



CIKLI I DYTË – STUDIME POSTDIPLOMIKE

TEZË MASTERI

“RELIGJIONI SI VARIABËL EKSPLORUESE E ORIENTIMIT NDËRMARRËS”

KANDIDATI:

FITORE ABDULI

MENTORI:

PROF. DR. VELAND RAMADANI

TETOVË, QERSHOR 2020

DEKLARATË NDERI

Unë, Fitore Abduli, studente në studimet e masterit në Fakultetin e Biznesit dhe Ekonomisë, pranë Universitetit të Evropës Juglindore, vërtetoj se unë jam autori i vetëm i këtij punimi dhe se i njejti përfshinë hulumtim origjinal. Të gjitha burimet sekondare janë cituar në mënyrë të duhur dhe nuk është shkelë e drejta dhe kontributi i autorëve tjerë.

Tetovë, 01.07.2020

Fitore Abduli

MIRËNJOHJE

Punimi i magistraturës i ngjason një udhëtimi, gjatë të cilit shpesh herë ndien shpresë dhe optimizëm për të ecur përpara, dhe herë vështirësi që të duken të pakalueshme.

Dëshiroj të falenderoj të gjithë bashkpëpunëtorët dhe miqtë e mi më të mirë pa ndihmën e të cilëve do e kisha të vështirë ta arrija.

Falenderoj Prof. Dr. Veland Ramadani që tregoi përkushtim dhe profesionalizëm për të më ndihmuar. Falë këshillave, motivimit dhe besimit që më dha, sot së bashku kemi arritur në fund të këtij hulumtimi.

Falenderoj edhe antarët e komisionit, Asoc.Prof.Dr. Jusuf Zekiri dhe Asoc.Prof.Dr.Gadaf Rexhepi, për bashkëpunimin dhe durimin që treguan përgjatë periudhës së realizimit të këtij hulumtimi.

Gjithmonë i lëmë për në fund, por jo për nga rëndësia dhe vlerat që mbartin. Me zemër falenderoj familjen time, që më mirëkuptuan në çdo moment duke ma bërë më të lehtë përfundimin e këtij hulumtimi. Gjithashtu falenderoj te fejuarin tim Iljaz Murati i cili me motivoi dhe me perkrahu gjate gjithë kohës për finalizimin e punimit.

PËRMBAJTJA

ABSTRAKT	5
KAPITULLI I - HYRJE	8
1. Arsyetimi i tezës	8
2. Rëndësia teorike dhe praktike e temës	11
3. Pyetje Hulumtuese	11
4. Metodologjia e hulumtimit	12
5. Plani i prezantimit të materies	14
KAPITULLI II - RISHIKIMI I LITERATURËS	15
2. Njohuritë dhe informacionet rreth rregullave dhe normave fetare në biznes - konteksti i sipërmarrjes dhe biznesit islam	22
2.1. Biznesi i ligjshëm (hallall) dhe i kundërligjshëm (haram)	25
2.2. Njohuritë, urtësia dhe ndërmarrësia	28
2.3. Identifikimi i mundësive	29
2.4. Risi (Inovacioni) dhe marrja e rrezikut	29
2.5. Menaxhimi i resurseve	30
2.6. Kamata dhe dispozitat për kamatën	30
2.7. Etika dhe përgjegjësia sociale	32
2.8. Vendimmarrja	32
2.9. Suksesi dhe shpërblimet	33
2.10. Mjedisi	33
2.11. Shitblerjet	33
3. Vlerësimi i ndërmarrësve për rolin dhe rëndësinë e parimeve fetare në ndërmarrje	37
4. Nxitja dhe zhvillimi i aktiviteteve ndërmarrëse në bazë të rregullave dhe normave fetare	40
KAPITULLI III – METODOLOGJIA E HULUMTIMIT	45
KAPITULLI IV – REZULTATET E HULUMTIMIT	46
KONKLUZA DHE REKOMANDIME	60

ABSTRAKT

Në këtë punim magjistrature me titull “Religjioni si variabël eksploruese e orientimit ndërmarrës” ka për qëllim të trajtoj sjelljen ndërmarrëse të individëve të konfeksionit Islam në Republikën e Maqedonisë së Veriut. Ky studim synon të sigurojë njohuri mbi dimensionin dhe konceptin e qëllimeve ndërmarrëse nga një perspektivë Islame mbi ndërmarrësit muslimanë në Maqedoninë e Veriut.

