

Gebruik en misbruik van statistieken

Statistiek kan je gebruiken om lijn te brengen in grote hoeveelheden gegevens. Dit betekent echter niet dat je daarmee een definitief antwoord hebt gevonden. Een onderzoeker moet altijd ook aangeven wat de feiten zijn en hoe hij ze interpreteert. Wij putten uit een interview met de methodoloog Henk Kiers.

Hij zegt bv. dat iedereen een gemiddelde kan uitrekenen maar dat dit getal niet altijd zinnige informatie geeft. Statistici zouden daarover ook niet altijd uitsluitend geven. Daarom zou het voor iedereen, vooral ook voor journalisten en politici, nuttig zijn meer inzicht te verwerven in statistische wetmatigheden. Het volgende is een voorbeeld van verkeerde interpretatie van onderzoeksgegevens. In een Engelse krant verweet de tabaksindustrie de WHO een studie te hebben achtergehouden dat meer roken niet ongezond is. Maar wat was er aan de hand? Onderzoekers hadden gegevens verzameld over het verband tussen meer roken en longkanker. In de steekproef bleek de kans op longkanker bij meer rokers met 17% te zijn verhoogd maar dat het verschil met de controle groep die niet aan meer roken was blootgesteld, statistisch niet significant was. De tabaksindustrie heeft alleen deze regel gezien en is meteen in de pen geklommen. Dat kon alleen omdat zij niet konden of niet wilden begrijpen hoe dergelijk onderzoek werkt. Het feit dat een bepaald verband niet significant is wil namelijk niet zeggen dat het verband niet bestaat. Er zijn een aantal standaard fouten op het gebied van methoden en technieken waaraan minder exact aangelegde personen w.o. vaak psychologen, politici en journalisten zich schuldig maken bij hun uitleg van statistische gegevens. Neem nou de mens. Deze is volgens Kiers als studieobject uiterst lastig omdat hij liegt en bedriegt of sociaal wenselijke antwoorden geeft. Vaak schiet simpelweg ook de zelfkennis tekort. Metingen in de psychologie bevatten daardoor altijd de nodige ruis. Kiers: Psychologen kampen met de fundamentele onvoorspelbaarheid van het menselijk gedrag. Hun theorieën blijven daardoor allemaal vrij grote benaderingen." RMD

Innovatief streven naar perfecte klantrelatie

De noodzaak voor organisaties en ondernemingen om in beweging te komen is groter dan ooit in deze tijd van crises. Ondernemers beseffen steeds meer dat zij zich opnieuw moeten uitvinden. Producten en dienstverlening moeten naadloos aansluiten op de wensen van de doelgroep. Maar hoe realiseert een organisatie dat?

Prof. dr. Kwakman, kerndocent van een programma 'Business Innovatie en Dienstverlening' stelt dat het begint met het creëren van een sterk businessmodel. En een goed businessmodel moet minimaal voldoen aan de volgende voorwaarden: 1) een uniek concept, duurzaam en met toegevoegde waarde voor de doelgroep; 2) bedrijfsprocessen die als een geoliede machine zijn en als een geheel bijdragen aan de doelstellingen van de organisatie; 3) technologie die het mogelijk maakt om klanten een persoonlijk aanbod te kunnen doen. Een tweede advies is dat de organisatie een klant moet weten te raken. De doelgroep moet gericht aangesproken worden met een uniek aanbod. Onlinedienstverlening is vaak anoniem maar mensen willen juist een persoonlijke benadering. Wat weet je van je klanten en hoe kan je hen op basis van die kennis optimaal van dienst zijn? Varieer met producten voor specifieke klantprofielen. Ga bewust om met klantgegevens en informeer consumenten correct wat dat heeft voordelen voor bedrijf en klant. Een derde advies van dr. Kwakman is: 'maak aanbod transparant en toegankelijk. Vertaal abstracte dienstverlening naar een concreet product. Voor een leek kunnen diensten ongrijpbaar zijn. Een klant wil weten: 'wat levert dit mij op?' Biedt je diensten bij voorkeur aan op basis van 'no cure no pay' (performance based). Of, wat beter is, stel basisinformatie gratis beschikbaar bijvoorbeeld via een website. RMD

Belang van KKF-registratie:

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

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

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

Douane koersen

M.i.v. 17/12/2020 en tot nader order

Geldsoort	Aankoop	Verkoop
USD	14,018	14,290
EUR	17,080	17,420
GBP	18,989	19,366
ANG	7,699	7,852
AWG	7,784	7,939
BRL	2,742	2,796
TTD	2,061	2,102
BBD	6,907	7,044
XCD	5,190	5,293
PER 100 GYD	6,657	6,790
CNY	2,146	2,188

De ONE STOP WINDOW (OSW)

U kunt er o.a. terecht voor het opmaken van vergunningsaanvragen, waardoor u kostbare bedrijfstijd efficiënter kunt inzetten. Het betreft aanvragen van nieuwe vergunningen of van verlengingen van eerder verkregen vergunningen. U krijgt van ons ook een tijdige reminder voor het expireren van uw vergunningsgeldigheid.

