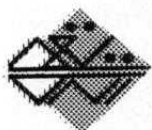


بسته بندی چای ایران

سمیرا صفاری



سرشناسنامه: صفاری سمیرا ۱۳۶۰
عنوان و نام پدید آور: بسته بندی چای ایران / سمیرا صفاری
مشخصات نشر: تهران، نغمه زندگی ۱۳۹۳
مشخصات ظاهری: ص ۱۲۴ ۲۰۰۰۰۰ ریال
شابک: ۹-۲۲-۲۸۸۲-۲۸۸۲-۹۶۴-۹۷۸
وضعیت فهرست نویسی: فیبا
موضوع: بسته بندی چای
رده بندی کنگره: ۵ ب ۷ ص ۲۷۱/ s b
رده بندی دیویی: ۶۳۳/۷۲
شماره کتابشناسی ملی: ۳۶۶۹۷۱۲

تهران - خیابان شهروندی شمالی - بین مطهری و بهشتی - چهارراه کیهان پ ۳۱۲
طبقه چهارم واحد ۱۰ تلفن: ۸۸۷۵۲۱۲۱ فاکس: ۸۸۷۵۲۱۱۱ همراه ۰۹۱۲۳۳۰۴۲۷۶
صندوق پستی ۱۵۸۷۵-۷۱۷۹
WWW.naghmehzendegi.blogfa.com
E-Mail: naghmeh_zendegi@yahoo.com

عنوان: بسته بندی چای ایران

نویسنده: سمیرا صفاری

چاپ: اول بهار ۱۳۹۴

تیراژ: ۱۰۰۰

چاپخانه: مظاهری

صحافی: امید

طرح جلد: سمیرا صفاری www.saffari.co

ویراستار: مهندس شهروز دورفرد

شابک: ۹-۲۲-۲۸۸۲-۲۸۸۲-۹۶۴-۹۷۸

صفحه بندی: موسسه نوید

حق چاپ محفوظ است قیمت: ۲۰۰۰۰ تومان

مقدمه نگارنده	۱
---------------------	---

فصل اول: معرفی

تعریف چای	۴
خواص و فواید	۴
تاریخچه	۶

فصل دوم: محتوا و کیفیت بسته‌بندی چای

محتوای بسته‌بندی چای	۱۶
انواع بسته‌بندی	۲۱
انواع بسته‌بندی چای	۲۳
ویژگی‌های یک بسته‌بندی خوب چای	۲۵
عوامل موثر در جذابیت بسته‌ها	۲۹
نام تجاری و مارک سازی و مارک‌های ایران و جهان	۳۰
رنگ و مدیریت رنگ	۳۷
نحوه‌ی ارائه بسته‌بندی‌های چای در نقطه فروش:	۵۲

فصل سوم: مصرف کنندگان و بازاریابی

فرهنگ چای و ابزارهای تبلیغاتی	۵۶
وضعیت بازار چای جهان و ایران	۶۰
بحران موجود در صنعت چای ایران	۶۴
راهکارهای توسعه صنعت چای ایرانی	۶۶

فصل چهارم: تحلیل و بررسی بسته‌بندی چای

نمونه‌های تصویری خارجی	۷۰
نمونه‌های تصویری داخلی	۸۷
تحلیل بسته‌بندی	۹۶
نتیجه‌گیری	۱۰۰

منابع

منابع متون	۱۰۴
منابع عکس	۱۰۸

مقدمه نگارنده



هنگامی که انسانی مهم ترین سرمایه یعنی عمر خود را بر صنعتی می گذارد، تنها راه جاودانگی اش همان بهره وری محصولات می باشد و این پدیده مگر در همسو بودن همه عناصر موثر در چرخه ی صنعتی، انجام نمی شود، از جمله این موارد نحوه فرآوری، نگهداری و بسته بندی، بازاریابی می باشد. جای ایرانی، از مرغوب ترین محصولات ایران است. در عصر حاضر، صنعت چای ایران دچار بحران می باشد. علت این مسئله در مرحله اول عدم رعایت استانداردهای بین المللی در بازار خارجی و واردات بیش از حد چای می باشد. این استانداردهای از مراحل کشت چای شروع شده تا در بسته بندی های ارائه محصول و نحوه بازاریابی را شامل می شود.

