

عوامل موثر بر توسعه فناوری شناسایی از طریق فرکانس‌های رادیویی (RFID) در مدیریت زنجیره تامین الکترونیکی (E-SCM) (مطالعه موردی: شرکت ایران خودرو)

علی صنایعی^{۱*}، امیر مهدی قاضی فرد^۲، فریبرز سبحان منش^۳

۱- دانشیار گروه مدیریت و مدیر گروه پژوهشی ITM دانشگاه اصفهان

۲- کارشناس ارشد مدیریت بازرگانی، دانشگاه اصفهان، گروه پژوهشی ITM

۳- استادیار مهندسی کامپیوتر دانشگاه شیراز

چکیده

در سال‌های اخیر استفاده از فناوری شناسایی از طریق فرکانس‌های رادیویی (RFID) به منظور ردیابی هر قطعه منفرد در مدیریت زنجیره تامین خودروسازی بسیار حیاتی شده است. در این مطالعه، عوامل موثر بر توسعه فناوری شناسایی از طریق فرکانس‌های رادیویی در ایران خودرو و اوزان و رتبه بندی آنها ارزیابی شده است. عوامل چارچوب لین به عنوان پایه این تحقیق استفاده شده‌اند. روشهای دلفی فازی، دلفی، و تحلیل سلسله مراتبی فازی (FAHP) برای سه مرحله تحقیق اتخاذ شدند. در مرحله اول، سه عامل چارچوب لین رد و با هفت عامل جدید جایگزین شدند. در مرحله دوم، پس از اجرای سه دور روش دلفی، بعد هر یک از هفت عامل جدید شناسایی شد، و نهایتاً در مرحله سوم، اوزان و رتبه‌های عوامل و ابعاد موثر بر توسعه RFID در مدیریت زنجیره تامین شرکت ایران خودرو محاسبه شد. نتایج تحقیق نشان داد که بعد استاندارد و مشخصات

بین‌المللی دارای بالاترین وزن در میان دیگر ابعاد موثر است. پس از آن، ابعاد امنیت، هزینه، زیرساخت‌های نرم افزاری و سخت افزاری، تکنولوژی، و دیگر عوامل به ترتیب دارای بالاترین وزن هستند.

واژه‌های کلیدی: فناوری شناسایی از طریق فرکانس‌های رادیویی (RFID)، مدیریت زنجیره تامین الکترونیکی (E-SCM)، روش دلفی فازی، روش دلفی، فرآیند تحلیل سلسله مراتبی فازی

۱-مقدمه

۱-۱- طرح مساله

همزمان با توسعه علم و تکنولوژی، استفاده از روشهای مدرن در کسب سریع اطلاعات در مدیریت زنجیره تامین نیز در چند دهه گذشته شتاب یافته که در این رابطه روش شناسایی از طریق فرکانس‌های رادیویی (RFID) یکی از روشهای تعیین کننده برای بهبود مزیت رقابتی شرکتها به شمار می‌رود (لین^۱، ۲۰۰۹). براساس مطالعات وو^۲ (۲۰۰۵) RFID جزو ده تکنولوژی اصلی IT در جهان محسوب گردیده است. معینی^۳ (۲۰۰۶) از RFID به عنوان موفقترین تکنولوژی در تاریخ زنجیره تامین خرده فروشی یاد نموده است.

RFID یا "سیستم شناسایی از طریق فرکانس‌های رادیویی" به سیستمی گفته می‌شود که در آن یک وسیله الکتریکی با استفاده از فرکانس‌های رادیویی یا امواج الکترومغناطیسی با شناسه ای که به یک کالا الصاق شده است، ارتباط برقرار می‌کند. دو بخش مهم از سیستم RFID که از آنها بسیار صحبت می‌شود: شناسه یا برچسب (Tag) و دیگری داده خوان (Reader) هستند. تگ همان برچسب یا شناسه متصل به کالایی است که قرار است ردیابی شود و داده خوان وسیله ای است که حضور برچسب‌های RFID را در محیط تشخیص داده، اطلاعات ذخیره شده در آنها را بازیابی می‌کند. درنهایت، داده خوان قادر خواهد بود تا اطلاعات بازیابی شده را به یک سیستم رایانه‌ای گزارش دهد. داده خوان‌ها با کمک برنامه‌های میان افزاری با نرم افزارهای کاربردی ارتباط برقرار می‌کنند. در این میان آنتن‌هایی (بی) بین داده

1 Lin

2 Wu

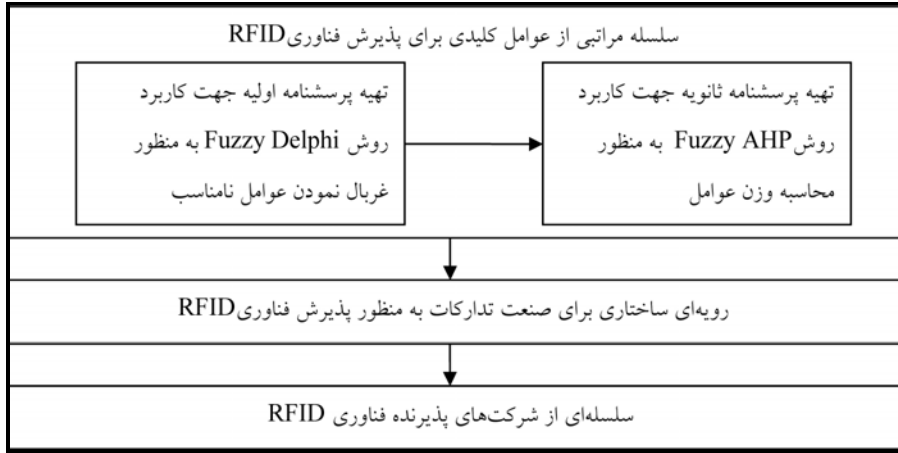
3 Moeeni

خوان و شناسه وجود دارد که ارتباط بین این دو را تقویت می‌کند (مقدسی و سبحان منش، ۱۳۸۸).

قابلیت FID برای ذخیره‌سازی داده‌ها، امکان استفاده از شناسه را برای تبادل داده‌ها به نحوی میسر می‌نماید که آن را به صورت یک فناوری کلیدی برای ایجاد تدارکات مستقل و غیر متمرکز تبدیل می‌نماید (مایلز، ۲۰۰۸: ۱۸۸).

صنعت خودرو سازی، یکی از مهمترین حوزه‌هایی است که به استفاده از چنین فناوری حساسی به منظور ردیابی هریک از قطعات از ابتدا تا انتهای زنجیره تامین نیاز دارد. نگهداری اطلاعات صحیح برای هر ماشین نگرانی اصلی تولید کنندگان خودرو است.

در این پژوهش، از مرحله اول چارچوب ارائه شده در مقاله لین (۲۰۰۹) استفاده خواهد شد. این چارچوب شامل سه مرحله است که در مرحله اول سلسله مراتبی از عوامل کلیدی مؤثر بر پذیرش این فناوری مشخص می‌شود. سپس در مرحله دوم یک رویه ساختاری برای صنعت لجستیک به منظور پذیرش این فناوری ارائه می‌شود. در قسمت سوم هم، سلسله‌ای از شرکت‌های موجود در زنجیره تامین برای به کارگیری این فناوری ارائه می‌شود. چارچوب نظام مند لین برای توسعه فناوری RFID در شکل ۱ نشان داده شده است. در پایان مرحله اول پژوهش لین (۲۰۰۹)، نمودار سلسله مراتبی متشکل از پنج بعد هزینه، تکنولوژی، زیرساخت، استانداردها و مشخصات بین‌المللی، و امنیت به همراه ۲۴ عامل زیر مجموعه این ابعاد به دست آمد که این نمودار سلسله مراتبی به عنوان مبنای پژوهش حاضر در نظر گرفته شده است. پژوهش حاضر می‌کوشد تا با بومی کردن این نمودار سلسله مراتبی در شرکت ایران خودرو، به یک نمودار سلسله مراتبی از عوامل مؤثر بر توسعه RFID در شرکت ایران خودرو دست یابد.



شکل ۱- چارچوب نظام مند برای توسعه فناوری RFID. (لین، ۲۰۰۹)

۱-۲- اهمیت و ضرورت پژوهش

جهانی شدن نیاز فزاینده‌ای را برای اطلاعات به عنوان کالاهایی که به سمت مشتریان از طریق زنجیره‌های تامین پیچیده تر و طولانی تر در جریانند، پدید آورده است. پذیرش و اجرای فناوری مناسب به عنوان یک منبع مزیت رقابتی برای شرکت‌های عضو زنجیره تامین پدیدار شده است. فناوری RFID که از آن به عنوان انقلاب دوم پس از اینترنت یاد می شود، یکی از فناوری‌های شناسایی خودکار بوده که برای تامین این نیاز در طی سالهای اخیر کاربرد گسترده ای پیدا کرده است. صنایع هوا فضا، داروسازی، نساجی، حمل و نقل، و ... صناعی هستند که از فناوری RFID در آنها استفاده می شود. کیفیت و کارآیی داده‌ها دو مزیت کلیدی استفاده از RFID هستند (صناعی، ۲۰۱۰). صنعت خودروسازی یکی از حوزه‌های اصلی است که فناوری RFID در آن به کار می رود. این صنعت یکی از مهمترین حوزه‌هایی است که به استفاده از چنین فناوری حساسی به منظور ردیابی هر یک از قطعات محصولات مونتاژ شده نیاز دارد. نگهداری اطلاعات صحیح برای هر خودرو نگرانی اصلی تولیدکنندگان خودرو است.

