

وزارت علوم ، تحقیقات و فناوری



دانشکده هنرهای کاربردی

پایان نامه برای دریافت درجه کارشناسی ارشد طراحی صنعتی

عنوان پایان نامه: طراحی بسته بندی صادراتی زعفران ایران

استاد راهنما: دکتر عزیز گسیلی

نگارش: فرینوش امان

آذر ۸۷

به نام خدا

تقدیم به کشاورزان زحمتکش عرصہ ی زعفران

چکیده

نقش ایران در بازار جهانی زعفران از جایگاه و موقعیت آن در بازار نفت نیز بارز تر است. زعفران به لحاظ نسبت ارزش در برابر وزن شرایطی دارد که بعضاً از آن به عنوان طلای سرخ یاد می شود. سازمان (فائو) به صراحت زعفران ایران را بهترین و مرغوبترین زعفران جهان اعلام کرده است.

این امر در حالی صورت می گیرد که در آمد های ارزی ایران از صادرات این محصول ارزشمند ناچیز بوده و سود عمده ی حاصل از فروش آن به مصرف کننده ی نهایی از طریق بسته بندی و صادرات مجدد و یا خرده فروشی در بازارهای خود، نسیب کشورهای دیگر می شود. لذا طراح با انتخاب موضوع پروژه که طراحی بسته بندی صادراتی زعفران ایران می باشد در شناسایی بخشی از مشکلات مربوط به بسته بندی این محصول بر آمده و سعی می نماید با توجه به شناخت مسائل مرتبط با زعفران و بسته بندی آن به راهکاری مناسب در جهت پاسخگویی به نیازهای مطرح در بسته بندی زعفران و بهبود روند صادرات آن برآید. با توجه به بررسی های انجام شده کشور هدف ، امارات متحده عربی انتخاب شده است.

هدف اصلی از این تحقیق ارتقاء و توسعه عوامل موثر بر صادرات زعفران ایران با استفاده از طراحی بسته بندی مناسب و نیز توسعه فرهنگ کاربردی زعفران با توجه به ذائقه ایرانی و موارد مختلف استفاده از این کالا می باشد.

پیشگفتار

بخش کشاورزی در ایران به لحاظ دارا بودن توانمندی قابل توجه در منابع تولید، همواره از اهمیت ویژه‌ای در فرآیند توسعه کشور برخوردار بوده است و همزمان با نیاز روز افزون کشور به توسعه صادرات غیرنفتی بحث صادرات محصولات بخش کشاورزی از اهمیت بیشتری برخوردار می‌شود. در گزارشی که از سوی سازمان جهانی خواروبار و کشاورزی (فائو) منتشر شده است، میزان صادرات محصولات کشاورزی توسط کشورهای مختلف جهان در طی یک دوره سه ساله مورد بررسی قرار گرفته است. در این گزارش متوسط سالیانه محصولات کشاورزی ایران ۲/۱ میلیارد دلار اعلام شده که بدین ترتیب این کشور به عنوان نخستین صادر کننده محصولات کشاورزی در میان ۱۸ کشور خاورمیانه و شمال آفریقا شناخته شده است.

در بین محصولات صادراتی بخش کشاورزی زعفران جایگاهی ویژه و انحصاری دارد. برای کشاورزان در خراسان، «طلای سرخ» زعفران منبع درآمد اصلی است. گیاهی که تنها یک بار در اول آبان ماه به آب نیاز دارد و تا بهار آب باران و برف برای آن کافی است. کاشت و برداشت آن فرصت‌های فراوان شغلی به وجود می‌آورد، حمل و نقل آن گران تمام نمی‌شود و توان ارزی بالایی دارد.

در بررسی‌های صورت گرفته در رابطه با کشور های وارد کننده زعفران ایران، کشور امارات متحده عربی به عنوان بزرگترین مشتری زعفران فله ای ایران شناسایی شده است. محصول زعفران به صورت فله ای صادر شده تا بر اساس مقررات و روش های استاندارد آن حوزه ، آماده شده و سپس به بازار مصرف عرضه گردد . این امر خود باعث ایجاد زمینه متفاوت شغلی و ایجاد بازار کاری متناسب با این صنعت در آن کشور می گردد .

از این منظر این تحقیق پیشنهاد اجراء بسته بندی بر اساس استاندارد های بین المللی و ایجاد یک بستر مناسب در جهت در آمد زایی ارزی غیر نفتی از یک سو و اشتغال زایی و افزایش سطح رفاه در میان شاغلین این بخش از سوی دیگر را مد نظر قرار می دهد . این تحقیق تلاشی برای سهولت برقراری ارتباط بین مصرف کننده های جهانی و بزرگترین تولید کننده ی مرغوبترین زعفران جهان محسوب می شود.

