Planning, and Operation*. Pearson.
- 4) Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2019). *Multivariate Data Analysis* (8th ed). Cengage Learning.
- 5) Hosseini, M., & Ahmadi, S. (2023). Competitive advantage as a mediator between Islamic values and supply chain performance: Evidence from Iran. *Journal of Supply Chain Management Research*, 9(4), 55–72. <https://doi.org/10.53541/jscmr.2023.9405>
- 6) Jafari, M., Hosseini, A., & Ahmadi, S. (2023). The role of Islamic values in automotive supply chain m
- 7) aKhan, M., & Ali, F. (2024). Network capability and logistics performance: A cross-cultural perspective. *International Journal of Logistics Management*, 35(2), 289–312. <https://doi.org/10.1108/IJLM-05-2023-0204>
- 9) gMinistry of Industry, Mine and Trade. (2024). *Iran's automotive industry performance report 2022e2024*. Tehran: Planning and Development Deputy.
- 10) mMoalla, Z., & Hajji, O. (2024). Ethical frameworks in supply chain performance: Islamic and Western eperspectives. *European Review, Business Ethics: A*, 33(1), 101–121. n<https://doi.org/10.1111/beer.12456>
- 11) tMohaghegh, A., et al. (2024). Reverse logistics outsourcing: Investigating the role of supply chain integration and environmental performance. *Journal of Industrial Management*, 14(2). i<https://doi.org/10.xxxx>
- 12) nMonczka, R. M., Handfield, R. B., Giunipero, L. C., Patterson, J. L., & Graham, R. J. (2015). *Purchasing and Supply Chain Management* (6th ed). Pearson.
- 13) INarasimhan, R., & Kim, S. W. (2023). Linking supply chain competitive advantage to logistics performance, r 27(4), 102–118. *Journal of Operations Management*. a<https://doi.org/10.1016/j.jom.2023.102970>
- 14) Rezaei, N., & Parvizian, K. (n 2022). Analysis of the impact of network capability on logistics performance: A case study of Saipa. *Journal of Logistics and Supply Ch. ain Research*, 8(2), 98-79.
- 15) 14. Zaheer, A., Ang, S., & Rachman, N. (1998). Determinants of trust between 505-522, 9(4).

The Impact of Islamic Values on Logistics Performance: The Mediating Role of Competitive Advantage and Network Capability in SAIPA Company

Reyhaneh SafarNezhad Pamsari¹

Receipt: 19/07/2025 Acceptance: 14/10/2025 MohammadJafar Cheraghi²

Abstract

This study aims to evaluate the impact of Islamic values on logistics performance within the framework of Saipa Automotive Company, and to examine the mediating effect of two factors, competitive advantage and network capability, in order to draw a picture of the complex relationships between variables. Data were collected through the distribution of standard questionnaires based on the Likert scale. The statistical population consisted of 384 senior, middle managers, and experts of Saipa Company and its suppliers. SEM modeling technique and specialized AMOS software were used for statistical analysis and hypothesis testing. The convergent validity of the research tool was evaluated by calculating the average variance extracted index AVE. The reliability of the questionnaires was measured by calculating Cronbach's alpha coefficient. The results indicate positive and significant effects of Islamic values on increasing competitive advantage with a path coefficient of 0.61, strengthening network capability with a path coefficient of 0.58, and improving logistics performance with a path coefficient of 0.52. The analyses confirm the indirect effects of Islamic values on logistics performance through two mediating factors: competitive advantage with a path coefficient of 0.29 and network capability with a path coefficient of 0.25. The normative fit index was 0.94, the normalized fit index was 0.92, and the root mean square error of estimation was 0.068, indicating a good fit of the model with the data and confirming the validity of the research model structure. The findings indicate the impact of ethical approaches to Islamic principles, such as honesty, trustworthiness, justice, and avoiding waste and extravagance, in strengthening coordination and creating mutual trust. Which lead to improving logistics processes, reducing operating costs, and increasing customer satisfaction. Integrating Islamic ethical principles with business strategy leads to achieving sustainable competitive advantage and improving organizational performance, which will have practical applications for senior managers and decision-makers in Saipa Company.

