یکشنبه
۲۴ آبان ۱۴۰۵- ۵ جمادی‌الثانی ۱۴۴۸ - ۱۵ نوامبر ۲۰۲۶- شماره ۳۱۷۸-پیاپی ۴۴۹۶

صمت
صنعت معدن تجارت

منشور اخلاق حرفه‌ای روزنامه‌نگاری در روزنامه صمت: www.smtnews.ir/about.html

صاحب امتیاز: موسسه فرهنگی و مطبوعاتی «صمت»

مدیرمسئول: عاطفه خسروی

سازمان آگهی‌ها: ۸۸۱۰۵۲۸۸ - ۰۹۱۹۱۲۵۱۴۰۶

ایمیل آگهی‌ها: ads.smtnews@gmil.com

تلفن: ۸۲۱۹۰ (داخلی-۱۰۸)

توزیع و سازمان شهرستان‌ها: ۸۸۱۰۵۲۸۸

تهران، خیابان قائم مقام فراهانی- کوچه آزادگان شماره ۲۶- کدپستی ۱۵۸۶۷۳۳۸۱۱

روابط عمومی: pr@smtnews.ir

چاپخانه: صمیم

www.smtnews.ir
info@smtnews.ir
telegram.me/smtnews
instagram.com/smtnewspaper
tozi.smtnews@gmail.com
http://eitaa.com/smtnews
https://ble.ir/smtnews

عضو انجمن مدیران روزنامه‌های غیردولتی
عضو انجمن مدیران رسانه
عضو تعاونی مطبوعات

عکس روز



مادر خوانده

منبع:ایرنا

بودجه ۱۴۰۶ و معمای حقوق و دستمزد

پاییز هر سال با شروع بررسی های هزینه ها و درآمد های دولت برای سال آتی موضوع حقوق و دستمزد کارکنان دولت و کارگران نیز در دستور کار قرار می گیرد. اعداد مطرح در بخشنامه بودجه سال ۱۴۰۶ از افزایش متوسط ۳۵ درصدی حقوق کارکنان دولت به‌صورت پلکانی حکایت دارد. در مورد کارگران نیز اگز حداقل مزد پایه مانند سال ۱۴۰۵ با افزایش حدود ۶۰ درصد نسبت به سال قبل تصویب شود می توان روی پایه ۲۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان برنامه ریزی کرد. این درحالی است که فاصله میان حداقل دستمزد و هزینه‌های زندگی همچنان یکی از چالش‌های اصلی است.

محاسبه تناسب حقوق و دستمزد با سبد معیشت

در آستانه تدوین بودجه ۱۴۰۶، بحث دستمزد دوباره به مهم‌ترین دغدغه خانوارهای کارگر و کارمند تبدیل شده است. پرسش اصلی ساده است: آیا حقوق دریافتی، حتی پس از افزایش سالانه، هزینه واقعی زندگی را پوشش می‌دهد؟ در این گزارش، با تکیه بر جدول‌های چند سال اخیر، فاصله حداقل مزد با سبد معیشت را می‌سنجیم.

اعداد مطرح در بخشنامه بودجه سال ۱۴۰۶ از افزایش متوسط ۳۵ درصدی حقوق کارکنان دولت به‌صورت پلکانی حکایت دارد. این در حالی است که فاصله میان حداقل دستمزد و هزینه‌های زندگی همچنان یکی از چالش‌های اصلی بازار کار است.

به علاوه، مطابق بخشنامه دولت، افزایش حقوق به‌صورت پلکانی و با رویکرد رشد بیشتر برای حقوق‌های پایین‌تر پیش‌بینی شده و به این ترتیب رقم ۳۵ درصد به معنای افزایش یکسان حقوق تمام کارکنان نیست و میزان افزایش دریافتی‌ها به سازوکار پلکانی مصوب دولت بستگی خواهد داشت. حداقل مزد کارگران هر سال توسط شورای عالی کار و بر اساس ماده ۴۱ قانون کار و بررسی سبد معیشت تصویب می‌شود که معمولاً برای خانوار با میانگین ۳.۳ نفر محاسبه شده و همان نقطه چالش برانگیز بین نمایندگان کارگری و دولت در تمام سال‌هاست که محل انتقاد جدی برای عدم تناسب اعداد دستمزد با هزینه‌های واقعی معیشت است.