فهرست عناوین

۱	مقدمه
۳	فصل اول
۴	(۱-۱) بیان مسأله
۴	(۲-۱) اهداف
۵	(۳-۱) روش تحقیق
۵	(۴-۱) فرضیات
۶	فصل دوم
۷	(۱-۲) محصول زعفران
۸	(۲-۲) نام محصول به زبان‌های مختلف
۸	(۳-۲) ویژگی‌های بارز گیاه زعفران
۸	(۴-۲) انواع زعفران
۹	(۱-۴-۲) زعفران رشته‌ای
۹	(۲-۴-۲) زعفران رشته‌ای بریده
۹	(۳-۴-۲) پودر زعفران
۹	(۵-۲) درجه بندی زعفران ایرانی
۱۰	(۶-۲) بررسی پارامترهای موثر بر مرغوبیت زعفران استحصالی
۱۰	(۱-۶-۲) ویژگی‌های حسی و فیزیکی
۱۰	(۲-۶-۲) وضعیت ظاهری
۱۰	(۳-۶-۲) ویژگی‌های شیمیایی
۱۱	(۷-۲) عوامل موثر در عدم تایید بهداشتی و استاندارد محصول زعفران
۱۱	(۸-۲) نحوه چین زعفران
۱۱	(۱-۸-۲) شرایط موثر در مرحله برداشت
۱۱	(۲-۸-۲) شرایط موثر در پس از مرحله برداشت
۱۲	(۹-۲) شرایط حفظ و نگهداری زعفران
۱۳	(۱۰-۲) شاخص‌های موثر در انبارداری و حمل و نقل
۱۴	(۱۱-۲) استانداردهای بین المللی

- ۱۶ (۱-۳) بسته بندی
- ۱۶ (۲-۳) وظایف حاکم بر تنظیم آیین نامه‌های بسته بندی زعفران
- ۱۷ (۱-۲-۳) وظایف بسته بندی
- ۱۸ (۲-۲-۳) انواع بسته بندی زعفران
- ۱۹ (۳-۳) شاخصهای مستقیم و مؤثر در بسته بندی زعفران
- ۱۹ (۴-۳) مواد اولیه بکار رفته در ساخت بسته بندی
- ۱۹ (۵-۳) اندازه بسته بندی
- ۱۹ (۶-۳) شاخص‌های بهداشتی
- ۲۰ (۷-۳) شاخص‌های ارگونومیکی
- ۲۰ (۸-۳) شاخص‌های اطلاع رسانی
- ۲۱ (۹-۳) شاخص‌های بعد از بسته بندی
- ۲۱ (۱-۹-۳) شاخص‌های زیبایی شناسی در بسته بندی
- ۲۱ (۲-۹-۳) رعایت مقررات زیست محیطی
- ۲۱ (۳-۹-۳) شاخص‌های مربوط به حضور، ثبوت و تقویت کالا در بازار هدف
- ۲۲ (۱۰-۳) شناسایی و ارزیابی بسته بندی انواع زعفران
- ۲۲ (۱-۱۰-۳) زعفران رشته ای
- ۲۵ (۲-۱۰-۳) پودر زعفران
- ۲۶ (۳-۱۰-۳) شربت زعفران
- ۲۷ (۱۱-۳) نمونه بسته‌بندی‌های زعفران

- ۳۰ (۱-۴) محیط استفاده از محصول
- ۳۰ (۲-۴) محیط تولید یا مبداء

۳۲

فصل پنجم

۳۳

(۱-۵) گروه های استفاده گر

۳۳

(۱-۱-۵) گروه کلان

۳۳

(۲-۱-۵) گروه خرد

۳۳

(۲-۵) تجزیه و تحلیل رفتار خرید مصرف کنندگان هدف

۳۴

(۳-۵) نیازهای استفاده گر

۳۴

(۱-۳-۵) نیاز زیبایی شناختی

۳۴

(۲-۳-۵) نیاز عملکردی (فنی)

