



دارد. با این حال اگر دغدغه تعادل بخشی بین جنسیت‌ها در محیط کاری اولویت باشد، حتماً شرکت‌ها در مسیر بهتری قرار می‌گیرند.

هند به‌عنوان کشور در حال توسعه که بخشی از الگوهای توسعه را از اروپا می‌گیرد، روی موضوع تعادل جنسیتی حساسیت دارد. در هند شرکت‌ها بسیار به این موضوع قائل هستند که شرایط برای کار کردن خانم‌ها آسان‌تر شود و برای این کار برنامه‌ریزی مفصلی دارند. تبعیض مثبت به نفع جامعه زنان در شرکت‌های چندملیتی فعال در هند بعضاً دیده می‌شود.

❖ با این اوصاف برنامه ویژه‌ای برای زنان شاغل در این شرکت‌ها وجود داشت؟

بله. در تحقیقات بسیاری دیده شده که حضور زنان و تنوع نژادی در شرکت‌ها بهره‌وری کلی سازمان را بالاتر می‌برد. برای مثال در شرکت رنو و در بخشی که من کار می‌کردم از حدود ۱۰ سال پیش این موضوع یکی از سیاست‌های کلان بود. سیاستی که آن‌ها در پیش می‌گرفتند به این نقطه رسید که یکی از شاخص‌های تعیین‌کننده در استخدام و ارتقای شغلی، تحصیل یا کار کردن افراد در خارج از سرزمین مادری بود. افرادی که بیش از یک‌سال در خارج از محل تولد زندگی کرده بودند، شانس بالاتری نسبت به افراد مشابه خود در سایر بخش‌ها داشتند.

در حوزه زنان موضوع دیگری که اهمیت داشت و مورد پایش قرار می‌گرفت، نسبت تعداد زنان شاغل در مقایسه با کل افراد یک شرکت بود. پس از این پایش، موضوع مهم دیگری که وجود داشت رعایت این نسبت در کسب صندلی‌های مدیریتی بود. در واقع اگر نیمی از کارکنان یک بخش را زنان تشکیل می‌دادند، این موضوع اهمیت پیدا می‌کرد که نیمی از صندلی‌های مدیریتی هم باید به زنان سپرده شود. من در شرکت رنو یکی از سیاست‌هایی که هم در دفتر ایران و هم در دفتر هند دنبال می‌کردم، همین موضوع بود. این نسبت باید رعایت می‌شد. از طریق پایش این نسبت شرکت متوجه می‌شد که آیا توانسته سیاست توانمندسازی زنان را به‌درستی دنبال کند یا خیر. خوشبختانه در تجربه شخصی این سیاست را به درستی اجرا کردم. این سیاست مختص کشورهای توسعه‌یافته و در حال توسعه نیست. شرکت رنو در فرانسه هم این سیاست را به جد دنبال می‌کرد. در فرانسه علاوه بر دوره‌های آموزشی عمومی برای همه کارکنان یا همه مدیران، شاهد دوره‌های آموزشی مختص زنان بودیم. این موضوعی است که در کشور ما کمتر دیده می‌شود. یکی از کارهایی که مدیران منابع انسانی باید انجام دهند، طراحی دوره‌های آموزشی مختص زنان است. این سیاست برای توانمندسازی زنان اهمیت بسیاری دارد. مثالی از این موضوع می‌آورم؛ شرکت رنو در فرانسه طی یکی از تحقیقاتی که داشت، متوجه شد اشتیاق زنان برای کسب صندلی‌های مدیریتی کمتر از اشتیاق مردان است. در نتیجه یکی از دوره‌های آموزشی با هدف تقویت اعتمادبه‌نفس در زنان بود. این دوره در تعادل بخشی جنسیتی در کسب صندلی‌های مدیریتی تأثیر قابل توجهی داشت.

❖ تکريم نيروي انساني را چگونه انجام مي‌داديد؟ (نوع برخورد، شیوه پرداخت دستمزد و رفع نیازهای مالی، امکانات رفاهی ...)