یکی از اشتباه‌های رایج این است که سبد معیشت با «سبد غذایی» یکسان در نظر گرفته می‌شود؛ اما در محاسبه هزینه واقعی زندگی خانوار معمولا گروه‌های خوراک و مواد غذایی، مسکن و اجاره، آب، برق، گاز و سایر قبوض، پوشاک، بهداشت و درمان، حمل‌ونقل، آموزش، ارتباطات و کالاها و خدمات ضروری خانوار مطرح هستند.

ماده ۴۱ قانون کار بر دو عامل مهم در تعیین حداقل مزد تأکید دارد: نرخ تورم و هزینه زندگی خانوار. ملاک تعیین سبد معیشتی کارگران تا پیش از سال ۱۳۹۵ سطح درآمد دهک ۶ بود، اما هر چه نرخ تورم در کشور بالاتر رفت مبنا به هزینه‌کرد دهک‌های کم‌درآمدتر سقوط کرد. در حال حاضر ملاک تعیین عدد سبد معیشت دهک چهارم بوده و به گفته فعالان کارگری، دو ضلع دیگر شورای عالی کار بر ملاک قرار گرفتن دهک سوم درآمدی اصرار داشته‌اند.

بر این اساس با توجه به سطح درآمد و هزینه‌کرد دهک چهارم، دستمزد موردنیاز جامعه کارگری با توجه به نرخ تورم شهریورماه بیش از ۷۷ میلیون تومان است که اگر این ملاک به سطح هزینه‌کرد دهک‌های نهم و دهم ارتقا پیدا کند، این رقم به بیش از ۱۰۰ میلیون تومان خواهد بود.

ارقام سبد معیشت، حداقل حقوق پایه کارگران و حداقل حقوق کارمندان

سال	سبد معیشت (تومان)	حداقل حقوق پایه کارگران (تومان)	حداقل حقوق کارمندان (تومان)
۱۴۰۰	۸,۰۰۰,۰۰۰	۲,۶۵۵,۵۰۰	۳,۵۰۰,۰۰۰
۱۴۰۱	۸,۹۸۰,۰۰۰	۴,۱۷۹,۷۵۰	۵,۶۰۰,۰۰۰
۱۴۰۲	۱۳,۰۰۰,۰۰۰	۵,۳۰۸,۲۸۴	۷,۹۰۰,۰۰۰
۱۴۰۳	۱۹,۸۰۰,۰۰۰	۷,۱۶۶,۱۸۴	۱۰,۰۰۰,۰۰۰
۱۴۰۴	۲۳,۴۴۱,۰۰۰	۱۰,۳۹۰,۹۶۸	۱۳,۰۰۰,۰۰۰
۱۴۰۵	۴۲,۹۰۰,۰۰۰	۱۶,۶۲۵,۵۵۵	۱۸,۷۰۰,۰۰۰

پیش‌بینی حداقل دستمزد کارگران در سال ۱۴۰۶

با توجه به اعداد و ارقام یاد شده تعیین حداقل دستمزد سال ۱۴۰۶ در مرحله‌ای حساس قرار داشته و توجه به وضعیت معیشت خانوارها و شرایط اقتصادی اهمیت بیشتری یافته است. هنوز درصد قطعی افزایش حقوق سال آینده توسط شورای عالی کار تصویب نشده و ارقامی مانند ۳۰، ۴۰ یا ۵۰ درصد افزایش نمی‌توانند دستمزد نهایی اعلام شوند.