این پژوهش سعی دارد تا به مجموعه‌ای از عوامل تاثیر گذار در توسعه RFID در شرکت ایران خودرو دست یابد، تا محققان داخلی و خارجی و همچنین خودروسازان داخلی بتوانند از آن به عنوان منبعی قابل ارجاع برای پژوهش‌های آینده خود استفاده کنند.

۱-۳- سؤال‌های پژوهش

- ۱- در توسعه RFID در شرکت ایران خودرو، بعد هزینه و عوامل مرتبط با آن در کدام اولویت قرار دارند؟
- ۲- در توسعه RFID در شرکت ایران خودرو، بعد زیرساخت‌های نرم افزاری و سخت افزاری اعضای زنجیره تامین و عوامل مرتبط با آن در کدام اولویت قرار دارند؟
- ۳- در توسعه RFID در شرکت ایران خودرو، بعد نوع فناوری مورد استفاده (از لحاظ فرکانس، فاصله،...) و عوامل مرتبط با آن در کدام اولویت قرار دارند؟
- ۴- در توسعه RFID در شرکت ایران خودرو، بعد استاندارد و مشخصات بین‌المللی و عوامل مرتبط با آن در کدام اولویت قرار دارند؟
- ۵- در توسعه RFID در شرکت ایران خودرو، بعد امنیت و عوامل مرتبط با آن در کدام اولویت قرار دارند؟
- ۶- آیا ابعاد و عوامل دیگری به غیر از ابعاد و عوامل موجود در مدل لین در توسعه RFID در شرکت ایران خودرو تاثیر گذار هستند و در صورت وجود در کدام اولویت قرار دارند؟

۲- مفاهیم، دیدگاه‌ها و مبانی نظری

۲-۱- مدیریت زنجیره تامین الکترونیکی

بسیاری از پژوهشگران مسأله زنجیره تامین کلاسیک را مطالعه کرده‌اند (چپرا و میندل^۱، ۲۰۰۷؛ کویل و همکاران^۲، ۲۰۰۹؛ بورت و همکاران^۳، ۲۰۰۳). پژوهش‌ها برای شناسایی یک مدل کلی، به ارائه دو الگوی اصلی از زنجیره تامین منجر شد که در طول زمان

1 Chopra and Meindl

2 Coyle et al.

3 Burt et al.

تکامل یافته اند (چان و همکاران^۱، ۲۰۰۹؛ لی^۲، ۲۰۰۷؛ دینگ و همکاران^۳، ۲۰۰۷؛ لاو و همکاران^۴، ۲۰۰۷):

- دیدگاه سه مرحله‌ای: تهیه، تبدیل، و توزیع
- دیدگاه سه جریانی: مواد، اطلاعات و سرمایه

الگوی سه مرحله‌ای، زنجیره تامین را به عنوان یک سری از فعالیت‌هایی که باید هماهنگ و بهینه شوند، در نظر می‌گیرد. از طرف دیگر، الگوی سه جریانی، زنجیره تامین را به عنوان مسیلهایی از جریان‌ها و مبادلات (اطلاعات، مواد و سرمایه) که نیازمند آن است که هماهنگ و بهینه سازی شوند، در نظر می‌گیرد. به منظور دستیابی به اهداف مشترک یک زنجیره تامین و بهینه سازی عملکردهای گوناگون، باید مدیران به مسائل زیادی که دربرگیرنده طیف وسیعی از فعالیت‌های استراتژیک، تاکتیکی و عملیاتی است و در جدول شماره ۱ نمایش داده شده است، بپردازند (برگرفته شده از سیمچی لوی و همکاران^۵، ۲۰۰۳: ۱۱). برای هر فعالیت، مدیران باید بروی بهینه سازی فعالیت به صورت جهانی یا اداره کردن امور غیر قابل پیش بینی در زنجیره تامین، یا بروی هر دو متمرکز شوند.

در حالی که شرح فعالیت‌ها و اهداف در متن زنجیره تامین کلاسیک ارائه شده است، زنجیره تامین الکترونیکی به شکل ساده، به نقش اساسی اشاره دارد که اینترنت و فناوری اطلاعات مبتنی بر اینترنت، همانند تجارت الکترونیک و کسب و کار الکترونیک در مدیریت زنجیره تامین مدرن ایفا می‌کنند.

1 Chan et al.

2 Li

3 Ding et al.

4 Lau et al.

5 Simchi-Levi et al.

جدول ۱ - موضوع‌های کلیدی مدیریت زنجیره تامین (صنایعی، ۲۰۱۰)

موضوعها	بهینه سازی جهانی	اداره امور غیر قابل پیش‌بینی
شبکه توزیع	×	
آرایش		×
کنترل موجودی	×	
قراردادهای تامین	×	×
استراتژی‌های توزیع	×	
مشارکت استراتژیک		×
به دست آوردن (کالاها یا خدمات) از یک تامین کننده خارجی و به دست آوری		×
طراحی محصول	×	×
فناوری اطلاعات	×	×
ارزش مشتری		

تعدادی از مشاهدات مهم، به ترتیب در ادامه می‌آید. اول، اطلاعات یکی از عناصر اساسی الگوی زنجیره تامین سه جریانی است؛ دوم، فناوری اطلاعات با فراهم نمودن داده‌ها، اطلاعات، دانش و ابزار تحلیلی به فرآیند بهینه سازی و کاهش در امور غیر قابل پیش‌بینی در هر موضوع (جدول ۱)، کمک و آنها را تسهیل می‌نماید. وظایف سیستم‌های اطلاعاتی با جمع آوری داده‌ها آغاز می‌شود. بنابراین، شناسایی خودکار، یکی از اجزای کلیدی فناوری اطلاعات برای جمع آوری کارآمدتر داده‌های بهنگام و با کیفیت است که می‌توانند میان شرکای گوناگون به صورت بلا درنگ و با هدف فراهم نمودن قابلیت دید بیشینه و هماهنگی بیشتر میان اعضا و میان فعالیت‌های سرتاسر زنجیره تامین، تقسیم شوند.

هزینه فعالیت‌های مرتبط با تامین، سنگین است. در سال ۲۰۰۸، کل واردات غیر نفتی و صادرات ایالات متحده به ترتیب ۱/۶ و ۱/۳ تریلیون دلار بود (وزارت بازرگانی آمریکا^۱،

1 U.S. Department of Commerce

۲۰۰۹). همچنین این هزینه شامل فعالیت‌های مرتبط با تامین، همانند نقل و انتقال، ذخیره سازی و کنترل مواد و محصولات در طول زنجیره‌های تامین است. امور غیر قابل پیش بینی گوناگونی بر روی این هزینه‌ها تاثیر گذار هستند. برای مثال، تصمیمات موجودی مبتنی بر تقاضای تاریخی و برآوردهای زمان تحویل بازسازی (به جای داده‌های بلادرنگ) ممکن است به صورت در خور توجهی به موجودی بیش از ظرفیت و کمبود موجودی منجر شود؛ یعنی یک منبع اساسی هزینه در زنجیره تامین. جمع آوری و تسهیم کارآمد و بلادرنگ داده‌های دقیق در سیستم‌های شناسایی خودکار در قابلیت ردیابی و کاهش امور غیرقابل پیش بینی و صرفه جویی‌های مهم هزینه، بسیار مؤثر است. با توجه به زیادی هزینه‌های مرتبط با تامین، صرفه جویی بخشی از هزینه کلی هم هنوز قابل توجه است. بنابراین، شرکای زنجیره تامین از به کارگیری شناسایی خودکار سود خواهند برد.

۲-۲- مفهوم و تعریف RFID

براساس اداره حسابرسی دولتی در آمریکا (GAO¹)، RFID یک فناوری است که برای " شناسایی، ردیابی، و ذخیره نمودن اطلاعات به صورت الکترونیکی " از آن استفاده می شود (۲۰۰۵). به عبارت ساده تر، RFID سیستمی است که با استفاده از امواج رادیویی خوانده شده توسط یک گیرنده، هویت یک شیء یا شخص را به شکل بی سیم انتقال می - دهد. یک فناوری رقیب برای RFID بارکد است که در فروشگاه‌های خرده فروشی دیده می شود. برای شناسایی کالا از طریق بارکد، نیاز است که کاربران به صورت دستی، یک برچسب را اسکن نمایند. به عبارت دیگر، یک اسکنر نیازمند آن است که دیدی مستقیم از برچسب داشته باشد، یا به عبارت دیگر، در خط دید قرار بگیرد. RFID سیستم را قادر می - سازد که بدون دخالت کاربر و بدون نیاز به قرار گرفتن کالا در خط دید، داده‌های موجود در برچسب‌ها را ثبت نموده، آنها را به یک کامپیوتر انتقال دهد.