در موضوع تکريم نيروي انساني یکی از موضوعاتی که در شرکت‌های رنو و رنو-نیسان، هم در ایران و هم در خارج از ایران که من تجربه مدیریت منابع انسانی آن‌ها را برعهده داشتم، اهمیت زیادی داشت. موضوع اطلاع‌رسانی درون‌سازمانی بود. این نکته را باید اضافه کنم که شرکت رنو-نیسان در آمریکا روی این موضوع نسبت به هند حساس‌تر بودند. یکی از موضوعاتی که اهمیت زیادی داشت این بود که کارمندان نباید تغییرات شرکت را از طریق رسانه‌ها مطلع شوند. به این دلیل اطلاع‌رسانی درون‌سازمانی اهمیت پیدا می‌کرد. یکی دیگر از موضوعاتی که اهمیت زیادی داشت، این بود که اگر مدیر یک بخش قرار است تغییر کند، اول موضوع باید با کارمندان همان بخش مطرح می‌شد.

❖ چرا اطلاع‌رسانی درون‌سازمانی در این حد اهمیت داشت و اساساً به نظر شما این روابط چه تأثیری در شرکت‌ها می‌تواند داشته باشد؟

یکی از مهمترین موضوعاتی که در این عرصه وجود دارد، اعتماد بین مدیران ارشد یک سازمان یا کارکنان است. یکی از حوزه‌هایی که در کشور ما نیاز به تقویت دارد، همین حس اعتماد بین افراد و مدیران ارشد یک سازمان است. شرکت‌ها می‌توانند با تقویت اصولی و استراتژیک روابط داخلی این سیاست‌ها را به‌درستی اجرا کنند تا اعتماد متقابل ایجاد شود. اطلاع‌رسانی تغییرات و رفتار مبتنی بر اعتماد ابتدا باید از طرف سازمان‌ها و مدیران ارشد شکل بگیرد. یکی دیگر از مواردی که در اطلاع‌رسانی درون‌سازمانی به رشد یک سازمان کمک می‌کند رابطه مستقیم افراد با مدیرعامل است. پيش از ورود به این بحث باید این نکته را در نظر داشته باشیم که مدیریت عامل یک سازمان نقش مستقیم در ارتقای شغلی افراد دارد. در کنار این موضوع یکی از وظایف مدیران منابع انسانی استعدادیابی است. در بسیاری از موارد حتی در شرکت‌های بزرگ دیده می‌شود که با جابه‌جایی شغلی استعداد نهفته در یک فرد بیدار و تقویت می‌شود. در نتیجه مدیران منابع انسانی باید به تشخیص دقیقی از استعداد افراد برسند و برای این کار برنامه استراتژیک تعریف کنند.



RENAULT

در نتیجه پس از ارتباط مستقیم مدیرعامل با افرادی که دارای استعداد‌های خاص هستند، علاوه بر افزایش انگیزه و میزان تعهد کارکنان به سازمان، احتمال اینکه از افراد در جایگاه‌های مناسب‌تری استفاده شود افزایش می‌یابد.

❖ شیوه در نظر گرفتن مزایا برای کارکنان در این مجموعه‌ها به چه صورت است؟

در هند تحصیلات فرزندان اهمیت بسیار زیادی دارد. در واقع می‌توان این ادعا را کرد که اولویت اصلی هر خانواده‌ای تحصیلات فرزندش است. این موضوع بخشی از فرهنگ عمومی است. شرکت‌هایی مانند رنو در هند یکی از سیاست‌هایی که دنبال می‌کردند، این بود که خانواده‌ها پس از کسب موقعیت شغلی فرزندان‌شان در شرکت رنو شاهد حضور آن‌ها در این شرکت باشند. من در شرکت رنو-نیسان در هند یکی از کارهایی که انجام می‌دادم هماهنگی برای ورود خانواده‌ها به محل کار فرزندان‌شان در رنو بود. در ایران این موضوع مرسوم نیست. در کشور ما بیشتر کارکنان تمایل دارند فرزندان خود را به محل کار بیاورند، اما در کشوری مانند هند این موضوع برعکس بود و خانواده‌ها دوست داشتند نتیجه تحصیل و کار فرزندان‌شان را ببینند. به همین دلیل با توجه به فرهنگ عمومی هند این کار را انجام می‌دادیم.

علاوه بر این، کار دیگری که انجام می‌شد برگزاری مراسم‌های جشن در شرکت یا سالن‌های مخصوص بود. در این مراسم‌ها بیشتر تمایل داشتند فرزندان‌شان به جشن‌های داخلی بیایند. مراسم‌های مذهبی و ملی در هند اهمیت بسیار زیادی داشت و حضور خانواده‌ها در این مراسم‌ها اهمیت بسیار زیادی داشت در نتیجه این کار را انجام می‌دادیم و شاهد ارتقای اعتماد بین کارکنان و سازمان بودیم. تعامل خانواده با محل کار در آمریکای شمالی اما بیشتر شبیه ایران بود. آمریکایی‌ها خیلی تمایل داشتند فرزندان خود را به محل کار بیاورند. اتفاقی که در ایران هم شاهد آن هستیم.