۳۴

(۳-۳-۵) نیازهای فیزیولوژیک

۳۴

(۴-۳-۵) نیازهای اقتصادی

۳۵

(۴-۵) ایجاد فرهنگ بسته بندی در صادر کنندگان زعفران

۳۷

فصل ششم

۳۸

(۱-۶) اقتصاد زعفران

۳۹

(۲-۶) قیمت

۴۱

(۳-۶) تحلیل وضعیت موجود

۴۴

فصل هفتم

۴۵

(۱-۷) تحقیق و بررسی در خصوص طراحی و بسته بندی زعفران

۴۷

(۲-۷) بررسی کالا از دیدگاه (اس دبلیو او تی)

۴۸

(۳-۷) جمع بندی راهکارهای دستیابی به وضعیت مطلوب صادرات زعفران

۴۸

(۱-۳-۷) عوامل افزایش تولید و صادرات

۴۹

(۲-۳-۷) بازارهای ناشناخته

۴۹

(۳-۳-۷) ثبت محصول زعفران به نام ایران در سطح بین الملل

۴۹

(۴-۳-۷) آموزش علمی- کاربردی در بسته بندی

۵۰

(۵-۳-۷) آموزش به صورت علمی- کاربردی در صادرات

۵۱

(۴-۷) جداول نه پنجره

۵۸	(۱-۸) طراحی
۵۸	(۱-۱-۸) چک لیست طراحی
۵۸	(۲-۱-۸) پارامترهای قابل کنترل توسط طراح
۵۹	(۳-۱-۸) پارامترهای غیر قابل کنترل توسط طراح
۶۱	(۲-۸) اتودها
۸۲	(۸-۳) ترکیب و پرورش ایده ها
۸۳	(۴-۸) ارزیابی
۸۴	(۱-۴-۸) محصول A
۸۶	(۲-۴-۸) محصول B
۸۸	(۳-۴-۸) محصول C
۹۰	(۵-۸) طرح توسعه مرتبط با محصول

۹۲	(۱-۹) نقشه فنی
۹۲	(۱-۱-۹) محصول A
۹۷	(۲-۱-۹) محصول B
۱۰۳	(۳-۱-۹) محصول C
۱۱۴	(۲-۹) پرزانتته
۱۱۵	(۱-۲-۹) محصول A
۱۱۷	(۲-۲-۹) محصول B
۱۱۸	(۳-۲-۹) محصول C
۱۱۹	(۳-۹) مواد
۱۱۹	(۴-۹) روش های ساخت
۱۲۰	(۵-۹) مونتاژ
۱۲۲	(۶-۹) هزینه های تولید

۱۲۳	پیوست ها
۱۲۴	پیوست الف (مکاتبات)
۱۲۹	پیوست ب
۱۳۵	پیوست ج
۱۵۳	پیوست د
۱۵۸	پیوست ه
۱۶۲	پیوست و
۱۶۹	پیوست ز
۱۷۸	پیوست ح
۱۸۰	منابع و ماخذ
۱۸۰	منابع فارسی
۱۸۱	منابع اینترنتی
۱۸۲	چکیده (Abstract)

فهرست جداول

۸	جدول ۱- نامهای زعفران
۱۲	جدول ۲- درصد رطوبت
۲۲	جدول ۳- زعفران رشته ای
۲۳	جدول ۴- زعفران رشته ای ۲
۲۴	جدول ۵- زعفران رشته ای پودر
۲۶	جدول ۶- پودر زعفران
۵۲	جدول ۷- لایه محصول / زیر لایه بسته بندی
۵۳	جدول ۸- لایه استفاده گر / زیر لایه فرهنگ استفاده ایرانی - اماراتی
۵۴	جدول ۹- لایه استفاده گر / زیر لایه نیاز های زیبایی شناسی جامعه اماراتی
۵۵	جدول ۱۰- لایه اقتصاد / زیر لایه هزینه و خرید
۵۶	جدول ۱۱- لایه اقتصاد / زیر لایه صادرات
۸۴	جدول ۱۲ - ارزیابی محصول A
۸۵	جدول ۱۳ - امتیازات گروه A
۸۶	جدول ۱۴ - ارزیابی محصول B
۸۷	جدول ۱۵ - امتیازات گروه B
۸۸	جدول ۱۶ - ارزیابی محصول C
۸۹	جدول ۱۷ - امتیازات گروه C
۱۲۲	جدول ۱۸ - هزینه تولید

فهرست تصاویر

۱. درجه بندی زعفران ۱۰
۲. زعفران رشته ای ۲۲
۳. بسته زعفران ۲۳
۴. بسته زعفران پودر ۲۵
۵. پودر زعفران ۲۵
۶. شربت زعفران ۲۶
۷. تصویر زعفران رشته ای ۲۷
۸. تصویر زعفران رشته ای اسپانیایی ۲۷
۹. تصویر زعفران رشته ای ۲۷
۱۰. تصویر پودر زعفران اسپانیایی ۲۷
۱۱. تصویر نقشه استان خراسان ۳۳