Het verzamelen van de benodigde documenten wordt door de One Stop Window overgenomen, waarna de aanvragen bij de diverse instanties w.o. de Districtscommissariaten en de diverse Ministeries worden ingediend. Het proces, welke bij deze instanties op gang wordt gebracht, wordt ook door deze afdeling gemonitord.

Raadpleeg ook www.surinamechamber.com voor de benodigdheden voor de aanvraag van een vergunning.

KKF Vestingen

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	Brownsweg, 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.

Ontspannen leven in Hier & NU

Energiepsychiatrie legt de nadruk op het belang van leven in het 'Hier & Nu'. Deze bewustzijnstoestand is een krachtig schot dat onze intuïtie raakt door het versterken van de band met je lichaam en de omgeving. In het NU beweeg je je met een goed gevoel door het eeuwig HEDEN, lichamelijk en emotioneel en springlevend. Buiten het Hier & Nu ben je verdoofd, afgeleid en gevangen in je hoofd. Woorden van Dr. Judith Orloff, een gerenommeerd psychiater.

Het jaar 2020 loopt ten einde en mild uitgedrukt is het geen gemakkelijk jaar geweest. De Covid-19 pandemie en haar verwoestende effecten op de samenlevingen en het bedrijfsleven wereldwijd alsmede andere crises lokaal en internationaal hebben de kwetsbaarheid van de mensheid snoeihard blootgelegd. Het spiritueel advies: "Leef in het Hier & Nu" is door dit alles het overwegen alleszins waard. Observeer de meesters van het moment. Om de kracht van het NU intuïtief te begrijpen moeten wij de mensen die erin leven observeren. Hierdoor raken we intuïtief in harmonie met hun vibraties. Baby's en kleine kinderen leven van nature in het NU en zijn wezens voor wie verleden of toekomst niet bestaat. Kijk naar spelende kinderen en laat hen onze leermeesters zijn van tegenwoordigheid van geest en verwondering. Observeer ook creatieve mensen voor wie het moment alles is en dompel je onder in die eeuwige vibraties. Niets helpt beter dan je ademhaling te volgen om je tijdens een drukke dag terug te brengen in het heden. In veel talen is het woord voor geest en ademhaling hetzelfde: Latijn spiritus, Hebreeuws ruach, Grieks pneuma en in het Sanskriet prana. Het wonder van ademhaling is zuurstof inademen en giftige koolstofdioxide uitademen en de energie van je levenskracht in je opnemen. Adem voortaan bewust. Het verankert je stevig in je lichaam en het kalmeert je gedachten. Kies een mantra waarmee in het NU kunt terugkeren. Mantra betekent 'dat wat je beschermt tegen negatieve energie. Mantra's die velen gebruiken zijn: OM (AUM), SHALOM. Zen Boedhisten gebruiken de Ko-an 'Indien niet NU wanneer dan wel?' En zo zijn er meer. Mary Oliver schreef het volgende: 'When it's over, I want to say: all my life I was a bride married to amazement. I was the bridegroom, taking the world into my arms. I don't want to end up simply having visited this world.' Twee vijanden van het NU zijn workaholicisme en technowanhoopt. Dit laatste is de burn-out die ontstaat omdat je een slaaf bent van e-mails, piepers, fax en telefoon. Voorts zijn er zorg, angst en andere emoties die het heden verdoven. Oorzaken van workaholicisme zijn: neiging alles te controleren, eenzaamheid, gevoel van eigenwaarde afhankelijk maken van je prestaties, ambitie, masochisme, financiële druk, hebzucht, innerlijke slavendrijver, omstandigheden in het gezin. Leven in het NU is bewust zijn van het gegeven dat elke dag nieuw is en geen voortzetting van de voorbije dag. Sjuw gisteren niet meer mee naar vandaag want daarmee verspilt je kostbare NU-momenten die anders vol nieuwe mogelijkheden en kansen zijn. RMD