Edhe pse shkenca dhe teknologjia, investimet dhe burimet natyrore janë faktorë që ndikojnë në zhvillimin e ekonomisë, feja gjithashtu konsiderohet si një element i rëndësishëm në formimin etikës së punës së komunitetit dhe në formimin e ekonomisë së një vendi. Kombinimi i faktorëve etikë, socialë, mjedisorë dhe ekonomikë janë themeli i arritjes së biznesit në Islam.

Përveç aspektit teorik të shqyrtimit të literaturës, punimi përmban edhe hulumtimin empirik. Hulumtimi i bërë përmes pyetësorit (i shpërndarë në formë elektronike) duke anketuar individët që meren me biznese në Republikën e Maqedonisë së Veriut. Pyetësori përfshinte 19 pyetje duke filluar nga ato më të përgjithshme dhe specifike të cilat i japin përgjigje pyetjeve kerkimore të ngritura ne punim. Duke pasur parasysh natyrën e individëve që meren me biznes dhe qasjen e pjesës më të madhe të tyre në kësioj hulumtimesh. Pyetësori ishte i përbërë nga pyetje të mbyllura, duke kërkuar nga përfaqësues të bizneseve të zgjedhin mes alternativave.

Rezultatet e fituara nga hulumtimi japin pasqyrë rreth asaj se si ndikon religjioni në performancën e bizneseve.

Fjalët kyçe: Religjioni, ndërmarrsia, Islami, etika përgjegjësia sociale.

ABSTRACT

In this master's thesis entitled "Religion as an exploratory variable of entrepreneurial orientation" aims to address the entrepreneurial behavior of individuals of the Islamic denomination in the Republic of Northern Macedonia. This study aims to provide knowledge on the dimension and concept of entrepreneurial goals from an Islamic perspective on Muslim entrepreneurs in Northern Macedonia.

Although science and technology, investment and natural resources are factors that affect the development of the economy, religion is also considered an important element in shaping the work ethic of the community and in shaping the economy of a country. The combination of ethical, social, environmental and economic factors are the foundation of achieving business in Islam.

In addition to the theoretical aspect of literature review, the paper also contains empirical research. Research conducted through the questionnaire (distributed in electronic form) by surveying individuals dealing with businesses in the Republic of Northern Macedonia. The questionnaire included 19 questions ranging from the most general and specific ones which answer the research questions raised in the paper. Given the nature of the individuals involved in the business and the access of most of them to such research, the questionnaire consisted of closed-ended questions, asking business representatives to choose between alternatives.

The results obtained from the research provide insight into how religion affects the performance of businesses.

Keywords: Religion, entrepreneurship, Islam, ethics, social responsibility.

АПСТРАКТ

Во овој магистерски труд под наслов „Религијата како истражувачка варијабла на претприемачката ориентација“ има за цел да се осврне на претприемничкото однесување на поединците од исламската религија во Република Северна Македонија. Оваа студија има за цел да обезбеди информации за димензијата и концептот на целите на претприемништвото од исламска перспектива за муслиманските претприемачи во Северна Македонија.

Иако науката и технологијата, инвестициите и природните ресурси се фактори кои влијаат на развојот на економијата, религијата исто така се смета за важен елемент во обликувањето на работната етика на заедницата и во обликувањето на економијата на една земја. Комбинацијата на етички, социјални, еколошки и економски фактори се основа за водење на одреден бизнис во Исламот.

Покрај теоретскиот аспект на прегледот на литературата, трудот содржи и емпириско истражување. Истражувањето е спроведено преку прашалник, дистрибуиран во електронска форма, во кое се опфатени лица кои се занимаваат со деловни активности во Република Северна Македонија. Прашалникот содржи 19 прашања, почнувајќи од најопштите до специфичните аспекти, поврзани со темата на истражување. Со оглед на природата на лицата вклучени во бизнисот и пристапот на повеќето од нив до ваквите истражувања, прашалникот се состоеше од затворени прашања, барајќи од претставниците на деловните субјекти да изберат алтернативи.

Резултатите добиени од истражувањето даваат увид во тоа како религијата влијае врз перформансите на деловните активности.