علاوه بر این موارد، خدمات فردی و عمومی در ارتباطات داخلی سازمان اهمیت زیادی دارد. در واقع پس از تقویت روابط داخلی شرکت‌ها می‌توانند نیاز افراد سازمان را درک کنند. شرکت رنو-نیسان در هند براساس همین درک به این نتیجه رسید که می‌تواند با احداث مهدکودک تعامل مناسب‌تری با کارکنان خود داشته باشد. در هند مهدکودکی احداث شد که وظیفه نگهداری فرزند کارکنان شرکت رنو-نیسان را برعهده داشت. اهمیت آموزش در هند یکی از شاخص‌های اصلی برای این تصمیم بود. زمانی که اهمیت این موضوع را دریافتم برای راه‌اندازی مهدکودک برنامه‌ریزی کردیم تا خانواده‌ها دغدغه کمتری برای آموزش فرزندان خود داشته باشند. این سیاست منجر به افزایش بهره‌وری کارکنان هم شد.

مدیریت مزایا در شرکت‌ها یکی از موضوعاتی است که باید با رعایت فرهنگ عمومی باشد. ما نمی‌توانیم یک نسخه را برای تمام شرکت‌ها در نظر بگیریم. باید با شناخت درست از فرهنگ عمومی یک جامعه و فرهنگ یک سازمان مزایایی را که در اختیار کارمندان قرار می‌دهیم، تحت مدیریت داشته باشیم. یکی دیگر از مزایایی که این روزها در بسیاری از شرکت‌ها به‌ویژه پس از شیوع ویروس کووید شایع شد، ظرفیت دورکاری افراد بود. این موضوع در زمان شیوع ویروس کووید شکل گرفت، اما در ادامه برای برخی از افراد به‌صورت مزایای شغلی ایجاد شد.

❖ HSE در مجموعه‌های شما چگونه تعریف می‌شد و تا چه اندازه ایمنی نیروی انسانی را تضمین می‌کرد؟

ایمنی کار در آمریکا موضوع بسیار مهم و جدی است. اگر هر نوع قصوری از جانب شرکت در این حوزه وجود داشته باشد، در مرحله اول قابل تعقیب است و در مرحله دوم شرکت‌ها با جریمه‌های بسیار سنگین روبرو می‌شوند. وکلای بسیار زیادی در آمریکا در این حوزه تخصص دارند و کارها را دنبال می‌کنند. در هند اما این استانداردها خیلی استانداردهای پیچیده‌ای نبودند. نکته جالبی که در هند وجود داشت به موقعیت جغرافیایی و آب‌وهوایی این کشور مربوط بود. در هند مار بسیار زیاد است. برای مثال اگر یک ماشین بیش از دو سه روز در پارکینگ می‌ماند، مار وارد آن می‌شد. به همین دلیل تیم‌های ایمنی، بهداشت و محیط زیست در هند همگی مجهز به ابزار و متخصص‌های مارگیر بودند. این موضوع یکی از مهمترین کارهای تیم ایمنی بهداشت و محیط زیست در شرکت‌های هندی بود.

❖ در مجموعه‌هایی که حضور داشتید (به تفکیک) چه تعداد نیروی کار فعالیت داشت؟

تعداد کارکنان رنوپارس در ایران از ۳۰۰ نفر تا ۴۵۰ نفر در طول سال‌های مختلف متغیر بود. کارخانه شاسی‌سازی ACI پارس نیز بین ۲۰۰ تا ۲۰۰ نفر متغیر بود. در هند اما این رقم بسیار بالاتر بود. هلدینگ هندی متشکل از پنج شرکت زیر مجموعه رنو-نیسان بودند که به‌صورت همکاری مشترک تشکیل شده بود. در مرکز مهندسی این هلدینگ ۵ هزار نفر کار می‌کردند. در محل کارخانه این هلدینگ ۸ هزار نفر کار می‌کردند. در مجموع با احتساب دفاتر هند حدود ۱۴ هزار نفر کار می‌کردند. در آمریکای شمالی نیز حدود ۱۵ هزار نفر همکاری می‌کردند.