در سال جاری حداقل مزد پایه ماهانه به ۱۶ میلیون و ۶۲۵ هزار و ۵۵۰ تومان رسید و اختلاف میان دستمزد دریافتی و هزینه‌های زندگی، محور اصلی مذاکرات دستمزد است. سه عامل قانونی و اقتصادی در تعیین رقم جدید حداقل حقوق نقش اساسی ایفا می‌کنند. با این همه در شرایط کنونی امکان اعلام رقم قطعی حداقل دستمزد برای سال ۱۴۰۶ وجود ندارد چرا که تصمیم‌گیری به شورای عالی کار واگذار شده است. این شورا پس از بررسی شرایط و برگزاری مذاکرات سه‌جانبه بین نمایندگان کارگران، کارفرمایان و دولت، رقم نهایی را تعیین خواهد کرد. مبنای افزایش دستمزد سال آینده، حداقل مزد مصوب سال ۱۴۰۵ است. طبق مصوبه آن سال، حداقل مزد روزانه ۵۵۴ هزار و ۱۸۵ تومان و حداقل ماهانه ۱۶ میلیون و ۶۲۵ هزار و ۵۵۰ تومان تعیین شده که مربوط به مزد پایه است. این مبلغ نباید با دریافتی نهایی کارگران که شامل مزایایی چون حق مسکن، بن کارگری، حق اولاد و پایه سنوات می‌شود، یکسان در نظر گرفته شود.

بنابراین ابتدا باید درصد افزایش مزد پایه مشخص شود و سپس تغییرات مزایای جانبی را نیز در محاسبه حقوق مدنظر قرار داد.

نرخ تورم و کاهش قدرت خرید کارگران، هزینه سبد معیشت خانوارهای کارگری، و مذاکرات سه‌جانبه و توان پرداخت کارفرمایان، سه عامل اصلی در تعیین حداقل دستمزد هستند و شورای عالی کار مسئول بررسی و تعیین دستمزد ۱۴۰۶ است.

حقوق پایه سال ۱۴۰۵ و تاثیر آن بر ۱۴۰۶

حداقل مزد پایه سال ۱۴۰۵ با افزایش حدود ۶۰ درصد نسبت به سال قبل تصویب شد و این رقم پایه محاسبات سال بعد خواهد بود. جدول اجزای مزدی سال ۱۴۰۵ به شرح زیر است:

- حداقل مزد روزانه: ۵۵۴ هزار و ۱۸۵ تومان
- حداقل مزد ماهانه: ۱۶ میلیون و ۶۲۵ هزار و ۵۵۰ تومان
- حق مسکن ماهانه: ۳ میلیون تومان
- بن کارگری ماهانه: ۲ میلیون و ۲۰۰ هزار تومان
- حق تأهل ماهانه: ۵۰۰ هزار تومان
- حق اولاد هر فرزند: حدود ۱ میلیون و ۶۶۲ هزار و ۵۵۵ تومان
- پایه سنوات روزانه: ۱۶۶ هزار و ۶۶۷ ریال

این ارقام بسته به شرایط کارگر، سابقه کار و وضعیت خانوادگی ممکن است متفاوت باشد و افزایش مزد پایه، افزایش مشابه همه مزایا را در پی ندارد.

سناریوهای افزایش حقوق و محاسبات احتمالی

اگرچه هنوز درصد رسمی افزایش حقوق اعلام نشده، برای درک تاثیر احتمالی آن می‌توان محاسبه‌های ریاضی را بر مبنای حداقل مزد سال ۱۴۰۵ با درصدهای مختلف انجام داد. برخی نمونه‌ها بدین صورت است:

- افزایش ۲۰ درصدی: ۱۹ میلیون و ۹۵۰ هزار تومان
- افزایش ۳۰ درصدی: ۲۱ میلیون و ۶۱۳ هزار تومان
- افزایش ۴۰ درصدی: ۲۳ میلیون و ۲۷۵ هزار تومان
- افزایش ۵۰ درصدی: ۲۴ میلیون و ۹۳۸ هزار تومان
- افزایش ۶۰ درصدی: ۲۶ میلیون و ۶۰۰ هزار تومان
- افزایش ۷۰ درصدی: ۲۸ میلیون و ۲۶۳ هزار تومان

این محاسبات تنها مزد پایه را نشان می‌دهند و مزایای جانبی را شامل نمی‌شوند. اختلاف میان این سناریوها قابل توجه است و حتی چند درصد تغییر در مصوبه نهایی می‌تواند درآمد میلیون‌ها نفر را تحت تأثیر قرار دهد.

سخن پایانی

رقم نهایی دستمزد ۱۴۰۶ هنوز مشخص نیست و به مذاکرات شورای عالی کار بستگی دارد. اما اگر افزایش حقوق همچنان کمتر از رشد هزینه سبد معیشت باشد، فاصله نیز بزرگ‌تر می‌شود. «قطره‌قطره جمع گردد، وانگهی دریا شود» برای خانوار صدق می‌کند، اما وقتی «گرانی کمر مردم را می‌شکند» صرف‌جویی به تنهایی کافی نیست.

یادداشت



چالش‌های کسب و کار و نامرئی شدن در بازار

علی جوانمردی
تحلیلگر اقتصادی

رکودها و بحران‌های اقتصادی هرگز برای فعالان بازارهای تجاری و صاحبان کسب و کار خوشایند نیستند، بازار تأثیر رکودها و بحران‌ها را احساس می‌کند. با این حال، گام‌های مثبتی وجود دارد که می‌توانید برای دور نگه داشتن خطر حذف ار بازار بکار گیرید.

در یک اقتصاد، کسب و کار تجاری با چالش‌هایی روبه‌رو می‌شود، اما فرصت‌هایی را نیز پیش رویش دارد. استراتژی‌های موفقیت شامل تمرکز بر کاهش هزینه، تجربه‌های مشتریان و یافتن ارزش بالقوه در دارایی‌ها و کالاهای آسیب‌دیده است.

با این حال، بخش‌های خاصی مانند «کالاهای ضروری» و «کالاهای لوکس مقرون‌به‌صرفه» ممکن است انعطاف‌پذیرتر باشند. بازاریابی و تعامل برای متمایز شدن بسیار مهم هستند و تنوع‌بخشی به روابط تجاری می‌تواند به مدیریت روابط تجاری چالش‌برانگیز کمک کند.

شوک‌های اقتصادی که در هر کشوری امکان پدیدار شدنش هست تجارت جاری را در برابر رکود اقتصادی آسیب‌پذیر می‌کند و به طور بالقوه منجر به کاهش قیمت‌ها و بی‌ثباتی مالی، به ویژه با عدم تعادل قیمت‌ها، می‌شود.

از سوی دیگر نوسانات تقاضای مشتریان و کاهش هزینه‌های مصرف‌کننده می‌تواند بر تقاضا برای فروش محصولات تأثیر بگذارد، در حالی که کارخانجات صنعتی ممکن است با چالش‌هایی در زمینه اختلال در زنجیره تأمین مواجه شوند. همچنین تأمین مالی در بازارهای اعتباری محدود می‌تواند تأمین مالی برای سرمایه‌گذاری‌های بزرگ در بازار را برای مشاغل دشوار کند.

شایان ذکر است فرصت‌هایی هم در اقتصادهای بحران زده به‌وجود می‌آید که از آن جمله‌اند «کالاهای ضروری» و «کالاهای لوکس مقرون به صرفه» بنابراین بخش‌هایی مانند غذا، تعمیر و نگهداری خانه و کالاهای رفاهی برای جمعیت مسن‌تر ممکن است در دوران رکود اقتصادی ممکن است همچنان شاهد رشد باشند. گاهی در چنین وضعیتی دارایی‌های آسیب‌دیده و استوک فروشندگان ممکن است فرصت‌هایی برای خرید با قیمت‌های پایین‌تر از مشاغلی که با مشکلات اقتصادی دست و پنجه نرم می‌کنند، ایجاد کند.