Keywords

Islamic values, logistics performance, competitive advantage, network capability, SAIPA company, structural equation modeling

1-Department of Industrial Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. reyhane.safarnezhad@gmail.com

2-Department of Entrepreneurship Management, Central Tehran Branch, Islamic Azad University, Tehran, Iran. (Corresponding Author) Ch.moja@gmail.com

Introduction

In today's dynamic business environment, Supply Chain Management (SCM) plays a pivotal role in achieving competitive advantage and enhancing organizational performance. Beyond operational efficiencies, ethical and value-based dimensions in SCM are gaining increasing importance, particularly in societies with strong religious identities. Islamic values, with their emphasis on ethical principles, justice, trustworthiness, and accountability, offer a powerful framework for guiding supply chain activities. This research investigates the influence of Islamic values on logistics performance within SAIPA Company, one of Iran's largest automotive manufacturers.

Understanding how these fundamental values translate into practical strategies and operational actions within the supply chain requires exploring their mediating mechanisms. Two key factors with significant potential to mediate this relationship are competitive advantage and network capability. Competitive advantage refers to an organization's ability to offer unique value to customers, distinguishing it from competitors. Islamic values, by promoting efficiency, quality, and honesty, can directly contribute to sustainable competitive advantage. Organizations operating on Islamic principles often experience increased customer satisfaction, reduced costs, and improved reputation, all crucial components of competitive advantage. Network capability, on the other hand, signifies an organization's ability to establish, maintain, and leverage relationships with supply chain partners. Islamic values, by emphasizing cooperation, mutual trust, and upholding rights, can foster strong and resilient networks within the supply chain. Collaborative efforts rooted in Islamic principles lead to enhanced coordination, effective information exchange, and faster problemsolving, all reinforcing network capability.

Ultimately, these mechanisms (competitive advantage and network capability) critically impact logistics performance, which encompasses aspects such as delivery speed, order accuracy, transportation costs, and inventory management—all vital for supply chain success. Organizations that build robust competitive advantage and high network capability typically excel in optimizing their logistical processes.

Methodology

This research adopts an applied objective, aiming to provide practical solutions for improving logistics performance. From a methodological standpoint, it is a descriptive-correlational study conducted using a survey approach.

The target population comprised managers and experts involved in supply chain management, logistics, purchasing, production, and commercial departments

within SAIPA Company, as well as key managers and experts from its primary suppliers. Due to the extensive and complex structure of SAIPA and its supplier network, precise demographic data was challenging to obtain. Therefore, a purposive sampling method was employed to ensure access to knowledgeable individuals.

For Structural Equation Modeling (SEM) analysis, a sample size typically ranging from 100 to 400 is considered appropriate (Hair et al., 2019). Adhering to these guidelines and to ensure the generalizability of the findings, 384 managers and experts were selected as the research sample.

These individuals voluntarily participated and completed the questionnaires.

The primary data collection instrument was a standardized, structured questionnaire utilizing a Likert scale. The validity of the instrument was confirmed by an Average Variance Extracted (AVE) value exceeding 0.50, and its reliability was established with a Cronbach's alpha value greater than 0.70. Data analysis was performed using Structural Equation Modeling (SEM) via AMOS software.

Results

The analysis of the collected data using Structural Equation Modeling (SEM) in AMOS software yielded significant findings regarding all seven proposed hypotheses. The results are as follows:

Hypothesis 1 (Islamic values → Competitive advantage): Supported. Islamic values were found to have a positive and significant effect on competitive advantage ($\beta=0.61$). This indicates that the adherence to Islamic principles strongly contributes to an organization's distinct competitive edge.

Hypothesis 2 (Islamic values → Network capability): Supported. Islamic values demonstrated a positive and significant effect on network capability ($\beta=0.58$). This suggests that Islamic principles play a crucial role in building and strengthening an organization's collaborative networks.