❖ روابط کار در دو شرکت رنو و رنو-نیسان چگونه است؟ آیا کارفرما قدرت بیشتری داشت یا اتحادیه‌های کارگری نفوذ بیشتری دارند؟

قطع همکاری در آمریکا کار بسیار ساده‌ای بود. در واقع



کارفرما ظرف مدت دو هفته می‌توانست اعلام قطع همکاری کند و محدودیت قانونی در این زمینه وجود نداشت. این موضوع باعث می‌شد تعدیل نیرو بسیار ساده باشد. در هند این کار مقداری متفاوت بود، اما نه به اندازه‌ای که دست کارفرما در آمریکا باز باشد. اتحادیه‌های کارگری در آمریکا و هند اتحادیه‌های قدرتمندی بودند، اما این قدرت مانع قطع همکاری ظرف مدت دو هفته نمی‌شد. این موضوع مربوط به کلیت روابط کار در آمریکا و هند می‌شود. با این حال شرکت‌های رنو و رنو-نیسان به دلیل استانداردهایی که برای خودشان در نظر گرفته بودند، محدودیت‌هایی فراتر از قانون داشتند و قطع همکاری از طرف کارفرما به‌راحتی اتفاق نمی‌افتاد. یکی از موضوعاتی که در رنو اهمیت زیادی داشت، این بود که شیوه مدیریت منابع انسانی اجازه نمی‌داد شخصی در محل کار بیکار بماند. در واقع برای تمامی افراد شرح وظایف معینی وجود داشت. این استراتژی علاوه بر هم‌افزایی بیشتر منجر به بهبود فرآیندهای کاری نیز می‌شد. یکی از سیاست‌هایی که در شرکت‌های آمریکایی دنبال می‌شد، جابه‌جایی نیروی انسانی بود. در بسیاری از موارد که در خواست نیرو در واحدهای مختلف افزایش پیدا می‌کرد، سیاست‌های کلان شرکت به سمت جابه‌جایی نیرو و استفاده از توان داخلی حرکت می‌کرد. در بسیاری از موارد افراد برای تغییر شغل خود در داخل سازمان اقدام می‌کردند و درخواست خود را برای انتقال به واحد دیگر می‌دادند. استخدام از خارج از شرکت گاهی به‌طور کلی لغو می‌شد و مدیران مجبور بودند از نیروهای درون‌سازمانی استفاده کنند و با سیستم جابه‌جایی نیروی انسانی این بخش‌ها را مدیریت می‌کردند. در ایران زمانی که شرکت رنو فعالیت خود را محدود کرد، تعداد بسیار زیادی از نیروی انسانی خود را از ایران به کشورهای دیگر از جمله فرانسه، رومانی، روسیه، هند و سایر کشورها منتقل کرد و این موضوع علاقه‌مندی و تعهد افراد به سازمان را بسیار ارتقا داد.

❖ ساعت کار نیروی انسانی در مجموعه‌ها چقدر است؟

ساعت کاری نیروی انسانی به‌صورت قانونی در آمریکا ۴۰ ساعت، در هند ۴۷/۵ ساعت، در فرانسه ۳۵ ساعت و در امارات متحده عربی ۴۸ ساعت است. البته افراد به‌طور معمول بیش از این ساعت در محل کار حضور دارند.

❖ مزایایی که هر کدام از این کشورها به شما در آن فعال بودید به نیروی انسانی پرداخت می‌کردند، چه بود؟

شرکت‌های آمریکایی در موضوع مزایا شرکت‌های قدرتمندی نیستند و به‌طور کلی اساس درآمد را حقوق تشکیل می‌دهد. این موضوع به حدی بود که حتی کارگران خط تولید ناهار خود را از محل تهیه آن در داخل کارخانه خریداری می‌کردند. با این حال کارکنان می‌توانستند خودروی شخصی خود را از طریق شرکت تأمین کنند و با کسر مبلغی از حقوق توان خرید خودرو را به دست می‌آوردند. در این سیاست قیمت خودرو بسیار رقابتی بود و بسیاری از کارکنان می‌توانستند این کار را انجام دهند. این کار در شرکت رنو بیشتر دیده می‌شد. در کشور هند هم این کار انجام می‌شد، اما نه با مزایای مشابه آمریکا. در ایران این کار انجام نمی‌شد به دلیل اینکه محصول نهایی در اختیار خودروسازان داخلی بود و شرکت رنو مالکیت محصول را برعهده نداشت.

