

Starten van een business

Grondige zelfkennis en zelfacceptatie zijn noodzakelijk om als startende ondernemer een business succesvol te beginnen. Je beseft dan dat jij de waardevolste hulpbron van je bedrijf bent. Je kent je minpunten en weet hoe je aangeland bent in je huidige situatie. Je heb een heldere visie en bent bereid er toegewijd en effectief naartoe te werken. Je wilt dat je bedrijf niet alleen voldoende inkomen genereert, maar ook plezier en voldoening verschaft.

Alle grote creaties beginnen met een droom en een tomeloze hunkering die te realiseren. Een droom die niet gepaard gaat met een intense hunkering haar te realiseren zal nooit verwezenlijkt worden. Ga na hoe en of je bedrijf past in je droom. Doet het dat niet pas dan je bedrijf aan en niet je droom. Weet waarom je het ondernemerschap als carrière optie heb gekozen. Deed je dat om stress veroorzakende situaties of lange werktijden of onplezierige mensen te ontlopen, weet dan dat het hebben van een eigen business jou ook zal confronteren met stress, lange uren en moeilijke mensen. Voor jezelf werken is uitdagend. Je zal jezelf moeten promoten, opkomen voor jezelf, je comfort zone elke dag moeten verruimen om mensen over je business te vertellen en ze bovendien geld te vragen. Je kan niet 'on low profile' zijn als je succesvol wilt zijn. Uiteraard moet je bewust zijn van je gaven en talenten; zij zijn je belangrijkste resources. Dromen realiseren zich alleen als je bewust bent van je gaven en talenten en bereid bent ze ten volle te gebruiken en in te zetten. Iemand zei eens: 'Your business success lies in your difference to others, not in your similarity'.

Heb een goed begrip van je powers en je waarden. Grote bedrijven spenderen miljoenen aan visie, missie en warden statements. Deze zijn vitale tools voor elk bedrijf. Ze vormen de ruggraat van branding, ze bezielen een bedrijf en bepalen zijn identiteit. Business visie en missie kunnen veranderen als het bedrijf verandert maar je values of waarden zijn geïntegreerd in je karakter. Nogmaals: zelfkennis en om succesvol te zijn in business. RMD

Empatisch of inlevend communiceren

De tendens 'to fix things up' met goede adviezen, terwijl onvoldoende tijd is besteed aan het stellen van een diagnose om het probleem diepgaand te doorgronden, komt nogal voor. Op het gebied van interpersonele relaties is echter het principe 'eerst trachten te begrijpen alvorens zelf begrepen te worden'.

Lezen en schrijven, spreken en luisteren zijn de vier basis typen van communicatie en vaardigheid hierin is absoluut kritisch om effectief te kunnen zijn. Goed kunnen Communiceren is de belangrijkste vaardigheid in het leven. Helaas hebben wij het onderdeel luisteren sterk verwaarloosd. Welke training geeft ons onderwijs waardoor leerlingen in staat zijn zo te luisteren waardoor zij anderen diepgaand kunnen begrijpen vanuit hun referentiekader? Effectieve interactie met anderen vereist dat wij hen eerst moeten trachten te begrijpen alvorens zelf begrepen te worden. Het is belangrijk de 'skills van empathic listening' te ontwikkelen want meestal luisteren we niet met de intentie te begrijpen maar met de intentie te reageren, te antwoorden. Te vaak projecteren we daarbij onze eigen ondeugden in het gedrag van anderen. Luisteren doen we meestal op een van de volgende niveaus: we 'Negeren' en luisteren niet echt, we 'pretenderen' te luisteren of luisteren 'selectief' waarbij we slecht bepaalde delen van de conversatie horen. In een gunstiger geval proberen we 'aandachtig' te luisteren. De hoogste vorm van luisteren is echter 'Empatisch luisteren' met de intentie de ander te begrijpen vanuit zijn referentiekader. In de schoenen van de ander gaan staan. We moeten beseffen dat naast fysieke overleving, psychologische 'survival' de grootste behoefte van mensen is. We willen begrepen worden, bevestigd worden, geapprecieerd en gevalideerd worden. Een quote van een bekende guru op dit gebied luidt: 'Although it's risky and hard, seek first to understand, or diagnose before you prescribe, it's a correct principle manifest in many areas of life. It's the the mark of all true professionals'. RMD