یک سیستم RFID شامل اجزای زیر است:

۱- شناسه (Tag) یا فرستنده؛

۲- داده خوان‌ها و آنتن‌ها؛

۳- نرم افزار.



شکل ۳: اجزای یک سیستم RFID (منبع: اداره حسابرسی دولتی آمریکا)

به طور کلی RFID یا سیستم شناسایی با استفاده از فرکانس رادیویی، سامانه‌ی شناسایی بی‌سیم است که قادر به تبادل داده‌ها به وسیله برقراری اطلاعات بین یک شناسه (Tag) که به یک شیء متصل شده و یک داده خوان است. شناسه (Tag) وسیله متصل شده به کالایی است که ما می‌خواهیم آن را ردیابی کنیم. شناسه تلفیقی از تراشه و آنتن است. تراشه به کمک آنتن تعبیه شده، اطلاعات لازم برای شناسایی آیتم مورد نظر را برای یک داده خوان ارسال می‌نماید. داده خوان، امواج رادیویی برگردانده شده از شناسه RFID را به اطلاعات دیجیتال تبدیل می‌نماید تا در ادامه، امکان ارسال داده برای کامپیوتر و پردازش آن فراهم گردد.

RFID دارای دو نوع اصلی است: غیرفعال و فعال. در سیستم‌های غیرفعال RFID، شناسه‌ها منبع انرژی خاص خود را ندارند (<http://www.rfidjournal.com/article/glossary>). معمولاً شناسه‌ها در یک سیستم غیرفعال RFID فقط یک عدد سری یا حجم کوچکی از اطلاعات را ذخیره می‌کنند و انرژی خود را از داده خوان به دست می‌آورند. شناسه‌های غیرفعال می‌توانند هزینه‌ای بین ۲۰ سنت تا چندین دلار داشته باشند. برعکس شناسه‌های غیرفعال،

شناسه‌های فعال حامل یک منبع انرژی بوده، می‌توانند پیوسته پیامی را به داده خوان انتقال دهند.

۳- روش پژوهش و مراحل آن

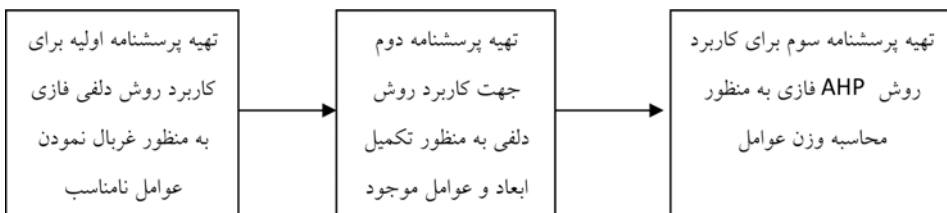
۳-۱- روش تحقیق

با توجه به اینکه در این پژوهش از مطالعه اسناد، مدارک، مقالات، پایان نامه‌ها، کتاب‌های مختلف و همچنین از روش میدانی و پرسشنامه، در جهت شناسایی و رتبه بندی عوامل مؤثر بر توسعه فناوری RFID در مدیریت زنجیره تامین بهره گرفته شده که این هدف از طریق بهره گیری از نظر کارشناسان خبره دنبال شده است؛ بنابراین، می‌توان گفت که این پژوهش بر اساس هدف، کاربردی و بر اساس ماهیت و روش تحقیق، توصیفی-پیمایشی است. جامعه آماری این پژوهش، کارشناسان خبره ای هستند که در کمیته RFID شرکت ایران خودرو عضویت دارند. نمونه گیری مورد استفاده در پژوهش، غیر تصادفی و هدفدار بوده است و تعداد نمونه ۹ نفر است.

در این مطالعه پس از استخراج داده‌های مورد نظر از طریق پرسشنامه، از نرم افزار EXCEL(2007) برای تحلیل داده‌ها استفاده شده است.

۳-۲- الگوی اجرایی پژوهش

در شکل ۴ الگوی اجرایی پژوهش، نمایش داده شده است.



شکل ۴- الگوی اجرایی پژوهش

بر مبنای الگوی اجرایی پژوهش، این پژوهش به دنبال شناسایی ابعاد و عوامل مؤثر در توسعه RFID و سپس رتبه بندی آنها است. برای این منظور، ابعاد و عوامل موجود در مدل لین (۲۰۰۹) به عنوان معیار اصلی پژوهش در نظر گرفته شد و پس از جمع آوری پرسشنامه‌های دلفی فازی و دلفی، اصلاحاتی بر روی این مجموعه از ابعاد و عوامل انجام گرفت. پس از آن، با تحلیل داده‌های به دست آمده از پرسشنامه AHP فازی، وزن مربوط به هر یک از ابعاد و عوامل به دست آمد. شایان ذکر است که پاسخ دهندگان به پرسشنامه‌ها در هر سه مرحله ۹ نفر مشخص هستند.

در این تحقیق، با استفاده از نرم افزار SPSS نسخه ۱۶، آلفای کرونباخ با ضریب ۰/۸۸ به دست آمد که بر مبنای آن، پرسشنامه اول از اعتبار خوبی برخوردار است. در پرسشنامه سوم به منظور اطمینان از ثبات و سازگاری قضاوت‌های زوجی، نرخ سازگاری هر ماتریس محاسبه و تغییرات لازم در مقایسه‌ها اعمال شد.

۳-۳- روش دلفی فازی

روش سنتی دلفی در ابتدا توسط دالکی و هلمر^۱ (۱۹۶۳) در یک شرکت توسعه یافت و به صورت گسترده‌ای در بسیاری از حوزه‌های مدیریت، به کار گرفته شد. دلفی، یک روش بررسی نظر کارشناس با سه مشخصه: پاسخ بدون ذکر نام، تکرار و بازخورد کنترل شده، و در نهایت پاسخ گروهی آماری است. این روش، همیشه از نظرهای کارشناسی با همگرایی پایین، هزینه اجرایی بالا، و این احتمال که ممکن است سازمان دهندگان ایده، نظرهای کارشناسی بخصوص را حذف کنند، زیان دیده است. بنابراین، مری، پپینو، و گیگچ^۲ (۱۹۸۵) مفهوم تلفیق روش سنتی دلفی و نظریه فازی را به منظور بهبود بخشیدن ابهام و ناهمخوانی موجود در روش دلفی، ارائه کردند. عدد فازی مثلثی برای گنجاندن نظرهای کارشناسی به کار می رود و

1 Dalkey and Helmer

2 Murry, Pipino, and Gigch

بنابراین، روش دلفی فازی تثبیت شده است. مقادیر حداکثر و حداقل نظرهای کارشناسی به عنوان دو نقطه پایانی اعداد فازی مثلثی استفاده می شود، و میانگین هندسی به عنوان درجه عضویت اعداد فازی مثلثی به منظور اجتناب از اثر مقادیر انتهایی به کار می رود. روش سنتی دلفی، نیازمند رسیدگی های متعدد به منظور رسیدن به یک سازگاری در نظرهای کارشناسی است، اما روش دلفی فازی فقط نیازمند یک رسیدگی بوده، همه نظرها می توانند پوشش داده شوند. عموماً، برای ارزیابی اهمیت شاخص های ارزیابی عملکرد از یک مقیاس ده تایی استفاده می شود، اما به دلیل آن که معمولاً مقیاس ده تایی در ایران جواب نمی دهد، در این پژوهش از مقیاس پنج تایی استفاده شده است.

روش دلفی فازی، از میانگین هندسی به عنوان مبنایی برای گروه تصمیم گیرنده به منظور غربال نمودن عوامل نامناسب و اجتناب از تاثیر مقادیر انتهایی استفاده می کند. همچنین، علاوه بر کاهش مصرف هزینه و زمان، این روش تصمیم گیرندگان را قادر می سازد تا فازی بودن در فرآیند تصمیم گیری را ارزیابی کنند و به نتیجه بهتری در انتخاب عامل برسند. مراحل به کارگیری روش دلفی فازی در ادامه آمده است (چانگ، ۱۹۹۸).

ابتدا، از ۲۴ عامل پیشنهاد شده توسط لین (۲۰۰۹) به عنوان پایه و اساس طراحی پرسشنامه استفاده شد. همچنین، یک سوال آزاد در انتهای پرسشنامه گنجانده شده بود که در آن از پاسخ دهندگان خواسته شده بود که هر عامل موثری را که از نظر آنها برای هدف تحقیق با اهمیت است، ذکر کنند.

دوم، از پرسشنامه برای گردآوری نظرهای کارشناسان در گروه تصمیم گیری استفاده شد تا اهمیت نسبی عوامل موثر و رتبه آنها به دست آید.