❖ دستمزد نیروی انسانی در این شرکت‌ها چقدر بود و آیا هر سال نسبت به سال گذشته با افزایش روبه‌رو می‌شد؟ در واقع به‌صورت کلی مبنای تعیین دستمزد نیروی انسانی در این شرکت‌ها چیست؟

حقوق و دستمزد به‌طور سالانه افزایش پیدا می‌کرد، اما این موضوع اجباری از سمت دولت نبود. به هر حال این جزو رویه عادی شرکت‌ها بود. افزایش دستمزد در کشورهایی که تورم بسیار پایینی دارند، موضوع مهمی نیست. یکی از چالش‌هایی که ما با رنو در ایران داشتیم به همین دلیل بود. متقاعد کردن آن‌ها برای افزایش دستمزد کار دشواری بود، اما به هر حال انجام می‌شد. در ایران بخشی از افزایش دستمزد به دلیل الزامات قانونی از طریق دولت اتفاق می‌افتد و بخشی از افزایش دستمزد در شرکت رنو به دلیل جریان تورم واقعی بود. افزایش دستمزد در کشورهایی که تورم پایینی دارند تابع مستقیم عملکرد سال گذشته افراد است. نیروی انسانی در شرکت‌ها عملکرد مطلوبی می‌داشت، برای سال بعد افزایش دستمزد مناسبی را تجربه می‌کرد. در آمریکا این موضوع بسیار جدی بود. البته این به معنای رعایت کامل عدالت در آمریکا نیست. در برخی موارد که حقوق فردی بسیار بالا بود، حتی با عملکرد مناسب برای اجتناب از افزایش حقوق او، ارزیابی به شیوه‌ای اجرا می‌شد که منجر به افزایش دستمزد نشود.

❖ به‌عنوان پرسش پایانی، آیا دو مجموعه رنو و رنو-نیسان، نیروی انسانی سفارشی داشتند؟ و اگر پاسخ مثبت است، آیا مورد نقد در جامعه قرار می‌گرفت؟

خیر. این اتفاق رخ نمی‌داد، اما درخواست این موضوع وجود داشت. با این حال مدیران شرکت به‌طور جدی نسبت به این موضوع مقاومت نشان می‌دادند. فقط در یک مورد قرارداد داشتیم که نیاز تخصصی وجود داشت و اگر سفارش نبود هم آن کار باید انجام می‌شد.

❖ این مورد در مورد کدام شرکت و در کدام کشور بود؟ شرکت رنو در ایران، اما چنین اتفاقی هرگز در دو شرکت رنو و رنو-نیسان هند و آمریکا رخ نداده است.

منطقه زاهدان کمبود گاز مایع ندارد

روابط عمومی شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی ایران در واکنش به گزارش «سرگردانی در نقطه صفر مرزی» به نکاتی اشاره کرد که در ادامه عیناً منعکس می‌شود.

روزنامه هم‌میهن روز پنج‌شنبه، ۹ آذرماه سال جاری در گزارشی با عنوان «سرگردانی در نقطه صفر مرزی» در گفت‌وگو با حسینیعلی شه‌پوری، نماینده مردم زاهدان و نیز احمدعلی تابان‌خواه، رئیس اتحادیه صنف نانوبازان زابل ادعاها می‌رسانی بر قطعی و یا کاهش سهمیه نفت سفید مناطق روستایی و تأخیر در اعلام کالابرگ نفت سفید، خروج نانوالی‌های منطقه از چرخه کسب‌وکار به دلیل عدم دریافت گاز مایع و نیز عدم توزیع بنزین در جایگاه‌های سوخت منطقه مطرح کرده است که در این باره توضیحات زیر به نظر ضروری می‌رسد:

شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی منطقه زاهدان از ابتدای سال ۱۴۰۲ در دومر حله (۲۰۲/۰۴/۱۴۰۲ و ۲۹/۰۶/۱۴۰۲) برای خانوارهایی که به گاز شهری دسترسی ندارند، کالابرگ نفت سفید اعلام کرده و از این طریق به هر خانوار حدود ۶۰۰ (ششصد) لیتر نفت سفید جهت ذخیره‌سازی زمستانی اختصاص یافته است. ضمناً مانده سهمیه از سال قبل نیز به میزان ۲۰۰ (دویست) لیتر تا تاریخ ۱۳/۰۳/۱۴۰۲ دارای اعتبار بوده است.