We leven in een tijd van meerdere crises die gelijktijdig onze aandacht opeisen: schuldencrisis, ecologische crisis, sociale crisis, economische crisis etc. De uitdaging is de meest diepliggende oorzaken ervan te ontdekken en daarop passende antwoorden en oplossingen te vinden. Vaak worden slechts symptomen bestreden waardoor de oorzaken blijven voortbestaan. Steeds meer deskundigen denken dat de kernoorzaak het kijken is naar de wereld vanuit afscheiding en niet vanuit het besef dat alles en iedereen met elkaar verbonden is. Alle crises zouden tot deze ene kernoorzaak teruggevoerd kunnen worden. En Einstein citerend stellen zij dat: "Problemen niet opgelost kunnen worden met hetzelfde bewustzijn als waardoor ze zijn ontstaan." Er is een paradigma verschuiving nodig die leidt tot nieuwe denksystemen waardoor integriteit over de gehele lijn van maatschappelijke organisatie en in het bijzonder het bedrijfsleven en de politiek een feit wordt. Integriteit heeft als oorspronkelijke betekenis 'heel en ongeschonden' en is gerelateerd aan deugden als eerlijkheid en betrouwbaarheid. De bron van integer handelen is een denksysteem van eenheid en onderlinge verbondenheid i.p.v. een denksysteem van ego en afscheiding. Het denksysteem bepaalt de zuiverheid van de intentie achter politieke doelen die worden gesteld en keuzes die worden gemaakt. Vaak zijn het onbewuste intenties die eindresultaten en effecten van keuzes bepalen. Het is daarom voor het oplossen van crises noodzakelijk naar het onderliggende bewustzijn te kijken. Een effectief antwoord op alle crises vereist bewustzijn van eenheid en onderlinge verbondenheid. Effecten van oplossingsmodellen moeten ten goede komen aan het geheel of een zo groot mogelijke groep binnen de samenleving en onvermijdbare nadelige gevolgen moeten op een eerlijke manier worden gecompenseerd. Historisch gegroeide voorkeursbehandelingen en privileges moeten teruggedraaid worden.

De KKF bevordert een cultuur van ondernemerschap en daardoor economische groei in Suriname door het zaken leven te dienen, te vertegenwoordigen en te versterken.

KKF Vestigingen

Hoofdkantoor	Gravenberchstraat 33	(597) 530311
Paramaribo Noord	J.B.S. Rebostraat 74	(597) 530311 # 143
Wanica Kwatta	Kwattaweg Br. 664	(597) 530311 # 146 / 149
Wanica	Vierkinderenweg #2/	
	Hk. Indira Ghandiweg	(597) 530311 # 139 / 145
Commewijne	Oost-westverbinding # 251	(597) 530311 # 144
Marowijne	Granpasieweg 1	(597) 530311 # 148
Saramacca	Groningen (DC gebouw)	(597) 530311 # 147
Brokopondo	Klaaskreekweg 30	(597) 530311 # 127
Brokopondo	Brownswe, Wakibasoe I	(597) 530311 # 128
Nickerie	G.G. Maynardstraat 34	(597) 0210485 # 140
Sipaliwini	Atjoni	(597) 8806760

Voor het betalen van uw **jaarbijdrage** en afhalen van een **uittreksel** uit het Handels- en Stichtingenregister kunt u ook terecht aan de Prof. W.J.A. Kernkampweg 37. Voor inschrijvingen, mutaties en betalingen kunt u wezen aan de Gravenberchstraat 33 en ook bij onze filialen.

De sterkte van beweringen

In een debat raak je al gauw 'buitenspel' als je niet voldoende doet om bewijsmateriaal te verkrijgen. Hoe sterk is een bewering? Er zijn beweringen die waargenomen feiten, generalisaties op grond van waarnemingen, theorieën, deducties, axioma's en definities betreffen.

Vraag je bij beweringen over waargenomen feiten steeds af waar de bewering over gaat en of het een gemakkelijk of moeilijk waar te nemen verschijnsel was. Hoe moeilijker de waarneembaarheid des te minder geloofwaardig de bewering. Hoe waren de omstandigheden tijdens de waarneming en was het een 'opzettelijke' of een 'toevallige' waarneming. Was de waarnemer zich bewust van mogelijke fouten in de waarneming en de herinnering? Zo nee, dan verlaagt dit de betrouwbaarheid van de waarnemer. Hoeveel tijd verliep er tussen waarneming en tijd van rapportering? Hoe groter de tijdsduur des te minder betrouwbaar de bewering.

Generalisatie

Bij een generalisatie moet gelet worden op het volgende: a) zijn er voldoende waarnemingen gedaan die de generalisatie ondersteunen? b) Is er voldoende gezocht naar gevallen die de generalisatie tegenspreken? Hoe meer er tevergeefs hiernaar gezocht is des te geloofwaardiger wordt de generalisatie. We kunnen nooit voor 100% zeker zijn van een 'empirische' generalisatie. Dit is een generalisatie die op zichzelf staat en dus los van andere kennis en inzichten. We staan sterker met een 'verklaarde' (wetenschappelijk) dan met een 'empirische' generalisatie.

