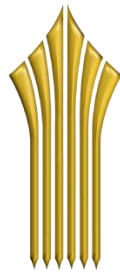


صلى الله عليه وسلم



دانشگاه جامع علمی کاربردی

واحد ۳۴

گروه گرافیک

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی

گرایش گرافیک

عنوان :

بررسی نقش گرافیک در صادرات کالاهای مصرفی ایران

(با تکیه بر بسته‌بندی زعفران)

استاد راهنما :

آقای شهریار آریافر

نگارش :

سحر ایروانی

اسفندماه ۹۲

پروردگارا!

از تو آغاز می‌کنم، که همه نوری و

سراغاز و پایان هر چه که هست؛

با تشکر و قدردانی از استاد گرامی، جناب آقای شهریار آریافر
که بی‌شائبه و خالصانه مرا در تمامی مراحل تحقیق یاری نمودند

و همچنین استاد گرامی، سرکار خانم زهرا جعفرقلی زهتاب
که با حلم، معرفت و راهنمایی‌های خویش در دوران تحصیل، شکوفایی درخت علم
را، در برهوت جان من به انتظار نشستند.

و با تشکر از تمامی دوستان و عزیزانی که
مرا، در امر این تحقیق یاری نمودند.

تقدیم به

مادر مهربانم که وجود مقدسش تفسیری

از بهشت را برایم رهنمون بوده و تمامی

هویت انسانی در او جلوه‌گر است؛

و پدر عزیزم که مایه‌ی حیات و پرورش

روحی و جسمی‌ام بوده

فهرست مطالب

صفحه

عنوان

چکیده

فصل اول - ادبیات پژوهش

۲	مقدمه
۳	۱-۱- روش تحقیق
۳	۱-۲- بیان مسأله
۳	۱-۳- اهمیت و ضرورت موضوع
۵	۱-۴- اهداف پژوهش

فصل دوم - کلیات پژوهش

۷	۲-۱- تعریف بسته‌بندی
۸	۲-۲- تاریخچه بسته‌بندی
۱۳	۲-۳- صنعت بسته‌بندی در ایران
۱۵	۲-۴- انواع بسته‌بندی
۱۶	۲-۵- پیام‌های اصلی بسته‌بندی
۲۰	۲-۶- لوگو در بسته‌بندی
۲۵	۲-۷- طرح و ترکیب‌بندی در بسته‌بندی
۲۹	۲-۸- رنگ در بسته‌بندی
۳۳	۲-۹- حروف در بسته‌بندی

فصل سوم - بررسی بسته‌بندی زعفران

۳۸	۳-۱- زعفران و تاریخچه آن
۳۸	۳-۱-۱- معرفی زعفران
۳۸	۳-۱-۲- پیشینه باستانی زعفران

۴۰ صادرات زعفران
۴۲ مقایسهٔ بسته‌بندی زعفران ایرانی با سایر کشورها
۴۴ بسته‌بندی <i>Baby Saffron</i>
۴۸ بسته‌بندی زرّین
۵۲ بسته‌بندی <i>Norfolk Saffron</i>
۵۵ بسته‌بندی زعفران شهری
۵۸ بسته‌بندی <i>La Odalisca</i>

فصل چهارم - طراحی بسته‌بندی زعفران

۶۳ لوگو
۶۶ طرح و ترکیب‌بندی
۷۵ رنگ
۷۷ حروف
۷۷ ساختار بسته‌بندی و جعبه‌ها
۷۸ جعبه‌ها
۸۰ شیشه
۸۰ لیبل
۸۱ کیسه یا ساک‌های خرید
۸۲ بسته‌بندی‌های توزیعی
۸۴ پیوست‌ها
۸۹ نتیجه‌گیری
۹۰ منابع

چکیده :

امروزه بسته‌بندی، ابزاری فعال برای فروش محصولات است که می‌تواند در موقعیت خرید، کالایی را به فروش برساند. همچنین می‌توان گفت بسته‌بندی نماینده و پیام‌رسان محصول و پدیدآورندگان آن می‌باشد. یک بسته‌بندی کارآمد و زیبا می‌تواند نبض بازار جهانی را در دست بگیرد.

به طور کلی در بسته‌بندی محصولات، دو جنبه عمده؛ کاربردی بودن و جذابیت مورد توجه قرار می‌گیرد. در این پژوهش به جذابیت بسته‌بندی، که بر فرم و رنگ و نوشتار (*Layout*) آن دلالت می‌کند، پرداخته می‌شود.

گرافیک در بسته‌بندی‌های صادراتی کالاهای مصرفی ایران، به خصوص زعفران، نقش مهمی را داراست. زعفران، محصولی است که با هزینه و رنج بسیار در کشور تولید می‌شود، بنابراین باید بسته‌بندی مطلوب و جذابی داشته باشد، تا علاوه بر موانعی زیادی که بر سر راه صادرات آن وجود دارد، در بازارهای جهانی بیش از پیش شهرت کسب کند.

این پژوهش با ارائه بسته‌بندی‌های جذاب همراه با رنگ‌های متناسب و هویت ایرانی و همچنین استفاده از نقوش سنتی ایرانی در بسته‌بندی (که بیانگر ایرانی بودن محصول می‌باشد) می‌تواند مقدمه و زمینه‌ساز ارتقای سطح بسته‌بندی زعفران در ایران باشد.

کلمات کلیدی : بسته‌بندی، زعفران، صادرات، کالاهای مصرفی، هویت ایرانی