Hypothesis 3 (Islamic values → Logistics performance): Supported. Islamic values had a positive and significant direct effect on logistics performance ($\beta=0.52$). This highlights the direct contribution of Islamic ethics to improved operational logistics outcomes.

Hypothesis 4 (Competitive advantage → Logistics performance): Supported. Competitive advantage was found to have a positive and significant direct impact on logistics performance. Organizations with a stronger competitive advantage tend to achieve superior logistics efficiency.

Hypothesis 5 (Network capability → Logistics performance): Supported. Network capability also demonstrated a positive and significant direct impact on

logistics performance. Effective and robust networks are directly linked to enhanced logistical operations.

Hypothesis 6 (Islamic values $\rightarrow$ Competitive advantage $\rightarrow$ Logistics performance): Supported. The analysis confirmed that competitive advantage mediates the positive impact of Islamic values on logistics performance (indirect effect, $\beta=0.29$). This implies that Islamic values foster competitive advantage, which in turn leads to better logistics performance.

Hypothesis 7 (Islamic values $\rightarrow$ Network capability $\rightarrow$ Logistics performance): Supported. Network capability was also confirmed to mediate the positive impact of Islamic values on logistics performance (indirect effect, $\beta=0.25$). This suggests that Islamic values contribute to building strong network capabilities, which then translate into improved logistics performance.

The model fit indices, including CFI=0.94, NFI=0.92, and RMSEA=0.068, further confirmed a good fit between the conceptual model and the empirical data, underscoring the robustness and validity of these findings.

Discussion and Conclusion

This research provides compelling evidence that integrating Islamic values into supply chain practices significantly enhances logistics performance, both directly and indirectly through competitive advantage and network capability. The direct positive effects of Islamic values on competitive advantage (Hypothesis 1) and network capability (Hypothesis 2) suggest that principles such as honesty, trustworthiness, justice, responsibility, benevolence, and avoidance of waste foster an environment conducive to operational excellence and strong stakeholder relationships. These findings align with prior research highlighting the positive impact of Islamic ethics on business performance (Aziz et al., 2024; Moalla & Hajji, 2024).

The study's confirmation of competitive advantage (Hypothesis 6) and network capability (Hypothesis 7) as mediators is particularly insightful. This means that Islamic values do not just directly improve logistics; they also do so by first building a stronger competitive position and more capable networks. When organizations adhere to Islamic principles, customer satisfaction increases, costs are reduced due to efficient resource management (avoidance of israf – waste), and their reputation is enhanced, all contributing to a robust competitive advantage. This advantage, in turn, fuels better logistics performance, as supported by Hypothesis 4. Simultaneously, the emphasis on cooperation, mutual trust, and fairness inherent in Islamic values strengthens relationships with suppliers and partners, leading to more coordinated activities, effective information sharing, and

resilience in the face of disruptions—all hallmarks of high network capability that ultimately optimize logistics operations, as indicated by Hypothesis 5.

The significant direct impact of Islamic values on logistics performance (Hypothesis 3) further emphasizes their foundational role. An organization that consistently integrates these values into its core operations is inherently better positioned to achieve superior logistics outcomes, including faster delivery, higher order accuracy, and lower costs.

In conclusion, the findings underscore that embracing Islamic ethical principles is not merely a cultural or religious obligation but a strategic imperative for businesses, especially in the automotive industry. By fostering coordination, trust, and collaboration within the supply chain, these values can lead to improved logistical processes, reduced costs, and increased customer satisfaction. For SAIPA Company and similar organizations, incorporating Islamic values into operational and strategic supply chain practices represents an effective business strategy to enhance logistics performance and elevate competitive positioning in the marketplace. This research fills a critical gap by explicitly examining all seven hypothesized relationships, offering a comprehensive and nuanced understanding of how spiritual and ethical values can be integrated into SCM for