تجربه خریدهای قبلی مشتریان برای صاحبان کسب و کارها و تمرکز بر افزایش تجربه آنها و ایجاد امکانات رفاهی کم سود از جمله ارائه مشاوره و کالا در محل، می‌تواند ارزش خرید را بهبود بخشد و مشتریان را جذب و حفظ کند و بازاریابی و تعامل می‌تواند به مشاغل کمک کند تا در یک بازار رقابتی سخت، برجسته شوند، به خصوص اگر رقبا هزینه‌ها را کاهش دهند. از مهم‌ترین استراتژی‌های موفقیت در دوران رکود اقتصادی کاهش هزینه است.مذاکره با تأمین‌کنندگان، تحقیق در مورد محصولات جایگزین و احتمالاً جابه‌جایی به مکان‌های کوچک‌تر می‌تواند به کاهش هزینه‌ها کمک کند. مدیریت جریان نقدی هم بسیار حادز اهمیت است. تقویت جریان نقدی از طریق اقداماتی مانند مدیریت سختگیرانه‌تر حساب‌های دریافتنی و مذاکره در مورد شرایط پرداخت با تأمین‌کنندگان بسیار مهم است. انطباق مدل‌های کسب‌وکار نیز از راهکارهای زنده ماندن کسب و کار در رکود است بنابراین انعطاف‌پذیری و سازگاری با شرایط متغیر بازار کلیدی است. ممکن است شامل تنوع بخشیدن به پیشنهادات محصول، کاوش در بازارهای جدید یا تنظیم استراتژی‌های قیمت‌گذاری باشد.

و در نهایت اگر در بازپرداخت‌های خرید مواد اولیه یا سایر مسائل مالی با مشکل مواجه هستید، از درخواست کمک از بانک‌ها، مؤسسات مالی یا خدمات مشاوره مالی دریغ نکنید.

با بروز رکود، صرف نظر از علت آن، «عامل احساس خوب» از بین می‌رود. اعتماد به نفس کاهش می‌یابد و مصرف‌کنندگان، نگران شغل و معیشت خود، به دنبال کاهش هزینه‌های خود هستند. با کاهش هزینه‌های مصرف‌کننده، بسیاری از مشاغل از کمبود درآمد رنج می‌برند، توانایی آسیب می‌بینند و اوضاع می‌تواند رو به وخامت بگذارد. متأسفانه، برخی از مشاغل، به اجبار تجارت را متوقف خواهند کرد. نتیجه بسیار مشهود این امر افزایش مغازه‌های خالی در خیابان اصلی، واحدهای صنعتی خالی و ساختمان‌های اداری خالی است. که هیچ کسب و کاری نیز از این قاعده مستثنا نیست... کارآفرین و نویسنده پرفروش، گفته است: «در یک بازار شلوغ، متمایز نبودن به معنای نامرئی بودن است.» اگرچه یک بازار در دوران رکود اقتصادی ممکن است «شلوغ» نباشد، اما رقابتی خواهد بود. «متمایز بودن» در میان جمعیت شاید در یک بازار دشوار مهم‌تر از یک بازار آسان باشد.

پس مطمئن می‌شوید که در دوران رکود اقتصادی «نامرئی» نمی‌شوید!

یادداشت



موفقیت فرد معمولی با اثر مرک

پریسا حاجی محمدی
دکتری کسب و کار حرفه‌ای

چگونه مهارت‌های سخنوری، فردی معمولی را به موفقیتی فوق‌العاده رساند؟ یکی از مدرسین دانشگاه هاروارد و نویسنده‌ی کتاب‌های پرفروش در حوزه‌ی ارتباطات رهبری دارن هاردی است.