Клучни зборови: Религија, претприемништво, Ислам, етика, општествена одговорност.

KAPITULLI I - HYRJE

1. Arsyetimi i tezës

Dekadave të fundit, mjaftë autorë ndërkombëtar dhe vendas janë përpjekur të studiojnë lidhshmërinë në mes religjionit dhe ndërmarrësisë. Në këtë punim magjistrature do të përpiqemi ta trajtoj këtë korelacion, duke u bazuar në sjelljen ndërmarrëse të individëve të konfesionit Islam në Republikën e Maqedonisë së Veriut.

Ndërmarrësia është pjesë e mënyrës së jetesës në Islam, e cila ka mënyrën e vet e të bërit biznes, duke u bazuar në Kur'anin e Shenjte dhe Hadithin e te derguarit, Muhammedit a.s.

Në Islam, qëllimi është një faktor i rëndësishëm në identifikimin e motivimit të dikujt dhe karakteristikat në krijimin e aktiviteteve ndërmarrëse. Ky studim synon të sigurojë njohuri mbi dimensionin dhe konceptin e qëllimeve ndërmarrëse nga një perspektivë Islame mbi ndërmarrësit muslimanë në Maqedonin e Veriut.

Religjioni në thelb është një grup rregullash që rregullon marrëdhëniet midis njerëzve dhe Zotit, njerëzve dhe miqëve të tyre, njerëzve dhe mjedisit. Edhe pse shkenca dhe teknologjia, investimet dhe burimet natyrore janë faktorë që ndikojnë në zhvillimin e ekonomisë, feja gjithashtu konsiderohet si një element i rëndësishëm në formimin etikës së punës së komunitetit dhe në formimin e ekonomisë së një vendi.

Në veçanti Islami është një fe që inkurajon aktivitetet ndërmarrëse. Islami si fe thekson rëndësinë e të qenit të angazhuar në aktivitetet e biznesit që të përmirësojë shoqërinë në tërësi dhe ka për qëllim të zvogëlojë aktivitetet që mund të dëmtojnë shoqërinë. Kombinimi i faktorëve etikë, socialë, mjedisorë dhe ekonomikë janë themeli i arritjes së biznesit në Islam.

Islami është një nga fetë që përpiqet t'i inkurajojë njerëzit të jenë ndërmarrës. Islami i inkurajon njerëzit që të qëndrojnë gjithmonë në kërkim të mirësive të Allahut xh.sh. Ndërmarrësia është një faktor që mund të ndryshojë problemet ekonomike të çdo vendi.

Megjithëse Islami miraton duke punuar për të tjerët për pagë fikse, ai inkurajon dhe stimulon muslimanët të fillojnë ndërmarrjen si opsionin e preferuar për të fituar të ardhura hallall.

Në Kuranin e shenjtë shkruan:

“Hani nga ajo që All-llahu ju furnizoi si hallall të mirë dhe, duke qenë se ju All-llahut i besoni, ruajuni dënimit të Tij”! (Kur’an, El Maide:88).

Islami përfshin të gjitha aspektet e jetës e njeriut, po ashtu edhe aspektin material dhe atë shpirtëror. Islami është feja e fundit, e cila nuk lë pas dore asnjë aspekt të jetës njerëzore, prandaj dhe mesazhi i saj është gjithëpërfshirës, si politik ashtu dhe social-ekonomik.

Përderisa Islami është një fe me program të plotë, që gjen zgjidhje për të gjitha problemet dhe krizat, sidomos ato ekonomike, të cilat ishin të kufizuara në periudhën e parë të ardhjes së Islamit për shkak të një ambienti të varfër që mbizotëronte në atë kohë, karakterizohet nga veprimtari të thjeshta ekonomike siç ishte blegtoaria, tregtia dhe për shkak të një ndërgjegjësimi të fortë fetar të rrënjësuar fort në zemra, ishte shumë e vështirë që të gjeje njerëz që mashtronin, manipulonin apo që të krijonin monopole.