Karakter en bekwaamheid

Bij leiderschap gaat het erom wie iemand is (karakter) en wat die persoon kan doen (bekwaamheid). Leiders benoemen zichzelf niet want leiderschap kan niet worden opgedrongen. Alleen autoriteit kan worden opgedrongen; maar zelfs dat, niet voor lang. Leiderschap is immers gebaseerd op wederzijds vertrouwen, respect en communicatie. Ware leiders grijpen niet onnodig in maar hun aanwezigheid is wel voelbaar. Hun taak is niet de vooruitgang van anderen te bepalen maar om die gemakkelijker te maken zodat de anderen uiteindelijk kunnen zeggen: 'we hebben het zelf gedaan'. Vaak is onze perceptie van een leider iemand die zeer zichtbaar is; een speciaal en zeldzaam individu dat we op een voetstuk plaatsen en er weer afgooien als onze verwachtingen veranderen of we de dingen anders gaan zien. Een echte leider treedt echter niet altijd in het voetlicht maar blijft meer op de achtergrond. Je bent pas een ware leider wanneer jouw mensen je als zodanig ervaren en erkennen en om een leider te zijn moet je een aantal belangrijke karaktertrekken hebben ontwikkeld. Je moet je van binnenuit 'inside-out' hebben ontwikkeld. Hoe meer je je ego onderwerpt, hoe meer je een ware leider kunt zijn. Een gematigd ego toont karakter en wijsheid. Egocentrische leiders hebben vaak superster allures; de leraar wordt belangrijker dan de lessen. Het doel van leiderschap is om het potentieel van anderen naar boven te halen en begeleiding te bieden. Succesvol leiderschap betekent dat je een missie zodanig overbrengt dat het voor anderen begrijpelijk is. De echte leider kan zijn mensen dusdanig verzelfstandigen dat ze met succes naar een gezamenlijk doel kunnen toewerken. Deze leider is effectief en straalt energie uit want energie komt vanzelf als je van je doel houdt. Effectief leiderschap is gebaseerd op universele principes. Belangrijke factoren hierbij zijn: gedeelde waarden, een inspirerende visie en missie, verzelfstandiging, planning, teambuilding en doorlopende studie voor het ontwikkelen van karakter en bekwaamheid.

Missie verklaring

Niet alleen voor bedrijven, instituten en andere organisaties, maar ook voor de individuele mens is het hebben van een missieverklaring belangrijk. Een persoonlijke missieverklaring dus. De missieverklaring van een bedrijf moet de reden van het bestaan van het bedrijf tot uitdrukking brengen en hoort de leidende kracht te zijn die iedereen in het bedrijf verenigt en voortdrijft. Een persoonlijke missie draagt de passie van je eigen visie met zich mee en niet die van een ander, anders is het geen persoonlijke missie. In het leven gaat het om je persoonlijke missie. Twee factoren spelen hierbij een rol: 1) je moet een visie hebben m.b.t. jezelf en je toekomst en 2) je moet je normen en waarden duidelijk maken. Je missieverklaring (MV) moet eenvoudig genoeg zijn om te onthouden en regelmatig over na te denken. In je MV hoeft je niet aan te geven 'hoe' je die missie wilt volbrengen. Het doel van je MV is je warden en overtuigingen uit te drukken en ze richting te geven. De MV is niet besteed voor concrete plannen; zij is bedoeld voor richtlijnen, niet voor doelen. De krachtigste MV's zijn gebaseerd op van universele principes afgeleide waarden, die het meest diepgaande in je afspiegelen. "In jouw MV staat wat belangrijk voor je is en het verleent je de inspiratie om je daaraan te wijden. Een missie geeft je leven een doel. Jouw MV zal de essentie zijn van waarom je doet wat je doet. Mensen die geen missie hebben, hebben over het algemeen alleen materialistische doelen. En wanneer hun doel bereikt is, is de reactie vaak: is dat nu alles? Is er echt niet meer?" Dit zegt Colin Turner. Hij is een internationale autoriteit op het gebied van persoonlijke ontwikkeling die trainingen geeft aan bedrijven over de hele wereld. Op zijn naam staan twee bestsellers: Het Eureka Principe en Zwemmen met de piranha's. Zijn advies is: "Wordt je bewust van de bron van je denken en handelen; verhoog je creativiteit door jezelf te zijn; ontwikkel je persoonlijke roeping en leer het maximale uit je leven te halen". Hoe meer je jezelf bent, hoe meer je ervoor openstaat door te krijgen wat je moet doen. En tenzij wij bewust de tijd nemen om vast te stellen wat belangrijk is in ons leven, gehoorzamen we automatisch aan een programma dat het resultaat is van onze ervaringen in het verleden. "Doelen en actieplannen komen het best tot ontwikkeling binnen het kader van een missie die je tot leidraad dient," zegt Colin Turner.

CITAAT

"Alles draait om het vermogen voortdurend nieuwe kennis, expertise en vaardigheden te genereren. Het leertempo van een organisatie moet groter zijn dan of gelijk zijn aan de snelheid van veranderingen waarmee zij wordt geconfronteerd." (Reg Evans)