والدین دارن هاردی زمانی که او ۱۸ ماهه بود، از یکدیگر جدا شدند مادرش او را نخواست، بنابراین او نزد پدرش بزرگ شد. پدری که هاردی او را با آن گروهبان سخت‌گیر و خشن مقایسه می‌کند. هاردی به‌صراحت درباره‌ی گذشته‌اش با مخاطبان خود صحبت می‌کند، زیرا داستان زندگی شخصی او مؤید این پیام است که افراد معمولی می‌توانند به موفقیت‌هایی خارق‌العاده دست یابند، مشروط بر اینکه نقاط ضعفی را که در خود می‌بینند، به نقاط قوت تبدیل کنند.

هاردی می‌گوید: سختی‌ها و ناملایمات زندگی، همان مزیت‌های شما هستند. تجربه‌ی طرد شدن در کودکی، دلیل اصلیِ آن است که من اکنون تا این حد متکی به خود، باانگیزه، هدف‌مند و نتیجه‌گرا هستم.

نتایجی که هاردی به دست آورده، فوق‌العاده‌اند. او که از ۱۸ سالگی کارآفرینی را به‌طور مستمر دنبال کرده، امروزه ناشر مجله‌ی ساکسس SUCCESS است. و نویسنده‌ی کتاب جدیدی با عنوان ترن هوایی کارآفرینی است. مردی که تنها یک ترم در دانشگاه تحصیل کرده و خود اذعان دارد که نه در «خانواده‌ای مناسب» متولد شده، نه از «تحصیلات خاصی» برخوردار بوده و نه «ارتباطات ویژه‌ای» داشته است، اکنون تنها بابت سخنرانی‌هایش، بیش از ۱.۵ میلیون دلار درآمد کسب می‌کند.

هاردی معتقد است اکنون زمان آن فرا رسیده که به جمع افراد فوق‌موفق بپیوندید. او می‌نویسد: «هرگز پیش از این، برای یک فرد معمولی، کسی که فاقد امتیازات ویژه، تحصیلات خاص، آموزش‌های خاص، ثروت موروثی یا ارتباطات خاص است چنین فرصت‌های نامحدود و فراوانی مالی‌ای فراهم نبوده که امروزه در دسترس است. دارن هاردی می گوید بیاموزید که چگونه امروزه با هدف و اشتیاق ارتباط برقرار کنید. اخیراً گفت‌وگویی مفصل با هاردی درباره رهبری، موفقیت و انگیزه شده است و در این گفتگو به نکته‌ای پی بردیم که برای خوانندگان روزنامه ستون من و مقالات من نباید چندان عجیب باشد! هاردی بخش عمده‌ای از موفقیت خود را مدیون مهارت‌های سخنرانی در جمع می‌داند.

و درست مانند سایر سخنرانان موفق ، هاردی نیز برای ارتقای مهارت‌های ارائه و ارتباطی خود، بسیار بسیار سخت تلاش کرده است. برای هر رهبر یا فرد تأثیرگذاری که جایگاه مهمی دارد، نخستین ویژگی ضروری برای موفقیت، توانایی سخن گفتن و برقراری ارتباط است. فرقی نمی‌کند چه کسی هستید یا چه کاری انجام می‌دهید؛ اگر نتوانید در برابر دیگران (چه در جلسات کاری، چه هنگام ارائه طرح برای جذب سرمایه، و چه در فرآیند جذب استعدادهای برتر وحتی در ارتباطات عادی روزمره) به‌طور مؤثر صحبت کنید و ارتباط برقرار نمایید، باید بدانید که توانایی سخن گفتن، مهارتی حیاتی برای یک شما محسوب می‌شود.