Me kalimin e kohës marrëdhëniet ndërnjerëzore u zgjeruan dhe lulëzoi tregtia dhe industria. Shoqëritë u hapën me njëra-tjetrën, duke sjellë si pasojë dobësimin e ndërgjegjes fetare dhe besimin tek Allahu xh.sh. Kjo solli edhe përhapjen e mashtrimit, hileve dhe manipulimin në marrëdhëniet ndërnjerëzore. Nga ana tjetër dolën në pah problematika më të ndërlikuara ekonomike, të cilat ndryshonin kryekëput nga problematikat që kishin përjetuar muslimanët e shekujve të parë, siç janë kompanitë moderne, tregu i aksioneve, marrëdhëniet bankare etj, shtu këtu edhe nevojën e madhe për të vendosur disa norma në transaksionet mes njerëzve dhe marrëveshjeve që kryenin me njëri-tjetrin, në mënyrë që të shuhej kontradiktat dhe mosmarrëveshjet mes tyre. E gjitha kjo bëri që dijetarët të kujdesen me studimin e kësaj shkence, të kërkonin rreth çështjeve të ndryshme në të dhe të trajtonin problematikat që haseshin. Shkenca e ekonomisë islame u shfaq vetëm në mesin e dytë të shekullit XX, si pasojë e dëshirës për të ngritur një sistem ekonomik modern, që ruan identitetin e vendeve islame, që realizon interesat e këtyre vendeve dhe t’ua rikthente fuqinë pas rrëzimit të Perandorisë Osmane.

Prej këtu kemi pikënisjen e ekonomisë islame, si një shkencë e pavarur, ku specialistët e fushës janë marrë seriozisht me botimin e librave, publikimin e studimeve dhe diskutimin e mendimeve, në mënyrë që të na e servojnë neve sot termet e shkencës së ekonomisë islame.

Sistemi ekonomik islam ka edhe objektiva hyjnore duke siguruar plotësimin e nevojave njerëzore dhe duke ofruar nevojat më emergjente të njeriut, si dhe duke siguruar kufirin e vetëmjaftueshmërisë, që i përshtatet nevojave të tij, në mënyrë që njeriu të bëjë një jetë të mirë, ku realizohet plotësimi i nevojave materiale dhe ato shpirtërore pranë njëra-tjetrës, pra në ndryshim me sistemet e tjera njerëzore, të cilat nuk kanë qëllim tjetër veç përmbushjes së nivelit më të lartë të materializmit pa marrë parasysh ngopjen shpirtërore dhe që kanë si qëllim përmbushjen e epsheve dhe përfitimin material, duke lënë pas dore anët morale dhe shpirtërore.

Komercialistët kanë si qëllim kryesor mbledhjen e një sasive sa më të madhe të arit, natyralistët kanë si qëllim përfitimin maksimal nga pasuritë bujqësore, duke neglizhuar industrinë dhe tregtinë, ndërsa kapitalistët kanë si qëllim kryesor përmbushjen e dëshirave pa marrë parasysh nëse kjo arrihet përmes hallallit apo haramit. Nga ana atjetër marksistët kanë qëllime plotësisht materialiste, të cilat vihen në funksion të komunizmit ateist dhe nuk kanë asnjë hapësirë për programet hyjnore, vlerat morale dhe botëkuptimet njerëzore.

Sistemi ekonomik Islam i nënshtrohej dy lloje të kontrollit, atij njerëzor dhe vetëkontrollit.

Kontrollin njerëzor ne e kemi vënë re pas emigrimit të Profetit a.s. në Medinë, ku ai vetë dille për të kontrolluar tregjet dhe pas çlirimit të Mekës ai dërgonte njerëz, që të kontrollin tregjet atje. Prej këtu u njoh edhe funksioni i kontrollorit të tregut, përkrah funksionit të urdhërimit për të mirë dhe ndalimit të së keqes.

Vetëkontrolli ka të bëjë me individin se si ai iu përmbahet rregullave fetare, në lidhje me çfarë ka lejuar dhe ka ndaluar Zoti.

Në fillimet e shekullit XX dolën në pah shkolla ekonomike, të cilat i përhapën fuqitë e mëdhaja, përmes të cilave synonin marrjen dhe pushtimin e pasurive të popujve, ku më të njohurat janë sistemi kapitalist dhe ai komunist. Përsa i përket sistemit islam, ai pësoi një zbehje për shkak të pushtetit të fuqive të mëdha mbi vendet islame, ku si rrjedhojë dispozitat islame u mbajtën larg zbatimit dhe jetës së njerëzve.