سوم، می توان تابع مثلثاتی فازی^۱ مربوط به هر عامل تاثیر گذار را از پرسشنامه کارشناس و بر اساس فرمول های زیر به دست آورد:

1 Fuzzy Trigonometric Function

$$\bar{A} = (L_A, M_A, U_A)$$

$$L_A = \min(X_{Ai}), i = 1, 2, 3, \dots, n$$

$$M_A = (X_{A1} \times X_{A2} \times \dots \times X_{An})^{\frac{1}{n}}$$

$$U_A = \max(X_{Ai}), i = 1, 2, 3, \dots, n$$

جایی که \bar{A} مقدار فازی اهمیت عامل تاثیر گذار A ؛ U_A, M_A, L_A به ترتیب حد پایینی، میانگین هندسی و حد بالایی مقادیر گروه تصمیم‌گیری برای عامل تاثیر گذار A هستند؛ X_{Ai} مقدار تصمیم‌گیرنده i ام برای عامل تاثیر گذار A است. چهارم، فرض کنید که میانگین‌های هندسی تابع مثلثاتی فازی برای هر عامل تاثیر گذار، تابع عضویت M_A را تشکیل می‌دهد. این نشان دهنده درک مشترک گروه تصمیم‌گیری برای این عامل است.

پنجم، یک مقدار آستانه S^1 را به منظور غربال نمودن عوامل نامناسب انتخاب کنید.

(الف) $M_A \geq S$ عامل تاثیر گذار A را بپذیرید.

(ب) $M_A < S$ عامل تاثیر گذار A را حذف کنید.

اساساً، مقدار آستانه با استنباط ذهنی تصمیم‌گیرنده معین می‌شود و مستقیماً بر روی تعداد عواملی که غربال می‌شوند، تاثیر خواهد گذاشت. هیچ راه ساده یا قانون کلی برای تعیین مقدار آستانه وجود ندارد. چن و وانگ (۲۰۱۰) عدد ۳ را به عنوان مقدار S به کار گرفتند. این پژوهش عدد ۳ را به عنوان حد آستانه در نظر گرفت و عواملی را که دارای میانگین هندسی پایین‌تر از ۳ بودند، حذف نمود (جدول ۲).

جدول ۲- نتایج حاصل از تحلیل داده‌های پرسشنامه اول

تایید یا رد عامل	مقدار میانگین هندسی	عامل
تایید	۴/۱۷۳۳	هزینه نصب و راه اندازی سیستم
تایید	۳/۸۴۶۴	هزینه نگهداری و تعمیرات سیستم
تایید	۳/۹۷۱۴	هزینه یکپارچگی سیستم
تایید	۳/۵۱	هزینه سفارشی سازی سیستم
تایید	۳/۰۵	هزینه آموزش
تایید	۳/۷۵۲۲	هزینه عملیاتی
تایید	۳/۸۰۸۹	قابلیت استفاده مجدد از تگ‌ها
تایید	۴/۸۷۷۵	قابلیت خواندن واضح داده‌ها
تایید	۴/۱۴۳۴	محدودیت فرکانس
تایید	۳/۶۶۷۳	برد رادیویی موثر تگ و داده خوان
رد	۲/۵۸۳۰	اختلال رادیویی بر تجهیزات دیگر و همچنین تاثیر آن بر سلامت انسان
تایید	۳/۳۱۲۳	توانایی خواندن همزمان چند تگ و تعداد آنها
تایید	۴/۵۲۷۹	تمایل و استقبال اعضای زنجیره تامین
تایید	۴/۲۰۳۳	تمایل به حفظ یکپارچگی سیستم
تایید	۳/۲۸۸۶	حمایت و راهنمایی از جانب دولت
تایید	۴/۰۷۸۸	رهبری قدرتمند
تایید	۴/۰۷۱۱	سازگاری سیستم در زنجیره تامین
تایید	۳/۹۶۰۹	استفاده کردن از فرکانس‌های استاندارد
تایید	۴/۱۶۲۳	سازگاری و رعایت استانداردهای بین المللی برای داده‌ها
رد	۲/۸۴۶۹	مشکل نقض حریم شخصی
رد	۲/۸۸۴۴	فاش شدن جزئیات کامل اطلاعات محصول
تایید	۳/۶۲۴۶	وضع قوانین حقوقی مرتبط با حفظ امنیت داده‌ها و حریم شخصی
تایید	۳/۶۷۷۰	استفاده از تکنیک‌های رمزنگاری برای داده‌ها
تایید	۳/۰۴۴۹	توانایی جلوگیری از دزدی و کاهش ضرر

- همان گونه که در جدول بالا نشان داده شده، کارشناسان خبره ۳ عامل از ۲۴ عامل موجود در مدل لین (۲۰۰۹) را رد کرده اند. این ۳ عامل عبارتند از:
- ۱- اختلال رادیویی بر تجهیزات دیگر و همچنین تاثیر آن بر سلامت انسان؛
 - ۲- مشکل نقض حریم شخصی؛
 - ۳- فاش شدن جزئیات کامل اطلاعات محصول.
- همچنین، هفت عامل از پاسخ کارشناسان خبره به سوال آزاد انتهای پرسشنامه گرد آوری گردید که از آنها برای طراحی پرسشنامه دوم استفاده شد. این هفت عامل عبارتند از:
- ۱- میزان توسعه یافتگی سیستم‌های اطلاعاتی نرم افزاری موجود در سازمانی که پروژه استقرار استفاده از RFID در آن اجرا می‌گردد؛
 - ۲- داشتن شبکه اطلاعاتی در جهت کاهش ثبت اطلاعات مختلف بر روی تگ و نگهداری اطلاعات در شبکه؛
 - ۳- انتخاب الگوهای متناسب با تکنولوژی نوین؛
 - ۴- کاهش نیروی انسانی مورد نیاز سازمان؛
 - ۵- استفاده شرکای تجاری از RFID؛
 - ۶- نوع کسب و کار موجود در شرکت ایران خودرو؛
 - ۷- فرهنگ سازمانی.

۳-۴- روش دلفی

- روش دلفی، روش نظام‌دار استخراج و روی هم ریزی قضاوت‌های آگاهانه گروهی از متخصصان در باره یک موضوع یا یک سؤال است. دلفی، هم به عنوان یک روش تحقیق و هم یک روش جمع آوری اطلاعات قابل استفاده است.
- همه دلفی‌ها ویژگی‌های مشترکی دارند:
- ۱- از پانل متخصصان برای جمع آوری داده‌ها استفاده می‌شود؛
 - ۲- به صورت نوشتاری انجام می‌شوند؛

- ۳- می کوشند تا در مورد یک ایده به نوعی اجماع و اتفاق نظر برسند و گاه نیز می کوشند تا تفاوت دید- گاهها را مشخص سازند؛
- ۴- گمنام ماندن متخصصان را تضمین می کنند؛
- ۵- از بازاریابی و باخورد کنترل شده برای رسیدن به همگرایی یا مشخص سازی واگرایی در نظرها استفاده می شود. به مشارکت کنندگان اجازه داده می شود که پس از خواندن نظرها دیگر همکاران، نظرها را بازنگری کنند و نیز به ارزشیابی همه نظرها پردازند؛
- ۶- در دلفی های گسترده، در بین هر مرحله، خلاصه ای از نتایج مراحل قبلی بین مشارکت کنندگان توزیع و از سوی آنها ارزشیابی می شود؛
- ۷- به اعتقاد انزر^۱ و دیگران، ۱۹۷۱، روش دلفی معمولاً از سایر روشهای استخراج و پردازش قضاوتها بهتر است، زیرا توجه روی موضوع حفظ شده، چارچوبی فراهم می کند که افراد با سوابق مختلف یا مکانهای متنوع بتوانند با هم روی یک مسأله کار کنند، و به علاوه هزینه ثبت و مستند سازی را نیز کاهش می دهد.
- به هر حال، روش دلفی همچنان در مرحله تکامل است و یکی از مزایای آن سادگی آن است، زیرا نیاز به مهارتهای پیشرفته ریاضی، اجرا و تحلیل ندارد، بلکه نیاز به خلاقیت در طراحی پروژه و فردی آگاه از مسایل و تکنولوژی دلفی دارد (صلصالی، پرویزی، ادیب حاج باقری، ۱۳۸۲).