مقدمه:

بسته بندی در حقیقت فن یا روش استفاده از مناسبترین وسایل یا موادی است که بتواند یک کالا را بطور سالم از نقطه ی تولید به دست مصرف کننده نهایی برساند. به عبارت دیگر بسته بندی مهمترین حلقه ارتباط بین تولید، نگهداری، حمل و نقل و بازاریابی است و نقش مهم و تعیین کنندهای در ارتباط با فروشنده و خریدار در بازارهای جهانی ایفا می کند. در مزرعه به عنوان عامل حفظ کیفیت، در حمل و نقل به عنوان محافظ و عامل نگهداری از کالا و در مراکز فروش و عرضه به عنوان تبلیغ کننده و تأمین کننده نیازهای ارتباطی با مشتریان عمل می نماید. هر چه استانداردهای حاکم بر بازارهای جهانی در بسته های محصولات کشاورزی چه در بحث طراحی و چه در بحث تکنولوژی استفاده شده در خط بسته بندی از سطح بالاتری برخوردار باشند، مقبولیت کالاهای عرضه شده در بازار هدف بیش تر خواهد بود. امروزه بیش از گذشته لزوم تحقیق و مطالعه در خصوص مشکلات فرآوری صنعت بسته بندی صادراتی کشور و برنامه ریزی هایی که می تواند برطرف کننده آنها و عامل بوجود آورنده توسعه باشد، احساس می شود.

محصولی که از کشوری به نقاط دیگر جهان فرستاده می شود، درست مانند یک مشخصه فرهنگی عمل می کند. لذا جدای از اینکه محصولی مانند زعفران که تا حدودی با خود تاریخچه ای را حمل می کند که مختص زعفران است، شاخص های دیگری مانند هنر گرافیک و طراحی صنعتی نیز به نوع خود در این انتقال نقش می پذیرند.

هنر گرافیک مانند همه ی هنرها برآمده از تقطیر فرهنگی هنری همان سرزمین بوده و رنگ و بوی کشور مبدا را با خود انتقال می دهد. طراحی صنعتی نیز مانند هنر گرافیک در تحریک زیبایی شناسی بصری گروه هدف نقش دارد. بنابراین نسبت به میزان اشتراک یا عدم اشتراک فرهنگی بین کشور مبداء (تولیدکننده) و کشور های مقصد (مصرف کنندگان) هر بسته ی کوچک زعفران میتواند تهییج کننده ی آن ذوقی در گیرنده ی نهایی باشد که با بسته ی کوچک زعفران به حال و هوای روستای دوری در حاشیه ی کویر مرکزی ایران سفر کند و در این سفر بر بالهای هنر گرافیک و بسته بندی اتکا کند.

بسته بندی مناسب محصولات در بازارهای هدف به ویژه در مورد محصولات کشاورزی، اهمیت بیشتری دارد. برای موفقیت در بازارهای جهانی لازم است استراتژی

صادرات تکامل پیدا کند. در نگاه کلی استراتژی صادرات دارای سه جنبه عمده یعنی کیفیت بالای محصول، بازاریابی دقیق و تفکیک بازارها و نیز بسته بندی مناسب می باشد. حال اگر صدها تن زعفرانی که در ایران تولید می شود، به کمک شرکتهای داخلی با در نظر گرفتن استراتژی های صادراتی به بهترین نحو ممکن فرآوری و بسته بندی و صادر شود، با فرض تقسیم شدن کل این محصولن به بسته های کوچک یکی دو گرمی، چند سفیر کارکشته می توانیم داشت که به دورترین روستای آفریقای مرکزی، آمریکای لاتین و پنهان ترین روستاهای شمال کانادا فرستاده خواهد شد در آن صورت چه کسی می تواند بگوید نام ایران را نشنیده و آن را نمی شناسد؟ اگر بتوانیم با ایجاد ظرفیت های لازم جهت رشد کیفیت بسته بندی و به تبع آن افزایش صادرات اقدام نماییم بی شک قادر خواهیم بود به عنوان یک طراح صنعتی در جهت شکوفایی اقتصادی و ارتقاء جایگاه کشور گام های اساسی برداریم.