در مورد ادعای این نشریه مبنی بر تعطیلی نانوبازانهای استان به دلیل عدم دسترسی به گاز مایع و یا افزایش قیمت آن به اطلاع می‌رساند نظارت بر توزیع گاز مایع برعهده وزارت صنعت، معدن و تجارت (صمت) بوده و توزیع آن نیز توسط شرکت‌های موزع گاز مایع انجام می‌شود و شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی تنها از درب اختیار این شرکت‌ها قرار می‌دهد. از طرفی به نظر می‌رسد ادعاها مطرح‌شده درباره عدم دسترسی نانوبازانها به گاز مایع موردنیاز مربوط به نانوبازانهای سنتی منطقه زاهدان و روستاهای اطراف است که مجوز فعالیت نداشته و بنابراین امکان ثبت‌نام در سامانه درخواست فرآورده‌های نفتی (سدف) برای این صنف مقدور نیست، بنابراین لازم است که مالکان این نانوبازانها به سازمان متولی (وزارت صنعت، معدن و تجارت) مراجعه کرده و پس از کسب مجوز فعالیت، نسبت به ثبت‌نام در سامانه درخواست فرآورده‌های نفتی (سدف) اقدام کنند تا سوخت پارانه‌ای در اختیار آن‌ها قرار گیرد. شایان ذکر است از نیمه آذرماه سال جاری به مدت دو ماه، برابر هماهنگی‌های انجام‌شده در سطح استان، امکان دریافت گاز مایع جهت نانوبازانهای سنتی فاقد شناسه صنفی از بستر سامانه سدف فراهم آمده است تا طی مهلت تعیین‌شده نسبت به اخذ پروانه صنفی اقدام نمایند.

لازم به ذکر است شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی تلاش کرده است تا نهایت حمایت از اقشار و صنوف مختلف و حتی خانوارهایی که به دلیل عدم اجرای لوله‌کشی داخلی به شبکه گاز شهری دسترسی ندارند، به عمل آورده و با درجه‌گزینه «من در شرایط ویژه هستم» گاز مایع موردنیاز این اقشار را نیز تا سامانه‌دهی نهایی تأمین کند. این اقدام در شرایطی اتفاق افتاده است که طبق مصوبه قانون بودجه سال ۱۴۰۲ مجلس شورای اسلامی این شرکت مکلف است گاز مایع را تنها در بستر سامانه الکترونیکی توزیع کرده و گاز مایع پارانه‌ای را تنها در اختیار خانوار و صنوف بدون دسترسی به گاز شهری بگذارد و در چنین شرایطی در صورت تأیید اشخاص در سامانه از سوی وزارت صمت، این شرکت نسبت به توزیع گاز مایع پارانه‌ای اقدام خواهد کرد.

همچنین درباره انتقال این گزارش درباره کمبود و محدودیت گاز مایع در منطقه زاهدان، قابل ذکر است که سه شرکت برسی ایران گاز، اتان گاز و ایلاس گاز عمده توزیع گاز مایع در منطقه زاهدان را برعهده دارند که بیش از ۸۰ درصد توزیع برعهده شرکت برسی ایران گاز است و هیچ کمبودی در این باره وجود ندارد و شرکت ملی پخش فرآورده‌های نفتی گاز مایع موردنیاز را به هر میزان در اختیار این شرکت‌ها قرار خواهد داد. اما متأسفانه موارد استفاده از گاز مایع به‌عنوان سوخت خودروها و نیز به‌عنوان گرمایش در بخاری‌های گازی مواردی خارج از عرف و خطرآفرین است که در این منطقه آمار آن به وفور افزایش یافته است. در پایان خاطر نشان می‌سازد هم‌اکنون توزیع سیلندرهای گاز مایع از بستر سامانه سدف در سطح شهرستان زاهدان از طریق ۵ باب تأسیسات سیلندربرگنی با ظرفیت ذخیره‌سازی بیش از ۱۶۰۰ تن انجام می‌شود و هیچ‌گونه کمبودی در این خصوص وجود ندارد. ضمناً توزیع گاز مایع در منطقه زاهدان در هشت‌ماه نخست سال جاری نسبت به مدت مشابه سال گذشته ۱۴ درصد افزایش داشته است.