جدول ۳- پاسخ‌های دریافتی از کارشناسان در روش دلفی (۳ دور؛): تعداد آرای کارشناسان (

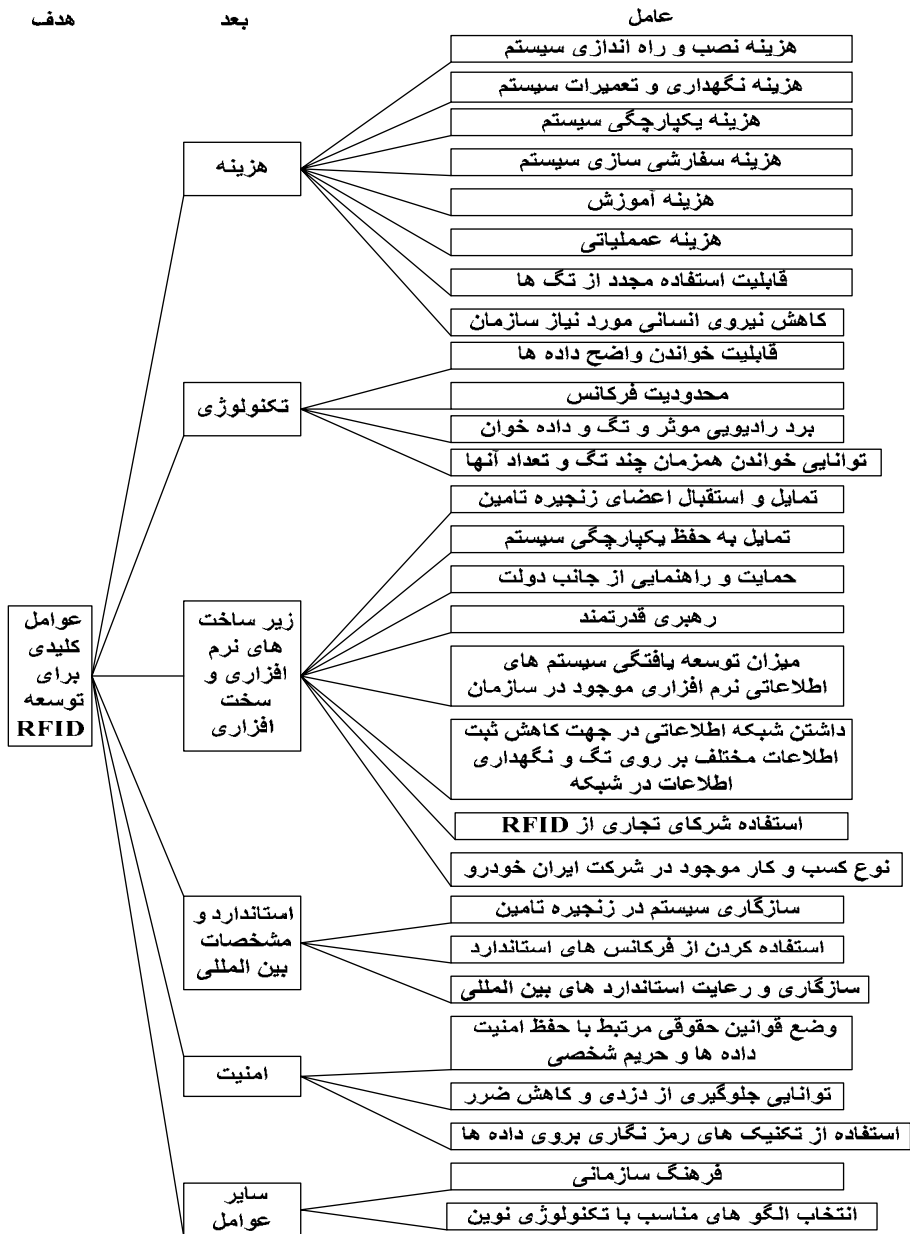
عوامل				دور
عامل اول	عامل دوم	عامل سوم	عامل چهارم	
زیرساخت (۵)	زیرساخت (۶)	سایر عوامل (۴)	هزینه (۵)	دور اول
هزینه (۲)	هزینه (۲)	تکنولوژی (۳)	تکنولوژی (۱)	
تکنولوژی (۱)	تکنولوژی (۱)	استاندارد (۲)	زیرساخت (۱)	
امنیت (۱)			سایر عوامل (۲)	
زیرساخت (۸)	زیرساخت (۷)	سایر عوامل (۷)	هزینه (۶)	دور دوم
هزینه (۱)	هزینه (۲)	تکنولوژی (۲)	سایر عوامل (۳)	
زیرساخت (۹)	زیرساخت (۹)	سایر عوامل (۹)	هزینه (۹)	دور سوم
عوامل				دور
عامل پنجم	عامل ششم	عامل هفتم		
هزینه (۵)	زیرساخت (۵)	هزینه (۳)		دور اول
تکنولوژی (۱)	هزینه (۳)	زیرساخت (۳)		
زیرساخت (۱)	تکنولوژی (۱)	تکنولوژی (۲)		
سایر عوامل (۲)		استاندارد (۱)		
هزینه (۶)	زیرساخت (۷)	زیرساخت (۶)		دور دوم
سایر عوامل (۳)	هزینه (۲)	هزینه (۳)		
هزینه (۹)	زیرساخت (۹)	زیرساخت (۹)		دور سوم

جدول ۳، پاسخ‌های دریافتی از کارشناسان را در ۳ دور انجام روش دلفی نشان می‌دهد. شایان ذکر است، اعدادی که رویه روی هر کدام از ابعاد و در داخل () قرار گرفته‌اند، تعداد آرای کارشناسان به آن ابعاد است.

همان گونه که در جدول بالا مشاهده می شود، در پایان دور سوم مشخص شد که هر کدام از این هفت عامل جزو کدام یک از شش بعد مورد نظر هستند. بنابراین، می توان اظهار داشت که:

- ۱- عامل اول؛ یعنی «میزان توسعه یافتگی سیستم های اطلاعاتی نرم افزاری موجود در سازمانی که پروژه استقرار استفاده از RFID در آن اجرا می گردد» را می توان در زمره عوامل مرتبط با بعد زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری قلمداد کرد.
 - ۲- عامل دوم؛ یعنی «داشتن شبکه اطلاعاتی در جهت کاهش ثبت اطلاعات مختلف بر روی تگ و نگهداری اطلاعات در شبکه» را می توان در زمره عوامل مرتبط با بعد زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری قلمداد کرد.
 - ۳- عامل سوم؛ یعنی «انتخاب الگوهای متناسب با تکنولوژی نوین» در داخل بعد سایر عوامل قرار می گیرد.
 - ۴- عامل چهارم؛ یعنی «کاهش نیروی انسانی مورد نیاز سازمان» را در مجموعه عوامل مرتبط با بعد هزینه قرار می دهیم.
 - ۵- عامل پنجم؛ یعنی «استفاده شرکای تجاری از RFID» را می توان در مجموعه عوامل مرتبط با بعد زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری قرار داد.
 - ۶- عامل ششم؛ یعنی «نوع کسب و کار موجود در شرکت ایران خودرو» در داخل بعد زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری قرار داده می شود.
 - ۷- عامل هفتم؛ یعنی «فرهنگ سازمانی» در داخل بعد فرهنگ سازمانی قرار می گیرد.
- اکنون، با پایان یافتن تحلیل داده های پرسشنامه های دلفی فازی و دلفی و انجام تعدیلات لازم بر روی ابعاد و عوامل موجود در مدل لین (۲۰۰۹)، می توان نمودار سلسله مراتبی را که برای طراحی پرسشنامه AHP فازی استفاده می - شود، ترسیم کرد که در شکل ۵ نمایش داده شده است. همان گونه که در شکل ۵ مشاهده می شود، نمودار سلسله مراتبی مورد استفاده در این پژوهش از سه سطح هدف، بعد و عامل تشکیل شده است. سطح هدف، مربوط به عوامل کلیدی برای توسعه RFID است. سطح بعد، شامل ۶ بعد هزینه، تکنولوژی، زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری، استاندارد و مشخصات بین المللی، امنیت، و سایر عوامل است. سطح عامل، شامل ۲۸ عامل است که به ترتیب ۸ عامل مربوط به بعد هزینه، ۴ عامل مربوط به بعد

تکنولوژی، ۸ عامل مربوط به بعد زیرساخت های نرم افزاری و سخت افزاری، ۳ عامل مربوط به بعد استاندارد و مشخصات بین المللی، ۳ عامل مربوط به بعد امنیت، و ۲ عامل هم مربوط به بعد سایر عوامل است.



۳-۵- روش تحلیل سلسله مراتبی فازی

تحلیل سلسله مراتبی (AHP) ابزاری برای تصمیم گیری با معیارهای چندگانه است که به صورت گسترده ای استفاده می شود و برای اولین بار توسط ساعتی^۱ (۱۹۸۰)، ساعتی (۱۹۹۴) پیشنهاد شد؛ AHP ابزاری قابل دسترس برای تصمیم گیرندگان و پژوهشگران است؛ و یکی از ابزارهای تصمیم گیری با معیارهای چندگانه است که بیشترین استفاده از آن می شود (وایدیا و کومار^۲، ۲۰۰۶). در روش AHP قدیمی، مقایسات زوجی با مقیاس نه تایی انجام می شود که ترجیحات انسانی را به اعداد تبدیل می کند. بنابراین AHP فقط از اعداد قطعی برای قضاوتها و اولویت‌های منتج از آنها استفاده می کند. هر چند مقیاس گسسته^۳ AHP مزایای سادگی و سهولت در استفاده را داراست، اما یک عدد برای در نظر گرفتن عدم قطعیت مرتبط با ترسیم ادراک یک نفر، کافی نیست. با وجود محبوبیت و سادگی در مفهوم AHP، از این روش اغلب به دلیل ناتوانی در کنترل مناسب عدم قطعیت و ابهام ذاتی مربوط به ترسیم ادراک تصمیم گیرنده با اعداد دقیق انتقاد شده است. در قاعده سازی^۴ قدیمی AHP، قضاوت‌های انسانی با اعداد دقیق بیان می شوند. به هر حال، در بسیاری از موارد عملی، مدل رجحان انسانی^۵ نامطمئن است و ممکن است تصمیم گیرندگان در اختصاص دادن مقادیر عددی دقیق به قضاوت‌های مقایسه ای، بی میل یا ناتوان باشند (کهرمان، سبکی، و یولوکان^۶، ۲۰۰۳).