فصل اول

کلیات

(۱-۱) بیان مسأله

در زبان فارسی ضرب المثل چای زعفرانی خوردن کنایه از وضعیتی است که شخص همواره با نشاط و خوشرو باشد. از آنجا که می دانیم ضرب المثل ها قدمتی دیرینه دارند و خاستگاه آنها زبان عامه و به عبارت دیگر زبان ارگو میباشد میتوان نتیجه گرفت که از دیر باز گیاهی به نام زعفران برای عامه مردم ایران شناخته شده بود و علاوه بر آن به خصوصیات مهم و ویژگیهای آن اشراف کامل داشته اند.

ایران به تنهایی بالای نود درصد زعفران جهان را تامین می کند اما متأسفانه در این مورد نتوانسته است نقش تعیین کننده ای در بازار جهانی ایفا کند.

با استناد به آمارهای درج شده در پایگاه اطلاع رسانی گمرک ایران این امر که ارزش سالانه بازار جهانی زعفران بیش از دویست میلیون دلار است و ایران تامین کننده نود و چهار درصد زعفران بازار جهان است، تنها حدود چهل و سه میلیون دلار از این بازار دویست میلیون دلاری نصیب ایران می شود. یعنی برخی کشورها همچون اسپانیا با کمترین سرمایه گذاری چهار برابر ایران از زعفران ایرانی سود حاصل می کنند.

در این راستا طراح در شناسایی بخشی از مشکلات مربوط به بسته بندی این محصول بر آمده و سعی می نماید با توجه به شناخت جهت مسائل مرتبط با زعفران و بسته بندی آن به راهکاری مناسب در جهت پاسخگویی نیاز بسته بندی زعفران و بهبود روند صادرات آن برآید.

(۲-۱) اهداف

هدف اصلی از این تحقیق ارتقاء و توسعه عوامل موثر بر صادرات زعفران ایران با استفاده از طراحی بسته بندی مناسب و نیز توسعه فرهنگ کاربردی زعفران با توجه به ذائقه ایرانی و موارد مختلف استفاده از این کالا می باشد.

لذا در این پروژه، محقق سعی در شناخت راهکارهای مناسب جهت ارتقاء سطح کیفی بسته بندی صادرات و متعاقباً افزایش سهم بازار برای این کالا در بازار جهانی دارد. عواملی همچون تعامل مناسب با کاربر، استفاده آسان، زیبایی بصری و ... نیز از اهداف جانبی طراحی بسته بندی این محصول به شمار می آیند.

(۳-۱) روش تحقیق

در این پروژه روش تحقیق بر اساس روشی توصیفی می باشد و با طرح سوالات ، توصیف مشکل، راهکارهای مختلف برای حل آن مشکل ارائه شده است.

در این تحقیق ابزارهای گردآوری اطلاعات (فایو دبلیو اچ)^۱ می باشد و با طرح سوالات گوناگون به تعریف مسئله پرداخته شده است. تکنیک تحلیل اطلاعات نیز با روش (نه پنجره)^۲ انجام و چگونگی ارائه راهکار بررسی شده است. روش های دستیابی به اطلاعات در این تحقیق عبارتند از روش کتابخانه ای (کتاب ، مقاله) و جستجوی اینترنتی، مشاهده و مصاحبه .

(۴-۱) فرضیات

- ۱- وضعیت کنونی زعفران ایران چگونه ارزیابی می شود؟
- ۲- راهکارهای توسعه بازار هدف چگونه ارزیابی می شود؟
- ۳- روش های دستیابی به استانداردهای مطلوب بسته بندی در بازارهای هدف چیست؟
- ۴- موانع و مشکلات موجود بر سر راه بسته بندی زعفران با ابعاد کوچکتر و مطابق سلیقه مصرف کننده کدامها هستند؟
- ۵- راه های ارتباط و الگوبرداری از شرکت های معتبر بسته بندی بین المللی با محوریت بسته بندی زعفران کدامند؟
- ۶- آیا ارتقا و بهبود بسته بندی محصول زعفران نگرش صادراتی محصول را از جهت اقتصادی افزایش می دهد؟
- ۷- آیا از بسته بندی آتی زعفران می توان به عنوان یک شناسه فرهنگی ایران در سایر کشورها بهره برد؟