اگر یکی از ارائه‌های دارن هاردی را تماشا کنید، با سخنرانی مواجه می‌شوید که بسیار بااعتمادبه‌نفس و کاریزماتیک به نظر می‌رسد. او خوش‌مشرب است و سخنانش ذهن را به چالش می‌کشد. او بر صحنه مسلط است، از زبان بدن قدرتمندی بهره می‌برد و برای صحبت کردن به یادداشت‌ها متکی نیست. به عبارت دیگر، او بسیار مسلط، پخته و تأثیرگذار ظاهر می‌شود. هاردی موفقیت خود بر روی صحنه را حاصل ۱ درصد «استعداد ذاتی» و ۹۹ درصد «تلاش سخت» می‌داند. او در ۲۶ سال گذشته، سخنرانی در جمع را به یکی از محورهای اصلی توسعه فردی خود تبدیل کرده است.

برای مثال قبلاً از شوخ‌طبعی پرهیز می‌کردم، چون تصور می‌کردم موضوع بحث بیش از حد جدی است. داستان‌های شخصی را هم تعریف نمی‌کردم؛ گمان می‌کردم این کار باعث حواس‌پرتی می‌شود، اما حالا می‌دانم که درست برعکس آن صادق است.

من با جدیت و تمرکز تمام تلاش کردم تا در فنِ داستان‌سرایی مهارت بیشتری پیدا کنم. دریافتم که تا زمانی که دیگران مطمئن نشوند شما شکست‌هایشان را درک می‌کنید، هیچ‌کس اهمیتی به موفقیت‌های شما نمی‌دهد.

تلاش پیگیرانه‌ی هاردی برای ارتقای مهارت سخنرانی در جمع، درسی ارزشمند برای تمام رهبران در بر دارد. هاردی می‌گوید: «هدف من هرگز کسب درآمد از طریق سخنرانی نبوده است، بلکه سخنرانی ابزاری است برای پیشبرد کسب‌وکارهایم می دانم. وقتی به بزرگ‌ترین سهمی که به‌عنوان ناشر و سردبیر در مجموعه "SUCCESS" (موفقیت) ایفا می‌کنم می‌اندیشم، می‌بینم که این نقش نه در شرکت در جلسات، نه در مدیریت تماس‌های کنفرانسی، نه در ویرایش متون و نه در دیدار با آگهی‌دهندگان خلاصه می‌شود. بزرگ‌ترین سهم من، ایستادن بر روی صحنه در یک کنفرانس بزرگ ملی و ترویج پیام موفقیت است.

رهبران و کارآفرینان باید خود را به چشم «مبلغان برند» ببینند. کارکنان، مشتریان و شرکای تجاری شما، برای یافتن الهام به شما چشم دوخته‌اند. سخنرانی، ابزاری بازاریابی برای گسترش برند شما و افزایش دامنه نفوذ آن است. از هر فرصتی برای بیان عمومی پیام خود استفاده کنید و همواره برای تقویت مهارت سخنرانی در جمع بکوشید. این اشتباه را نکنید که تصور کنید سخنرانان برجسته، با توانایی مسلط شدن بر صحنه متولد شده‌اند، آن‌ها برای رسیدن به این جایگاه تلاش کرده‌اند.

هاردی می‌نویسد: «من این فرصت را داشته‌ام که با افرادِ بسیار موفق‌تر از اکثرِ مردمِ جهان وقت بگذرانم و از آن‌ها بیاموزم و خوشحالم که بگویم به نظر می‌رسد آن‌ها هم دقیقاً همان ساختارِ بنیادینی (DNA) را دارند که من و شما داریم شما خالق سرنوشت خویش هستید. این طرز فکر که "آن‌ها برای موفقیت زاده شده‌اند و من نه"، صرفاً فریبی است که ذهن به شما می‌زند. تنها راه رهایی از این دام، آن است که روزبه‌روز و ساعت‌به‌ساعت، ذهنیتی مبتنی بر "سرنوشت موفق" در خود پرورش دهید.