

## نقش ترویج در تدوین نقشه راه برندسازی گیاهان دارویی و معطر شهرستان نهاوند با محوریت گشنیز

مهرداد پویا

استادیار گروه ترویج و آموزش کشاورزی، دانشکده کشاورزی، دانشگاه نهاوند (mehrdadpouya@yahoo.com)

### چکیده

در ایران سالانه نزدیک ۲۰ هزار تن گشنیز تولید می‌شود که حدود ۱۲ هزار تن آن در نهاوند تولید و به‌طور خام صادر می‌شود. در سال جاری سطح زیر کشت شهرستان نهاوند بیش از شش هزار هکتار بوده که مقام نخست تولید این محصول در کشور است. به دلیل فقدان برند یا نمانام شناخته‌شده گشنیز تولیدی نهاوند تقریباً به‌طور صد درصد خام از منطقه خارج می‌شود و ارزش افزوده آن عاید کشاورزان نمی‌شود. مقاله حاضر حاصل یک پژوهش میدانی و مصاحبه نظام‌مند با دانشمندان و نخبگان گیاهان دارویی منطقه و کشور (۲۵ نفر) است که به روش گلوله برفی شناسایی و نظریات آن‌ها جمع‌آوری شده و سپس به کمک پانل کارشناسان و اعضای هیأت علمی کشاورزی دانشگاه نهاوند در قالب نقشه راه و بازه زمانی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت تحلیل و دسته‌بندی شده است. صادرات هر کیلو دانه گشنیز به قیمت حدود حتی یک دلار (این در حالی است که قیمت گشنیز به‌صورت بسته‌بندی در سایت‌های معتبر جهانی ۴۰ دلار است)، به‌صورت بالقوه می‌تواند ارزآوری قابل توجهی برای منطقه و کشور داشته باشد. در نهایت، برخی از راهکارهایی که در کوتاه‌مدت باید برای برندسازی گشنیز در نهاوند انجام شود به قرار ذیل شناسایی و معرفی شدند: راه‌اندازی مرکز رشد فن‌آوری گیاهان دارویی، وارد نمودن محصول گشنیز به بورس کالای کشاورزی، ثبت گشنیز نهاوند در میراث کشاورزی جهانی، راه‌اندازی فراکسیون گیاهان دارویی در مجلس و اتاق گشنیز در وزارت جهاد کشاورزی و ترغیب تولیدکنندگان ادویه به حضور در نهاوند.

واژه‌های کلیدی: برندسازی، نقشه راه، ترویج، گیاهان دارویی، نهاوند