



مطرح می‌شود. بر این اساس، در صورتی که در ایران زیرساخت کمپوست صنعتی، نظام تفکیک از مبدأ و چهارچوب‌های شفاف برای استانداردسازی و راستی‌آزمایی ادعاهای محیط‌زیستی ایجاد نشود، توسعه بیوپلاستیک‌ها بیش از آنکه به کاهش واقعی آلودگی منجر شود، در معرض تبدیل شدن به یک «برچسب سبز» قرار می‌گیرند.

■ ایران چه ظرفیت‌هایی برای تولید بیوپلاستیک دارد؟

ایران از منظر ظرفیت صنعتی پتروشیمی، مقیاس تولید و وجود شبکه گسترده صنایع پایین‌دستی، از مزیت بالقوه قابل توجهی برخوردار است؛ به گونه‌ای که ظرفیت اسمی صنعت پتروشیمی حدود ۹۶.۶ میلیون تن برآورد می‌شود و صادرات سالانه آن در مقیاسی نزدیک به ۱۳ میلیارد دلار گزارش شده است و همین پایه صنعتی می‌تواند در صورت هدایت بخشی از آن به سمت مواد نو، به تنوع بخشی زنجیره ارزش منجر شود. با این حال، سهم بیوپلاستیک‌ها در سبد تولید کشور همچنان ناچیز باقی مانده است.



■ چرا؟

زیرا چند حلقه کلیدی به‌طور همزمان تضعیف شده‌اند. نبود سیاست‌های روشن خرید دولتی و استانداردگذاری الزام‌آور برای محصولات زیست‌پایه و کمپوست‌پذیر، فقدان زیرساخت متناسب مدیریت پسماند و کمپوست صنعتی، ریسک بالای سرمایه‌گذاری و عدم شکل‌گیری صرفه‌های مقیاس در مراحل اولیه و همچنین دسترسی ناپایدار به برخی دانش‌های فرمولاسیون، افزودنی‌های خاص و گواهی‌های بین‌المللی مورد نیاز برای صادرات، همگی مانع ورود جدی تولیدکنندگان شده‌اند. در عمل، تا زمانی که بازار داخلی از طریق سیاست‌گذاری، مقررات یا خرید تضمینی، تقاضای پایدار و قابل اتکا برای این محصولات ایجاد نکند، انتظار ورود گسترده بخش خصوصی به حوزه بیوپلاستیک‌ها واقع‌بینانه نخواهد بود.

■ بیوپلاستیک‌ها در چه صنایع و کاربردهایی می‌توانند جایگزین

پلاستیک‌های فسیلی شوند؟

جایگزینی واقعی بیوپلاستیک‌ها عمدتاً در حوزه‌هایی شکل می‌گیرد که مقررات و پرنزینگ برای آنها ارزش اقتصادی ملموس ایجاد می‌کند و قیمت صرفاً معیار تصمیم‌گیری نیست. این حوزه‌ها شامل بخشی از بسته‌بندی‌های خاص، کیسه‌ها و فیلم‌های کاربردی و همچنین برخی کاربردهای کشاورزی می‌شود که در آنها الزامات محیط‌زیستی و الزامات بازار نقش تعیین‌کننده‌ای ایفا می‌کنند. در این چهارچوب، مزیت صادراتی ایران نه در رقابت قیمتی با پلاستیک‌های کامپوزیتی، بلکه در امکان ورود هدفمند به بازارهای مقررات‌محور و حساس به ادعاهای محیط‌زیستی نهفته است.

■ ورود ایران چه مزیت صادراتی می‌دهد؟

تحقق این مزیت مستلزم آن است که از همان مراحل ابتدایی توسعه محصول، استانداردها، گواهی‌ها و الزامات برچسب‌گذاری بازارهای هدف به‌صورت دقیق لحاظ شود، زیرا در این بازارها تعریف صحیح محصول و صحت ادعاهای محیط‌زیستی عامل اصلی پذیرش و موفقیت تجاری محسوب می‌شود. ▀

ایران از منظر ظرفیت صنعتی پتروشیمی، مقیاس تولید و وجود شبکه گسترده صنایع پایین‌دستی، از مزیت بالقوه قابل توجهی برخوردار است؛ به گونه‌ای که ظرفیت اسمی صنعت پتروشیمی حدود ۹۶.۶ میلیون تن برآورد می‌شود و صادرات سالانه آن در مقیاسی نزدیک به ۱۳ میلیارد دلار گزارش شده است

ایران

۱۳۷