در طول این تحقیق به وضوح مشاهده می شود که بسته بندی چای ایرانی فاقد خلاقیت، استاندارد و روش های گرافیکی بروز تقاضای بازار صادراتی می باشد. لذا نگارنده این اثر در جهت رفع این معضل، در پی ۴ سال پژوهش و بررسی، ضمن ارزیابی بازار چای ایران، به تدوین و گردآوری نشان و بسته بندی شرکت های مشهور ایران و دیگر کشورها پرداخته و تحلیل خود را ارائه نموده است. این نوشتار شامل بر ۴ فصل است. در فصل اول، چای و معرفی، از معرفی چای، تاریخچه، نحوه فرآوری و نگهداری تا شرایط بسته بندی و مصرف آن آورده شده است.

فصل دوم، محتوا و کیفیت چای است که مواردی از جمله محتوی، قالب بسته بندی و گرافیک بسته بندی را شامل می شود. در این بخش به سؤالاتی از جمله موارد ذیل پاسخ داده خواهد شد:

- انواع بسته بندی چای چیست؟
- ویژگی های یک بسته بندی خوب چای چیست؟
- مارک های تجاری چای در ایران و مراکز فروش آن ها چیست؟
- عوامل موثر در جذابیت بسته بندی چیست؟
- ارتباط علم مدیریت رنگ و برند سازی چیست؟
- رنگ های که مردم برای بسته بندی چای می پسندند، کدام است؟

• انواع ارائه بسته‌بندی در نقاط فروش متفاوت چیست؟

• ارتباط هدایای تبلیغاتی چای در دنیا با نحوه استفاده‌ی آن چگونه است؟

فصل سوم درباره مصرف کنندگان و بازاریابی چای است و از نحوه مصرف و بازار چای ایران و جهان گزارشاتی ارائه می‌گردد. این فصل سؤالاتی از جمله موارد ذیل پاسخ می‌دهد:

• سطح تولید چای در جهان چگونه است؟

• آمار فروش چای در کشورهای مختلف چگونه است؟

• میزان صادرات و واردات چای ایرانی چقدر می‌باشد؟

• علل عدم فروش چای ایرانی در ایران و خارج از ایران چیست؟

• راهکارهای پیشنهاد شده برای توسعه صنعت چای ایرانی چه می‌تواند باشد؟

فصل چهارم، به تحلیل تحلیل و بررسی بسته‌بندی چای پرداخته شده است. در ابتدا نمونه‌های تصویری خارجی و ایرانی چای در زمینه بسته‌بندی مشاهده می‌شود. نامطلوب بودن گرافیک بسته‌بندی‌های ایران در مقایسه با نوع خارجی به وضوح مشخص است. همچنین در تجزیه عناصر بصری نکات مشترک فراوانی یافت می‌شود. بخشی ناشی از بررسی‌های بازار و بخشی ناشی از تقلید نکردن عین به عین از محصولات موفق است.

• کارهای انجام شده در راستای بسته‌بندی چای تا کنون چه بوده است؟

• روش‌های نوین بسته‌بندی چای در دنیا چگونه است؟

• کدام یک از بسته‌بندی‌های جدید در ایران قابلیت تولید انبوه را دارد؟

• نشانه‌ها و اجزای مشترک در بسته‌بندی‌های چای چیست؟

• علل ضعف گرافیک بسته‌بندی‌های چای ایرانی در چیست؟

در پایان بر خود واجب می‌دانم که از استادان گرامی محترم آقایان پیمان بانی شرکا، محمد رضا ریاضی، دکتر علی اکبر شریفی، علی اصغر علی زاده، محمد تاجیک، ایرج انواری، مهندس پیمان شکیب، دکتر محمد علی سبط، تورج قاری پور که در شکل‌گیری این مجموعه مرا هدایت نمودند سپاسگزاری می‌نمایم. لازم به ذکر است این کتاب مستخرج از پایان نامه کارشناسی نگارنده، با نام بسته‌بندی چای، در دانشگاه الزهراء (س) و با راهنمایی‌های استاد بزرگوار بانو دکتر اشرف السادات موسوی لر بوده است که در همینجا کمال تشکر را از ایشان دارم.