از آنجایی که بعضی از معیارهای ارزیابی طبیعتاً ذهنی و کیفی هستند، بیان نمودن ترجیحات برای تصمیم گیرنده با استفاده از مقادیر عددی دقیق و فراهم نمودن قضاوت‌های مقایسه زوجی دقیق، بسیار مشکل است. روش AHP قدیمی نمی تواند به طریقی سراسر برای حل مسائل تصمیم گیری نامطمئن به کار گرفته شود (دنگ^۷، ۱۹۹۹). این به دلیل آن است که محقق معمولاً در بیان آشکار ترجیحات خود، به علت طبیعت فازی فرآیند مقایسه،

1 Saati

2 Vaidya & Kumar

3 Discrete scale

4 Formulation

5 Human Preference Model

6 Kahraman, Cebeci, & Ulukan

7 Deng

ناتوان است (کهرمان و دیگران، ۲۰۰۳). به منظور غلبه بر این کاستی‌ها، AHP فازی برای حل مسائل سلسله مراتبی توسعه پیدا کرد. باکلی^۱ (۱۹۸۵) اعداد فازی ذوزنقه‌ای را برای بیان نمودن ارزیابی تصمیم‌گیرنده در مورد گزینه‌ها با در نظر گرفتن هر معیار به کار گرفت، در حالی که لارهوون و پدریکز^۲ (۱۹۸۳) از اعداد فازی مثلثی استفاده می‌کردند. چانگ (۱۹۹۶) رویکرد جدیدی را برای استفاده از AHP فازی، به همراه استفاده از اعداد فازی مثلثی برای مقیاس مقایسات زوجی AHP فازی و همچنین، استفاده از روش تحلیل توسعه‌ای (EA^۳) برای برای مقادیر اندازه ترکیبی از مقایسات زوجی، معرفی کرد. این مطالعه، سه مرحله را برای تحلیل داده‌های پرسشنامه‌های تحلیل سلسله مراتبی فازی به کار گرفت که به صورت زیر می‌آید:

(1) ایجاد ماتریس‌های مقایسات زوجی فازی: نویسندگان از مقیاس زو، جینگ، چانگ (۱۹۹۹) برای تبدیل پاسخ‌های هر سؤال به اعداد فازی استفاده کردند (جدول ۴). همچنین از معادله‌ی پیشنهادی باکلی (۱۹۸۵) برای محاسبه‌ی متوسط اعداد فازی مثلثی استفاده شد که این معادله در ادامه آمده است. پس از به دست آوردن میانگین‌ها، هفت ماتریس لازم برای انجام مرحله‌ی دوم ترسیم شد.

$$E_{ij} = \frac{1}{m} \times (E_{ij}^1 + E_{ij}^2 + \dots + E_{ij}^m)$$

که در فرمول فوق E_{ij} میزان اهمیت عامل i نسبت به عامل j است.

E_{ij} را می‌توان به صورت یک عدد فازی مثلثی به صورت زیر نشان داد.

$$E_{ij} = (LE_{ij}, ME_{ij}, UE_{ij})$$

سه نقطه‌ی عدد مثلثی بنا به پیشنهاد باکلی^۴ (۱۹۸۵) به گونه‌ی زیر قابل محاسبه است:

$$LE_{ij} = \left(\sum_{k=1}^m LE_{ij}^k \right) / m$$

1 Buckley

2 Laarhoven and Pedrycz

3 Extent Analysis

4 Buckley

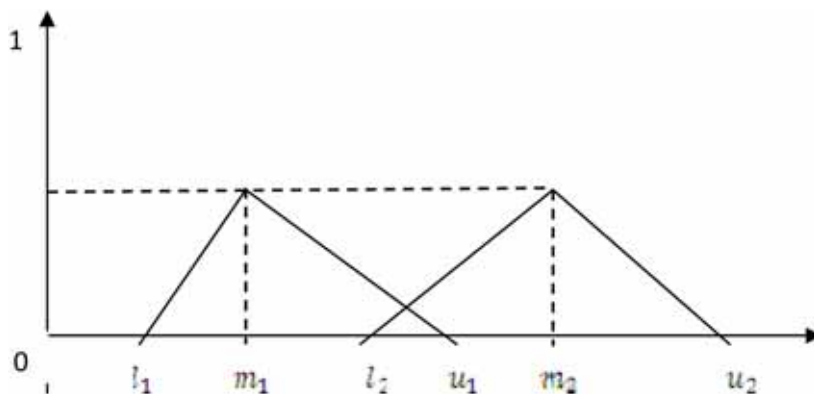
$$ME_{ij} = \left(\sum_{k=1}^m ME_{ij}^k \right) / m$$

$$UE_{ij} = \left(\sum_{k=1}^m UE_{ij}^k \right) / m$$

جدول ۴: بر گرفته از زو، جینگ و چانگ (۱۹۹۹)

(۱ و ۱ و ۱)	ترجیح یکسان
(۰,۳۳ و ۱ و ۱,۶۷)	کمی مرجح
(۱,۳۳ و ۲ و ۲,۶۷)	مرجح
(۲,۳۳ و ۳ و ۳,۶۷)	خیلی مرجح
(۳,۳۳ و ۴ و ۴,۶۷)	کاملاً مرجح

(۲) استفاده از روش تحلیل توسعه ای (EA) برای تعیین اوزان نهایی هفت ماتریس به دست آمده از مرحله اول که این روش به صورت کامل در زیر می آید:
 دو عدد فازی مثلثی $M_1 = (l_1 \text{ و } m_1 \text{ و } u_1)$ و $M_2 = (l_2 \text{ و } m_2 \text{ و } u_2)$ را در نظر بگیرید.



شکل ۶: دو عدد مثلثی فازی

عملگرهای ریاضی آنها به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$M_1 + M_2 = (l_1 + l_2, m_1 + m_2, u_1 + u_2)$$

$$M_1 \times M_2 = (l_1 \times l_2, m_1 \times m_2, u_1 \times u_2)$$

$$M_1^{-1} = \left(\frac{1}{u_1}, \frac{1}{m_1}, \frac{1}{l_1} \right),$$

$$M_2^{-1} = \left(\frac{1}{u_2}, \frac{1}{m_2}, \frac{1}{l_2} \right)$$

باید توجه داشت که حاصلضرب دو عدد فازی مثلثی یا معکوس یک عدد فازی مثلثی، دیگر یک عدد فازی مثلثی نیست و این روابط فقط تقریبی از حاصلضرب واقعی دو عدد فازی مثلثی و معکوس یک عدد فازی مثلثی را بیان می‌کنند.

در روش تحلیل توسعه‌ای، برای هر یک از سطرهای ماتریس مقایسات زوجی، مقدار S_k ، که خود یک عدد مثلثی است، به صورت زیر محاسبه می‌شود:

$$S_k = \sum_{j=1}^n M_{ki} \times \left[\sum_{i=1}^n \sum_{j=1}^n M_{ij} \right]^{-1}$$

که K بیانگر شماره سطر و i و j به ترتیب نشان دهنده گزینه‌ها و شاخص‌ها هستند.

در روش تحلیل توسعه‌ای، پس از محاسبه S_k ها، باید درجه بزرگی آنها را نسبت به هم به دست آورد. به طور کلی، اگر M_1 و M_2 دو عدد فازی مثلثی باشند، درجه ی بزرگی M_1 بر M_2 ، که آن را با $V(M_1 \geq M_2)$ نشان می‌دهیم، به صورت زیر تعریف می‌شود:

$$V(M_1 \geq M_2) = 1 \quad \text{if } m_1 \geq m_2$$

$$V(M_1 \geq M_2) = hgt(M_1 \cap M_2) \quad \text{else}$$

که در آن:

$$hgt(M_1 \cap M_2) = \frac{u_1 - l_2}{(u_1 - l_2) + (m_2 - m_1)}$$

میزان بزرگی یک عدد فازی مثلثی از k عدد فازی مثلثی دیگر نیز از رابطه ی زیر به دست می‌آید:

$$V(M_1 \geq M_2, \dots, M_k) = V(M_1 \geq M_2), \dots, V(M_1 \geq M_k)$$

همچنین برای محاسبه وزن شاخص‌ها در ماتریس مقایسه زوجی از رابطه زیر استفاده می‌شود:

$$W'(x_i) = \text{Min}\{V(S_i \geq S_k)\} \quad k = 1, 2, \dots, n \quad k \neq i$$

بنابراین، بردار وزن شاخص‌ها به صورت زیر خواهد بود:

$$W' = [W'(c_1), W'(c_2), \dots, W'(c_n)]^T$$

که همان بردار ضرایب غیر بهنجار AHP فازی است (چانگ، ۱۹۹۶).