Sistemi ekonomik Islam është një sistem perfekt, i cili nuk qëndron vetëm në kufirin e asaj që ekziston aktualisht, por kujdeset gjithashtu edhe për çfarë duhet të ekzistojë në të ardhmen.

Ky sistem i përmbahet normave të legjislacionit islam në të gjitha transaksionet, që kryhen brenda ekonomisë.

2. Rëndësia teorike dhe praktike e temës

Rëndësia praktike dhe teorike e tezës në fjalë është që të shpjegoj rëndësinë e punës së ndërmarrjeve tona në bazë të parimeve fetare në përgjithësi dhe përshtatja e bizneseve tona sipas rregullave dhe normave fetare në veçanti të Islamit.

Do të tentohet që të:

- Analizohet mënyrat e grumbullimit të njohurive dhe informacionit rreth Islamit në biznes në fazat e ndryshme të zhvillimit të tyre, si dhe do të analizojmë karakteristikat dhe ndikimin e iniciativës së ndërmarrësve të bazuara në Kur'an dhe Hadith.
- Të tregohet dhe analizohet suksesi i një ndërmarrësve të cilët bazohen dhe praktikojnë rregullat dhe normat fetare në biznes.
- Pra, nëpërmjet këtij punimi do të mundohemi të identifikojmë rëndësinë që ka feja Islame në ndërmarrjet tona si një alternativë dhe përvojë e mirë e menaxhimit të biznesit bazuar në Islam.

3. Pyetje Hulumtuese

Në këtë propozim tezë të magjistraturës pretendojmë t'i shtrojmë këto pyetje hulumtuese:

1. Sa bizneset në vendin tonë kanë njohuri dhe u përmbahen rregullave dhe normave fetare?
2. Sa përdoren resurset e ndërmarrjes në bazë të parimeve fetare në bizneset tona?

3. Si mund të ndikojnë dispozitat religjioze në përmirësimin e kualitetit të shërbimeve në biznes?
4. Si mund të funksionojë një kompani e cila në përgjithësi u përmbahet rregullave dhe normave fetare?
5. Si e vlerësojnë ndërmarrësit tanë rolin dhe rëndësinë e aspekteve fetare?
6. Cfarë mund të ndikojë në nxitjen dhe zhvillimin e aktiviteteve ndërmarrëse në bazë të rregullave dhe normave të parapara në Islam?

4. Metodologjia e hulumtimit

Për të vërtetuar hipotezën dhe për të përmbushur objektivat e këtij studimi kam përdorur një metodologji punë komplekse dhe të gërshetuar. Në vijim po përpiqem të bëj një përmbledhje të metodologjisë së punës për realizimin e kësaj teme.

Fillimisht kam shfrytëzuar literaturën ekzistuese, botime shqiptare dhe të huaja lidhur me pozitën e fesë Islame në ndërmarrjet e R. së Maqedonisë së Veriut. Njohja me literaturën ekzistuese ka shërbyer për të kuptuar problemin, studimet e bëra deri më tani dhe disa gjetje të rëndësishme që janë aktualisht të përmendura në literaturë, probleme që lidhen me tabu apo nevojën për studime të tjera të mëtejshme për të vërtetuar situatën, ndikimi që kanë paragjykimet apo stereotipet në vlerësimin praktik të Islamit në ndërmarrjet tona si dhe nevojën për ndryshime në qëndrime, vlera, norma dhe politika në shoqërinë shqiptare. Njohja me literaturën krijoi mundësinë për të konceptuar temën, përmbajtjen e saj si dhe për të përcaktuar instrumentin e kërkimit, në këtë rast pyetësi si një mënyrë për të mbledhur të dhëna drejtpërsëdrejti.

Burimet e ndryshme të literaturës mundësuan prezantimin e respektimit të rregullave dhe normave islame në suksesin e bizneseve. Në funksion të përdorimit të burimeve dytësore (pra të dhënave të grumbulluara nga autorë të tjerë) kam grumbulluar të dhëna, shifra, fakte nga zyrat e statistikave dhe administrata shtetërore. Përdorimi i burimeve dytësore të kërkimit (literaturës ekzistuese) ka qenë një nga teknikat e përdorura në studim.

Në një stad të mëtejshëm të kërkimit, kam përgatitur instrumentin e pyetësorit për të siguruar burimet primare (ndërmarrjet).