^۱ 5 wh
^۲ 9 windows

فصل دوم

زعفران

(۱-۲) محصول زعفران

زعفران گیاهی علفی از خانواده ی زنبقیان، چند ساله، بدون ساقه و دارای پیاز است^۱ و با نام علمی (crocus sativus) شناخته می شود. زعفران از گیاهان بومی ایران است که زادگاه آن در دامنه های کوه های الوند در همدان بوده و ایرانیان نخستین قومی بوده اند که این گیاه ارزشمند را شناخته و به کشت و پرورش آن پرداختند. زعفران از خواص متعدد غذایی، دارویی و صنعتی برخوردار بوده، شادی بخش و التیام دهنده بسیاری از دردها می باشد. زعفران به عنوان یک گیاه اساسی و استراتژیک، نقش مهمی را در توسعه کشاورزی و اقتصاد روستا بویژه در مناطق فاقد استعداد و امکانات کشاورزی مانند خراسان مرکزی و جنوبی ایفا می نماید. نیاز به آب کم، امکان بهره برداری به مدت ۵ تا ۷ سال در یک نوبت کاشت و ماندگاری محصول به مدت طولانی، سهولت حمل و نقل و عدم نیاز به ماشین آلات سنگین و پیچیده برای زراعت، ایجاد اشتغال مولد، ارزآوری قابل توجه و افزایش مصارف غذایی، صنعتی و دارویی از جمله امتیازات مهم این گیاه بوده که موجب افزایش و توسعه سریع سطح زیر کشت زعفران در کشور گردیده است.

فصل کاشت زعفران از اوایل خرداد ماه تا اواسط مهر ماه است و در حدود آبان ماه به گل می نشیند. دوره گل دهی حدود ۲ تا ۳ هفته به طور می انجامد که در طی این مدت برداشت گل از مزارع صورت می گیرد. پس از برداشت گل عملیات دسته بندی، خشک کردن و بسته بندی زعفران صورت می گیرد.

این ویژگی های زعفران به طور اعم و انحصاری بودن کشت آن در محدوده ی جغرافیای ایران به طور اخص استعداد و قابلیت صادراتی بسیار قابل توجهی را برای آن به ارمغان آورده است.

در مباحث مربوط به صادرات و بویژه مواد غذایی و محصولات کشاورزی مقوله بسته بندی که از یک سو ارتباط مستقیم با بهداشت و سلامت مصرف کننده و از سوی دیگر مشوق خرید و بیان گر مرغوبیت کالا است، از اهمیت بسیاری برخوردار بوده و تضمین کننده ی موفقیت در فروش است .

به منظور طراحی مطلوب و اصولی بسته بندی هر محصول، شناخت ویژگی ها و خصوصیات آن الزامی است. به همین منظور در این بخش اطلاعات کلی و مرتبط با زعفران

۱. هاشمی مریم، میری سعید- کتاب جامع زعفران ایران- نشر موسسه هفت خاوران- چاپ اول ۱۳۸۶-ص ۱۲

آورده شده و برخی موارد که ارتباط مستقیم با موضوع تحقیق ندارند در ضمیمه ی شماره ی ۱ در دسترس قرار می گیرند.

(۲-۲) نام محصول به زبان های مختلف:

German	Safran
English	Saffron
French	Safran
Spanish	Azafran
Scientific	Crocus sativus
CN/HS number*	091020 ff.

جدول ۱- نامهای زعفران^۱

(۳-۲) ویژگی های بارز گیاه زعفران^۲

- ظهور گل آن قبل از هر اندام رویشی دیگر
- شروع رشد آن در فصل بهار
- انتهای رشد آن در فصل پاییز
- عدم تولید بذر بارور با وجود تولید گل کامل فراوان
- حساسیت زیاد گل در هنگام برداشت
- ارزش بالای گیاه

(۴-۲) انواع زعفران

زعفران های حاصل از گل های زعفران زراعی به اشکال زیر عرضه می گردد:

(۱-۴-۲) زعفران رشته ای^۳

عبارتست از کلاله همراه با قسمتی از خامه مادگی گل گیاه زعفران زراعی که به روش های مختلف خشک شده است. کلاله دارای سه انشعاب به رنگ قرمز مخصوص به خود، به شکل شیپور، با لبه فوقانی دنداندار، به طول ۴۰-۲۰ میلی متر بوده که در قسمت انتهایی به خامه نارنجی متمایل به زرد متصل می باشند.

۱. طهماسبی پروانه ، بسته بندی صادراتی زعفران انتشارات آسیا و روابط عمومی سازمان توسعه تجارت - چاپ اول ۱۳۸۵-ص ۲

۲. همان - ص ۷

۳. استاندارد شماره ۱-۲۵۹ ، چاپ اول، ناشر موسسه استاندارد و تحقیقات صنعتی ایران- ص ۲