(3) ضرب نمودن وزن نهایی هر بعد از ماتریس اول در وزن‌های عوامل مرتبط با آن بعد،

به منظور تعیین اوزان گلوبال آن عوامل.

پس از اجرای مراحل ذکر شده، اوزان گلوبال و در نتیجه رتبه بندی ابعاد و عوامل مؤثر در

توسعه RFID در ایران خودرو به دست آمد که در جدول ۵ نمایش داده شده است.

تذکر: ابعاد و عواملی که دارای وزنی پایین تر از صفر باشند، به عنوان غیر قابل توجه در نظر

گرفته می‌شوند و بنابراین دارای رتبه نخواهند بود.

جدول ۵ - اوزان گلوبال ابعاد، عوامل، و رتبه بندی عوامل

رتبه عوامل	وزن گلوبال عوامل	عامل	بعد	هدف
۱۳	۰/۰۴۰۱۲۷۲۱۸	هزینه نصب و راه اندازی سیستم	هزینه (۰/۱۹۹۹۲۶۴۹۵)	عوامل کلیدی برای توسعه RFID
۱۶	۰/۰۲۲۰۷۰۳۵۷	هزینه نگهداری و تعمیرات سیستم		
۸	۰/۰۵۰۶۸۷۷۴۶	هزینه یکپارچگی سیستم		
-	- ۰/۰۰۶۲۸۰۵۷۶	هزینه سفارشی سازی سیستم		
۱۸	۰/۰۱۲۶۹۴۷۵۶	هزینه آموزش		
۱۹	۰/۰۰۹۶۲۷۷۲۱	هزینه عملیاتی		
۱۵	۰/۰۳۰۴۲۸۰۹	قابلیت استفاده مجدد از تگ‌ها		
۱۲	۰/۰۴۰۵۷۱۱۸۳	کاهش نیروی انسانی مورد نیاز سازمان	تکنولوژی (۰/۱۱۹۰۱۷۳۳۶)	
۵	۰/۱۲۱۵۲۸۱۸۶	قابلیت خواندن واضح داده‌ها		
۳	۰/۱۵۶۱۵۰۰۳۹	محدودیت فرکانس		
-	- ۰/۰۱۱۶۷۱۷۱	برد رادیویی موثر تگ و داده خوان		
-	- ۰/۱۴۶۹۸۹۱۷۸	توانایی خواندن همزمان چند تگ و تعداد آنها		

زیرساخت‌های نرم افزاری و سخت افزاری (۰/۱۹۴۸۱۴۵۵۱)	تمایل و استقبال اعضای زنجیره تامین	۰/۰۴۶۶۸۴۷۰۶	۱۱
	تمایل به حفظ یکپارچگی سیستم	۰/۰۴۸۷۷۴۶۱۵	۹
	حمایت و راهنمایی از جانب دولت	- ۰/۰۱۵۳۰۸۰۸۷	-
	رهبری قدرتمند	۰/۰۳۸۶۹۴۰۹۸	۱۴
	میزان توسعه یافتگی سیستم‌های اطلاعاتی نرم افزاری موجود در سازمان	۰/۰۴۸۶۷۴۹۲۶	۱۰
	داشتن شبکه اطلاعاتی در جهت کاهش ثبت اطلاعات مختلف بر روی تگ و نگهداری اطلاعات در شبکه	۰/۰۵۱۳۸۳۱۳۴	۷
	استفاده شرکای تجاری از RFID	- ۰/۰۱۶۱۰۹۷۹۷	-
	نوع کسب و کار موجود در شرکت ایران خودرو	- ۰/۰۰۷۹۷۹۰۴۴	-
استاندارد و مشخصات بین‌المللی (۰/۳۶۷۲۸۰۲۴۵)	سازگاری سیستم در زنجیره تامین	۰/۱۳۰۵۷۷۴۷۳	۴
	استفاده کردن از فرکانس‌های استاندارد	۰/۰۵۹۴۰۸۵۸۵	۶
	سازگاری و رعایت استانداردهای بین‌المللی برای داده‌ها	۰/۱۷۷۲۹۴۱۸۸	۲
امنیت (۰/۳۴۵۶۷۳۹۳۹)	وضع قوانین حقوقی مرتبط با حفظ امنیت داده‌ها و حریم شخصی	۰/۰۵۷۱۹۶۲	۱
	استفاده از تکنیک‌های رمزنگاری برای داده‌ها	- ۰/۲۵۸۴۹۷۱۷۵	-
	توانایی جلوگیری از دزدی و کاهش ضرر	- ۰/۰۰۱۵۴۸۵۰۶	-
سایر عوامل (۰/۲۲۶۷۱۲۵۶۵ -)	فرهنگ سازمانی	- ۰/۲۴۴۹۲۸۰۲۳	-
	انتخاب الگوهای متناسب با تکنولوژی نوین	۰/۰۱۸۲۱۵۴۵۸	۱۷

۴- نتیجه‌گیری

نتایج نشان می‌دهد که رتبه بندی اوزان ابعاد به ترتیب عبارت است از: استاندارد و مشخصات بین‌المللی (۰/۳۶۷)؛ امنیت (۰/۳۴۵)؛ هزینه (۰/۱۹۹)؛ زیرساخت‌های نرم افزاری و سخت افزاری (۰/۱۹۴۸)؛ فناوری (۰/۱۱۹)، و سایر عوامل (که اثری غیر قابل توجه دارد

(. این نتایج مشخص می سازد که دو بعد استاندارد و مشخصات بین المللی، و امنیت دارای بیشترین تاثیر در توسعه RFID در شرکت ایران خودرو هستند. این موضوع مشخص می کند که شرکت ایران خودرو باید این دو حوزه را در سازمان خود تقویت کند که شامل سازگاری سیستم در زنجیره تامین، استفاده کردن از فرکانس های استاندارد، سازگاری و رعایت استانداردهای بین المللی برای داده ها، و وضع قوانین حقوقی مرتبط با حفظ امنیت داده ها و حریم شخصی هستند. فناوری بعدی است که دارای کمترین تاثیر است و این به معنای آن است که نتیجه بهینه به چهار بعد دیگر وابسته است. در میان این ابعاد، مجموع وزن دو بعد استاندارد و مشخصات بین المللی، و امنیت بیش از ۷۰ درصد مجموع وزن همه ی ابعاد است. از طرف دیگر، نتایج نشان می دهد که رتبه بندی اوزان عوامل به ترتیب عبارت است از: وضع قوانین حقوقی مرتبط با حفظ امنیت داده ها و حریم شخصی، سازگاری و رعایت استانداردهای بین المللی برای داده ها، محدودیت فرکانس، سازگاری سیستم در زنجیره تامین، قابلیت خواندن واضح داده ها، استفاده کردن از فرکانس های استاندارد، داشتن شبکه اطلاعاتی در جهت کاهش ثبت اطلاعات مختلف بر روی تگ و نگهداری اطلاعات در شبکه، هزینه یکپارچگی سیستم، تمایل به حفظ یکپارچگی سیستم، میزان توسعه یافتگی سیستم های اطلاعاتی نرم افزاری موجود در سازمان، تمایل و استقبال اعضای زنجیره تامین، کاهش نیروی انسانی مورد نیاز سازمان، هزینه نصب و راه اندازی سیستم، رهبری قدرتمند، قابلیت استفاده مجدد از تگ ها، هزینه نگهداری و تعمیرات سیستم، انتخاب الگوهای متناسب با تکنولوژی نوین، هزینه آموزش، هزینه عملیاتی، و سایر عوامل که دارای اثر غیر قابل توجهی هستند. این نتیجه، دو عامل مهم تاثیر گذار (این دو عامل دارای مجموع وزنی بیش از ۷۰ درصد هستند) را نشان می دهد که وزن آنها به ترتیب برابر است با: وضع قوانین حقوقی مرتبط با حفظ امنیت داده ها و حریم شخصی (۶۰/۵۷)، سازگاری و رعایت استانداردهای بین المللی برای داده ها (۱۷۷۲/۰). این نتایج بیان می کنند که تاثیرگذارترین عوامل در دو بعد استاندارد و مشخصات بین المللی، و امنیت توزیع شده اند و این توزیع بیشتر در انطباق با نتایج رتبه بندی ابعاد است.

۵- پیشنهادها

۵-۱- پیشنهادهای مبتنی بر یافته‌های پژوهش

با توجه به یافته‌های پژوهش، نویسندگان این مقاله، پیشنهادهایی را به شرکت ایران خودرو ارائه کردند که عبارتند از:

(۱) با توجه به اینکه بعد استاندارد و مشخصات بین‌المللی دارای بیشترین تاثیر در توسعه RFID در شرکت ایران خودرو است، بنابراین، به این شرکت توصیه می‌شود که این حوزه را که شامل سازگاری سیستم در زنجیره تامین، استفاده کردن از فرکانس‌های استاندارد، سازگاری و رعایت استانداردهای بین‌المللی برای داده‌هاست، تقویت نماید. همچنین، با توجه به اینکه عامل سازگاری و رعایت استانداردهای بین‌المللی برای داده‌ها دارای بیشترین وزن در بین این سه عامل است، به شرکت ایران خودرو توصیه می‌شود که این عامل را مورد توجه ویژه قرار دهد.