Kjo teknikë ka ndihmuar të grumbullojmë të dhëna dhe të provoj hipotezën e ngritur. Të dhënat e grumbulluara janë sasiore por ato më kanë mundësuar një interpretim cilësor, mbështetur në përshtypjet dhe informacionin e mbledhur gjatë anketimit.

Teknika e shfrytëzimit të burimeve dytësore e kombinuar me teknikën e grumbullimit të të dhënave parësore ma kanë krijuar mundësinë për të nxjerrë disa konkluzione dhe rekomandime që i vlejné mjedisit për të përmirësuar statusin e ndërmarrjeve dhe funksionimin e tyre në bazë të rregullave dhe normave Islame me shpresën se kjo do t'i shërbejë emancipimit dhe evropianizimit të shoqërisë në tërësi.

Nga instrumentet metodologjike që do të përdoren janë metodat e mëposhtme:

1. *Metoda e analizës dhe sintezës* - kjo metodë do të përdoret për prezantim logjik të objektit të hulumtimit, pra problemet dhe perspektivat e ndërmarrjeve të vogla dhe të mëdha në baza të fesë Islame, si dhe nxjerrjen e konkluzioneve përfundimtare në lidhje me rëndësinë e saj për realizimin e objektivave të kompanisë.
2. *Metoda e induksionit dhe deduksionit* - kjo metodë do të përdoret për të ardhur deri te konkluzionet dhe rekomandimet lidhur me këtë çështje, pastaj duke filluar nga testet me detaje dhe hollësitë në lidhje me këtë çështje, si dhe identifikimin e disa detajeve të panjohura në bazë të fakteve që janë të njohura në përgjithësi ose të bazuar në diçka që është supozuar.
3. *Metoda e intervistimit dhe anketimit* - kjo metodë do të përdoret në analizën e situatës së ndërmarrjeve, respektivisht për t'i njohur specifikat, përfitimet dhe

kufizimet, si dhe problemet që hasin gjatë procesit të implementimit të parimeve islame në biznes.

5. Plani i prezantimit të materies

Aspekti teorik, respektivisht pjesa e rishikimit të literaturës do të fokusohet në keto tema:

- 1. Religjioni dhe ndërmarrësia**- do të japim një defimin të përgjithshëm të ndërmarrësisë, karakteristikat dhe tiparet e saj, fazat e zhvillimit të ndërmarrësisë dhe lidhjen e tyre me metodat e financimit në bazë të rregullave normave Islame në R.e Maqedonisë së Veriut.
- 2. Njohuritë dhe informacionet rreth rregullave dhe normave fetare në biznes** - do të analizojmë mënyrat e grumbullimit të njohurive dhe informacionit rreth Islamit në biznes në fazat e ndryshme të zhvillimit të tyre, duke filluar që nga lindja e biznesit dhe deri në fazën e pjekurisë, si dhe do të analizojmë karakteristikat dhe ndikimin e këtyre fondeve në iniciativën ndërmarrësi, gjithashtu do të bëjmë dhe krahasimin e këtyre mënyrave të financimit.
- 3. Vlerësimi i ndërmarrësve tanë për rolin dhe rëndësinë e parimeve fetare në ndërmarrje** - do të bëhet definimi i tregut të burimeve tona fetare, karakteristika dhe rëndësia ekonomike e tyre, gjithashtu do të analizojmë kërkesën dhe ofertën e burimeve të financimit si dhe hendekun e tregut të financimit në ndërmarrjet Islame.
- 4. Nxitja dhe zhvillimi i aktiviteteve ndërmarrëse në bazë të rregullave dhe normave fetare** - do të analizojmë nxitjen dhe zhvillimin e aktiviteteve ndërmarrëse tek ne dhe krahasimin me vende të ndryshme të botës, do të analizojmë rëndësinë e Islamit thithjen e fondeve për zhvillimin e ndërmarrësisë, historikun e zhvillimit të tyre, hapat që duhet të ndërmarrë një vend për zhvillimin e këtyre fondeve, dhe në fund do të ndalemi në vendin tonë, për të kuptuar nëse është ndërmarrë ndonjë hap për zhvillimin e kësaj forme si dhe cka duhet të ndërmarrë vendi ynë për të inkurajuar dhe zhvilluar këtë mënyrë të funksionimit të biznesit.

