



Research Article

Identify and Rank the Factors that Influence the Intention to Buy a Luxury Brand Based on DANP Technique

Amir Abbas Hassani Azad^{1*}, Abbas Sabet²

1. MSc. Graduated, Management Department, Apadana Higher Education Institute, Shiraz

2. Assistant Professor, Management Department, Apadana Higher Education Institute, Shiraz

Received: 24 May 2022; Revised: 06 June 2022; Accepted: 06 June 2022; Published: 06 June 2022

Abstract

As the population grows, the construction industry, like other industries, is growing rapidly, and much of this growth can be seen in metropolitan areas. The increasing need for construction has led to the tendency of constructions to the cheapest and poorest type, in parallel with high profitability. After a while, with the initial wave of excessive demand for the building descending, when the demand showed a more reasonable trend than in the past, a number of well-known builders acted with the correct knowledge of the opportunity in the market according to the needs of affluent customers in a competitive environment. By using special architectural effects and creating a special style, through branding construction and branding, they showed a commitment to providing a guarantee of building quality. Since such buildings are built by famous architects and builders, so the building and their builders have a special brand. Therefore, buyers of luxury residential complexes, which are often highly priced, decide to buy when considering several factors. As a result, the present study aims to identify and rank the factors affecting the intention to purchase a luxury brand building. The present research is applied in terms of purpose and descriptive in terms of data collection method. The statistical population of the present study is the Committee of Experts. According to the purpose of the research, it consists of 8 builders familiar with the subject of luxury buildings with at least ten years of experience in the construction of luxury buildings. The method of selecting experts has been purposeful. In this research, the DANP approach has been used. In the first step, the Dematel technique and in the second step, the network analysis technique (Anp) are used to rank the criteria. According to the values of the final weights obtained for each criterion, it is observed that the individual criterion with a final weight of 0.334 is the first priority, the construction criterion with a final weight of 0.333, the second priority, the environmental criterion with a final weight of 0.332 is the third priority. they give. Among the sub-criteria are personal satisfaction with a final weight of 0.094, building facilities with a final weight of 0.088, perceived quality with a final weight of 0.086, three sub-criteria that have the highest rank in the intention to buy a luxury building in Shiraz have given.

Keywords:

Brand, Luxury, Shopping intention, Luxury building

Cite this article as: Hassani Azad AH, Sabet A (2022). Identify and Rank the Factors that Influence the Intention to Buy a Luxury Brand Based on DANP Technique. *Civ Proj J*, 4(3), 43–52. <https://doi.org/10.22034/cpj.2022.04.03.1135>

ISSN: 2676-511X / **Copyright:** © 2022 by the authors.

Open Access: This article is licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. If material is not included in the article's Creative Commons licence and your intended use is not permitted by statutory regulation or exceeds the permitted use, you will need to obtain permission directly from the copyright holder. To view a copy of this licence, visit <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>

Journal's Note: CPJ remains neutral with regard to jurisdictional claims in published maps and institutional affiliations.

*Corresponding author E-mail address: amirabbashassaniazad@yahoo.com



نشریه عمران و پروژه

<http://www.cpjournals.com/>

شناسایی و اولویت بندی عوامل موثر بر قصد خرید ساختمان برند لوکس براساس تکنیک DANP

امیر عباس حسنی آزاد^{۱*}، عباس ثابت^۲

۱. کارشناسی ارشد عمران، مدیریت ساخت، موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران

۲. استادیار گروه مدیریت، موسسه آموزش عالی آپادانا، شیراز، ایران

تاریخ دریافت: ۱۰ خرداد ۱۴۰۱؛ تاریخ بازنگری: ۱۵ خرداد ۱۴۰۱؛ تاریخ پذیرش: ۱۵ خرداد ۱۴۰۱؛ تاریخ انتشار آنلاین: ۱۵ خرداد ۱۴۰۱

چکیده

عملیات ساختمانی و عمرانی با توجه به گستردگی آن، در بیشتر کشورهای جهان در صدر فعالیت‌های حادثه‌آفرین قرار دارد. وجود خطرات و عوامل زیان‌آور گوناگون در کارگاه‌های ساختمانی، این صنعت را به یکی از مخاطره‌آمیزترین صنایع در دنیا تبدیل کرده است مدت‌هاست در کشورهای توسعه‌یافته به مقوله مدیریت بهداشت، ایمنی و محیط‌زیست (HSE) نگاه ویژه‌ای دارند. این مقوله در کشور ما نیز مانند سایر کشورهای در حال توسعه مورد توجه قرار گرفته است. حفظ جان انسان‌ها در وهله اول مهم‌ترین مسئله ضروری در هر محیط کاری می‌باشد. این مورد نیاز مبرم به توجه زیاد و اجرای ملزومات لازم در جهت حفظ جان انسان‌ها دارد. نیروی انسانی سرمایه هر سازمان محسوب می‌شود که در صورت به خطر افتادن جان آن‌ها عملکرد و درنهایت دستیابی به اهداف سازمان یا اجتماع موردنظر با چالش روبه‌رو می‌شود. باتوجه به اهمیت موضوع HSE در صنایع مختلف علی‌الخصوص صنعت ساخت این پژوهش در نظر داشت تا عوامل موثر بر ایمنی، سلامت و محیط زیست را بررسی کند. این مهم از رویکرد کیفی و کمی انجام شد. در رویکرد کیفی برای جمع‌آوری داده از مصاحبه‌های غیر ساختار یافته و در روش کمی از پرسشنامه استفاده شد. داده‌های دریافتی از پرسشنامه‌ها با نرم افزار اکسل و روش تاپسیس بررسی شد که مشخص شد عوامل شناسایی شده دارای چه وزن و اولویتی هستند. باتوجه به بررسی‌های انجام شده به روش تاپسیس مشخص شد وضعیت تجهیزات ایمنی و آتش‌نشانی با وزن ۰.۰۹۵، چک‌لیست HSE با وزن ۰.۰۸۱، وضعیت نیروی انسانی با وزن ۰.۰۷۶، داشتن ارتباط مستقیم با کارکنان و گفتگو درباره مسایل HSE با وزن ۰.۰۷۳ و سوابق و شاخص‌های عملکردی HSE پیمانکار با وزن ۰.۰۶۵ پنج عامل مهم و تاثیرگذار در ایمنی، سلامت و محیط زیست به شمار می‌رود.

کلمات کلیدی:

برند، لوکس، قصد خرید، ساختمان لوکس