(۲) بعد امنیت دارای بیشترین تاثیر پس از بعد استاندارد و مشخصات بین‌المللی است و بنابراین، باید در توسعه RFID در شرکت ایران خودرو به آن توجه ویژه ای شود. همچنین شرکت ایران خودرو باید در حوزه امنیت، عامل وضع قوانین حقوقی مرتبط با حفظ امنیت داده‌ها و حریم شخصی را که دارای بیشترین تاثیر در میان همه-ی عوامل تاثیر گذار در توسعه RFID در ایران خودرو است، مورد توجه ویژه قرار دهد.

(۳) بعد هزینه، سومین بعد مهم تاثیر گذار است که شرکت ایران خودرو باید آن را در توسعه RFID مد نظر قرار دهد. همچنین، شرکت ایران خودرو باید در حوزه هزینه، عامل هزینه یکپارچگی سیستم را که دارای بیشترین تاثیر در میان عوامل مرتبط با بعد هزینه است، مورد توجه خاص قرار دهد.

(۴) بعد زیرساخت‌های نرم افزاری و سخت افزاری، چهارمین بعد تاثیر گذار در توسعه RFID در شرکت ایران خودرو است که باید آن را مد نظر قرار داد. همچنین، این شرکت باید عامل داشتن شبکه‌ی اطلاعاتی در جهت کاهش ثبت اطلاعات مختلف بر روی تگ و نگهداری اطلاعات در شبکه را که دارای بیشترین تاثیر در میان عوامل مرتبط با این بعد است، مورد توجه ویژه قرار دهد.

(۵) بعد تکنولوژی، پنجمین بعد تاثیرگذار است که شرکت ایران خودرو باید آن را در توسعه RFID مد نظر قرار دهد. همچنین، به این شرکت توصیه می شود که در حوزه ی فناوری دو عامل محدودیت فرکانس، و قابلیت خواندن واضح داده ها را، که به ترتیب در اولویت های سوم و پنجم قرار می گیرند، مورد توجه ویژه قرار دهد.

۵-۲- پیشنهادهایی برای تحقیقات آینده

طی مراحل مختلف این پژوهش به نکات جدیدی پی برده شد و همزمان با پیشرفت این تحقیق، ابهامات بیشتری فراروی محقق قرار می گرفت که با توجه به محدودیت های موجود، بررسی آنها نیازمند پژوهش های بیشتری است. بنابراین، برای پژوهش محققان آینده که قصد فعالیت در این حوزه را دارند، موضوعهایی پیشنهاد می شود:

۱- بومی کردن چارچوب نظام مند لین برای ایران و به دست آوردن مدلی جامع برای توسعه RFID در ایران؛

۲- استفاده از ROI به منظور انتخاب بهترین سیستم های شناسایی خودکار برای یک کاربرد مشخص؛

۳- بررسی فرهنگ سازمانی به عنوان بعدی تاثیر گذار در توسعه ی RFID در ایران؛

۴- بررسی چالش های موجود برای پیاده سازی RFID سیار در صنعت خودروسازی؛

۵- بررسی تاثیر RFID در ارتقای دقت پیش بینی در مدیریت زنجیره تامین با استفاده از مدل های اقتصاد سنجی نظیر GARCH، VAR-GARCH،

منابع:

۱. صلصالی، مهوش. پرویزی، سرور. ادیب حاج باقری، محسن. (۱۳۸۲). **روش های تحقیق کیفی**، تهران: انتشارات بشری.
۲. مقدسی، سعید و سبحان منش، فربرز. (۱۳۸۸). **اصول سیستم های شناسایی از طریق فرکانس های رادیویی و کاربردهای آن**، شیراز: نشرستار.

3. Buckley, J. J. (1985). Fuzzy hierarchical analysis. *Fuzzy Sets and Systems*, 17, 233–247.

4. Burt, D.N., Dobler, D.W., Starling, S.L. (2003). *World Class Supply Management: The Key to Supply Chain Management*.
5. Chan, Y., Boukachour, J., Chiang, C-C., Dey, M.M., Fredouet, C-H., Lo, H-P., Moeeni, F. Toh, A.K. (2009). Cyber Transportation Logistics: Architecting a Global Value-Chain for Service. *Service Science and Logistics Informatics: Innovative Perspectives*, IGI Global, (forthcoming).
6. Chang, D. Y. (1996). Applications of the extent analysis method on fuzzy AHP. *European Journal of Operational Research*, 95, 649–655.
7. Chang, Y. H. (1998). *Transportation plan appraisal and decision making-discussion and application of the fuzzy theory*, Hwatai, Taipei (Chinese edition).
8. Chen, M. K., & Wang, S. C. (2010). The use of a hybrid fuzzy-Delphi-AHP approach to develop global business intelligence for information service firms. *Expert Systems with Applications*. doi: 10.1016/j.eswa.2010.04.033
9. Chopra, S., & Meindl, P. (2007). *Supply chain management 3rd ed.* Upper Saddle River, New Jersey: Prentice Hall.
10. Coyle, J.J., Langley, Jr., Gibson, B.J., Novack, R.A., & Bardi, E.J. (2009). *Supply chain management: A logistics perspective 8th ed.* Florence, Kentucky: South-Western Cengage Learning.
11. Dalkey, N., & Helmer, O. (1963). An experimental application of the Delphi method to the use of experts. *Management Science*, 9, 458–467.
12. Deng, H. (1999). Multicriteria analysis with fuzzy pair-wise comparison. *International Journal of Approximate Reasoning*, 21, 215–231.
13. Ding, Q., Dong, L., & Kouvelis, P. (2007). On the integration of production and financial hedging decisions in global markets. *Operations Research*, Vol. 55, 470-489.
14. Government Accountability Office. (2005). Information Security, Radio Frequency Identification Technology in the Federal Government (GAO-05-551 Radio Frequency Identification Technology). Washington, DC: US Government Printing Office.
15. Kahraman, C., Cebeci, U., & Ulukan, Z. (2003). Multi-criteria supplier selection using fuzzy AHP. *Logistics Information Management*, 16(6), 382–394.
16. Laarhoven, P. J. M., & Pedrycz, W. (1983). A fuzzy extension of Saaty's priority theory. *Fuzzy Sets and Systems*, 11(3), 229–241.
17. Lau, A.H.L., Lau, H-S, Zhou, Y-W. (2007). A stochastic and asymmetric-information framework for a dominant-manufacturer supply chain. *European Journal of Operational Research*, 176, 295-316.
18. Li, L. (2007). *Supply Chain Management: Concepts, Techniques and Practices*, World Scientific Publishing Company.
19. Lin, L. C. (2009). An Integrated Framework for the Development of Radio Frequency Identification Technology in the Logistics and Supply Chain Management. *Computers & Industrial Engineering*, 57, 832-842.
20. Miles, S.B., Sarma, S. E. & Williams, J. R. (2008). *RFID Technology and Applications*. Cambridge, Cambridge University Press.
21. Moeeni, F. (2006). From Light Frequency Identification (LFID) to Radio Frequency Identification (RFID) in the Supply Chain. *Decision Line, Production/Operations Management*, 8-13.

22. Murry, T. J., Pipino, L. L., & Gigch, J. P. (1985). A pilot study of fuzzy set modification of Delphi. *Human Systems Management*, 5(1), 76–80.
23. Saaty, T. L. (1980). *The analytic hierarchy process*. New York: McGraw-Hill.
24. Saaty, T. L. (1994). How to make a decision: The analytic decision processes. *Interfaces*, 24(6), 19–43.
25. Sanayei. A. (2010). *E-Commerce in Developing Countries*. New Delhi: Elpis Press.
26. Simchi-Levi, D., Kaminsky, P., Simchi-Levi, E. (2003). *Designing & Managing the Supply Chain: Concepts, strategies, & case Studies* , Second Edition, McGraw-Hill Irwin.
27. U.S. Department of Commerce. (2009). Industry Trade Data and Analysis.
28. Retrieved, July 31, 2009, from <http://ita.doc.gov/td/industry/otea/OTII/OTII-index.html>
29. Vaidya, O. S., & Kumar, S. (2006). Analytic hierarchy process: An overview of applications. *European Journal of Operational Research*, 169, 1–29.
30. Wu, C. H. (2005). The New Tools of Logistics and Circulation- Application Benefit of RFID. *Taiwan Economic Research Monthly*, 28(6), 35-40.
31. Zhu, Y. Jing and D. Chang (1999). A Discussion on Extent Analysis Method and Applications of Fuzzy AHP. *European Journal of Operational Research*, 116(2), 450-456.