KAPITULLI II - RISHIKIMI I LITERATURËS

1. Religjioni dhe Ndërmarrësia

Ndërmarrësia është "ndjekja e mundësive pa marrë parasysh burimet e kontrolluara aktualisht" (Stevenson, 1983, fq. 1). Ndërmarrësia është një mundësi që kërkon veprimtari biznesi që përdoret nga individë, qeveri dhe shoqëri në të gjithë botën për të inkurajuar zhvillimin ekonomik. Si veprimtari biznesi- ndërmarrësia përqendrohet në inovacionin, menaxhimin e rrezikut, teknologjinë, rritjen e kapitalit dhe aktivitetin institucional. Ndërmarrësia ka qenë një interes i veçantë për studiuesit e përqendruar në zhvillimin e biznesit dhe planifikuesit e politikave publike. Kjo është për shkak të ndërmarrësisë që inkurajon inovacionet e tregut që janë thelbësore në botën gjithnjë e më komplekse të biznesit global (Ratten, 2014; Ramadani dhe Schneider, 2013).

Ndërmarrësia është një aktivitet, proces dhe koncept që përfshin krijimin e biznesit. Ndërmarrësit janë personat që angazhohen në këtë aktivitet biznesi, ata veprojnë si vendimmarrës për mënyrën sesi duhet të përparojë mundësia dhe koordinimi i burimeve për ta realizuar. Duke luajtur një rol mbikëqyrës, ndërmarrësit merren me vendime biznesi në lidhje me ndarjen e punës dhe kryerjen e veprimtarisë.

Ndërmarrësia është një proces i kërkimit dhe drejtimit, tejkalon thjesht gjetjen e mundësive të punësimit apo edhe përfshirjen në aktivitete themelore të ndërmarrjes. Kërkimi nënkupton eksplorimin e të panjohurës në mënyrë që të zbulohen horizonte të reja dhe të zbulohen mundësi të reja për përfitimin e njerëzimit. Një kërkim i tillë aktiv përfshin marrjen e rreziqeve dhe kërkon të menduarit inovativ të vetë ndërmarrësit.

Islami është fe e diturisë dhe tradita islamike ka përfshirë gjithnjë një qasje pozitive ndaj veprimtarisë ekonomike dhe vuri në dukje se Muhamedi a.s ishte një tregtar para misionit të tij profetik .

Një ndërmarrës duhet të besojë në Allahun xh.sh dhe të përpiqet në kërkimin e pasurisë për të përmirësuar veten e tij në bazë të parimeve Islame.

Islami në përgjithësi ka një qëndrim pozitiv ndaj ndërmarrësisë dhe të drejtave të pronësisë.

Feja formon shoqërinë duke i dhënë kuptim strukturave etike të një shoqërie.

Motivimi i ndërmarrësisë është hulumtuar jashtëzakonisht shumë dhe sugjeron që sjellja ndërmarrëse ti përgjigjet një sërë faktorësh shoqërorë, si dhe fesë.

Ndikimi i besimit fetar dhe institucioneve fetare po shfaqet si një element i pranuar për studim (Balog et al., 2014). Feja nuk mund të injorohet në vlerësimin e gamës së ndikimeve kulturore dhe institucionale që ndikojnë në veprimtarinë sipërmarrëse. Feja është një nga faktorët që përcaktojnë vlerat themelore dhe besimet e njerëzve.

Secila shoqëri ka kodin e vet të Sistemit të Vlerës, sipas së cilës individ i asaj shoqërie jeton dhe kjo është një sjellje e rënë dakord e asaj shoqërie dhe mbahet me respekt. Prandaj, formimi i vlerës së biznesit ndikohet gjithashtu nga faktorët socio-kulturore dhe personale të atij vendi.

Ndër këta faktorë janë mosha, përkatësia etnike, feja si dhe edukimi i individit (Alwis and Senathiraja, 2003; Isa and Shitu, 2015).