Theorie

Een theorie bestaat uit een reeks samenhangende beweringen om een verzameling waarnemingen te verklaren. Ga de waarschijnlijkheid ervan na en let op het volgende: a) bestaan er feiten of principes die tot andere verwachtingen leiden dan deze theorie doet? Hoeveel verschillende soorten feiten worden door de theorie verklaard en met elkaar in verband gebracht? Is er getracht een alternatieve theorie te formuleren? Een deductie is een bewering die begint met een principe of wetmatigheid. Een andere bewering betreft een axioma. Deze bewering wordt voor 'waar' gehouden en opgevat als een vanzelfsprekendheid. Deins er echter niet voor terug een axioma aan te vallen want vele "axioma,s" blijken niet zo vanzelfsprekend te zijn. Voorts is er de definitie, een bewering over de betekenis van een term. De enige toets op een definitie is na te gaan hoe groot de overeenstemming is tussen de gesprekspartners over de betekenis van een term. Voor een helder begrip is het belangrijk om voor elke bewering in redevoeringen en debatten vast te stellen wat voor soort bewering het is. RMD

Communicatie telt talloze definities

De multidisciplinaire benadering, de veelsoortigheid van de communicatiesystemen en van de maatschappelijke velden waarin communicatieprocessen verlopen hebben tot gevolg dat er tientallen definities van communicatie bestaan. De definitie van communicatie bestaat niet.

Elke definitie voldoet en is goed mits zij binnen een bepaalde wetenschappelijke visie, benadering, veld, systeem of cursus bruikbaar en operationeel is. Voorts moet zij logisch, coherent zijn en niet tegengesproken worden door de waarneembare werkelijkheid. Uit een studie van S.W. Littlejohn waarin een 15-tal definities van communicatie zijn opgenomen halen wij de volgende:

- 1) Communicatie is de verbale uitwisseling van gedachte of idee.
- 2) Communicatie is het proces waardoor we anderen begrijpen en ons omgekeerd ook inspannen om door anderen begrepen te worden. Het proces is dynamisch, steeds veranderend en verschuivend als antwoord op de totale situatie.
- 3) Communicatie ontstaat uit de behoefte onzekerheden te reduceren, effectief te handelen en om het ego te versterken of te verdedigen.
- 4) Communicatie: de transitie van informatie, ideeën, emoties, vaardigheden etc door het gebruik van symbolen, woorden, beelden etc.
- 5) Communicatie is het proces dat algemeen maakt aan twee of meer wat het monopolie was van één of enkelen.

Er zijn vier fundamentele punten waarop de definities kunnen worden onderscheiden: het observatieniveau, de intentionaliteit bij de zender, het normatieve oordeel (geslaagde versus niet geslaagde communicatie) en de richting van het communicatieproces (lineair of circulair). Er worden een 6-tal hoofdtypen van communicatie onderscheiden:

- 1) nadruk is op ontvanger
- 2) nadruk is op zender
- 3) verbinding
- 4) het vergemeenschappelijken
- 5) transmissie
- 6) symboolgebruik

Ligt de nadruk op de ontvanger dan wordt ervan uitgegaan dat deze persoon gegevens inwint uit de omgeving; hij tast zijn leefwereld af (scanning) en haalt eruit wat hij bewust of onbewust wenst te gebruiken. Bij nadruk op de zender wordt expliciet of impliciet verwezen naar zijn initiatief. Hij brengt stimuli op gang met de specifieke bedoeling in te werken op de ontvanger (intentioneel karakter). Met verbinding wordt gewezen op het bestaan van zender en ontvanger; deze zijn dan partners die afwisselend zenden en ontvangen en zo sociale banden doen ontstaan. Nadenken over communicatie houdt de belofte in enig inzicht te krijgen in de manier waarop mensen met elkaar interageren en hoe zij zichzelf en hun samenlevingsvormen in stand houden. Hans Ferree: "Communicatie. Iedereen praat erover en zegt dat het nodig is en dat het vreselijk belangrijk is. Maar iedereen zegt ook dat het vreselijk moeilijk is en dat het goed fout zit met onze communicatie. Het lijkt wel of er meer mensen zijn die klagen over communicatiestoornissen dan mensen die zeggen dat het met de communicatie zo prima gaat."

En van W. Burroughs is de volgende opmerking: "Wat is dan wel echte communicatie? Wat bedoel je met communicatie? Wanneer communicatie totaal zou zijn, dan hoefde je niet meer te praten. Wanneer je precies weet wat iemand anders voelt of denkt, is dat perfecte communicatie. De zogenaamde communicatie echter (woorden) is juist een middel om die echte communicatie te vermijden. De voornaamste functie van woorden is te liegen." Gelukkig stellen positievere commentaren dat communicatietheoretisch inzicht kan leiden tot een betere kennis van het eigen ik en de manier waarop dit 'ik' in relatie staat tot zijn omgeving en tot zichzelf. RMD

Taken en bevoegdheden van de KKF:

- het behartigen van de belangen van het bedrijfsleven;
- het bevorderen van de werkzaamheden en de ontwikkeling van het bedrijfsleven
- het vertegenwoordigen van het bedrijfsleven.

Belang van KKF-registratie:

Verificatie mechanisme voor uw bedrijf t.b.v. derden

- Kredietaanvragen voor het bedrijf
- Uitvoeren van overheidsprojecten
- Import en export
- Invoerrechtvrij importeren van machines en/of voertuigen voor het bedrijf
- Zaken doen met buitenlandse bedrijven

Bezoek onze website:
www.surinamechamber.com