Dodd dhe Gotsis (2007) thanë që situata ekonomike mund të ndikojë në rolin e sipërmarrjes. Kjo është arsyeja që marrëdhënia midis sipërmarrjes dhe fesë është e ndryshme me kalimin e kohës duke iu nënshtruar situatës ekonomike dhe ambienteve shoqërore të ndikuara nga ndryshimet e tjera socio-kulturore si strukturat politike, ideologjitë dhe simbolika fetare në punë. Ata arritën në përfundimin se elementet individuale ndikojnë në vendimin për t'u bërë një ndërmarrës. Sipas gjetjeve të tyre nëse gjendja fetare është e lartë, sipërmarrësi do të prirej të përdorë më shumë argumente fetare në vendimet e tyre për sipërmarrje, edhe kur vendimi ka ndikimin negativ në interesin e tyre tregtar.

Parimet e fesë, për më tepër, janë më pak në diskutim sesa shumëllojshmëri të shumta të kontekstit kulturor të përfaqësuara nga spektri i plotë i vlerave dhe traditave shoqërore islamike (Carswell & Rolland, 2004; Greenblatt, 2010), dhe nga ata me të cilët ndërvepron. Ata sugjerojnë që ka një ndryshim të madh në botë në lidhje me pjesëmarrjen e ndërmarrjes për shkak të diversitetit etnik dhe fetar. Në atë mënyrë të gjitha fetë janë të kombinuara me një besim shoqëror dhe etik.

Gümüşay (2014) ofron një konceptim dhe qasje të ndryshme. Këtu, ndërmarrësia nga një këndvështrim Islam është përshtatur në mënyra specifike nga ndërmarrësia tjetër, duke u mbështetur në tre shtylla: *ndërmarrëse, socio-ekonomike / etike dhe fetare-shpirtërore*. Përsëri,

ideja është që Islami "formon" sipërmarrjen në të gjitha nivelet - megjithëse këtu nuk është bërë ndonjë përpjekje tepër e ndërlikuar për ta provuar këtë. Përkundrazi, Islami thuhet se është "fe ndërmarrëse" për aq sa "mundëson dhe inkurajon veprimtarinë ndërmarrëse".

Ndjenja e vëllazërimit krijon një lidhje dhe një ndjenjë uniteti në të cilën të gjithë punojnë së bashku si ekip. Puna bashkëpunuese brenda ekipit dhe midis ekipeve të Profetit Muhamed dhe epokën e shokëve të tij krijuan shtytës të fuqishëm për ndryshime inovative shoqërore. Bashkëpunimi është i nevojshëm për sipërmarrësit të nxjerrin zgjidhje inovative që tejkalojnë tradicionalet, dhe në të cilat individët janë mjetet kryesore për një transformim dhe inovacion të tillë. Ndërmarrësia prek të gjitha fetë dhe gjithashtu ekziston në kontekste të larmishme socio-kulturore, secila prej të cilave përfaqëson një simbol të sjelljes globale të ndërmarrjes (Valliere, 2008). Padyshim që feja prek vlera të caktuara personale si ndershmërinë, këmbënguljen, guximin dhe standardet e përgjithshme pozitive (Altimay dhe Wang, 2011).

Dana (2009) gjen mbështetje empirike për hipotezën se feja formon vlera dhe prandaj ndikon në qëndrimin ndaj ndërmarrjes. Fetë kanë tendencë ta vlerësojnë ndërmarrjen ndryshe. Në përputhje me këtë, ai argumenton në librin e tij (2010) se orientimi i vlerës së një grupi shoqëror mund të jetë një faktor i rëndësishëm për këtë ndryshim. Ai gjithashtu gjen ndikime të ndryshme fetare në modelet e një ndërmarrësi. Këto ndryshime përfshijnë rolin e parave, statusit, vendeve të punës etj. Gjithashtu sugjeron që ndërmarrësia formohet nga specializimi përgjatë linjave, gjen prova për rolin e komunitetit dhe lidhjeve. Për shembull, aftësia për të formuar rrjete kreditore për disponueshmërinë e parave, rrjeteve të punësimit ose rrjeteve të informacionit dhe rrjeteve të furnizimit. Në një farë kuptimi, një komunitet mund të shihet si një ekonomi e vogël në vetvete, duke u përpjekur të përdorë së pari fuqinë e tyre. Fetë ofrojnë mundësi për ndërmarrje sipas gjetjeve të Dana-s, por feja gjithashtu mund të pengojë zgjedhjen për t'u bërë ndërmarrës.

Gjatë historisë islame studiuesit muslimanë kanë shkruar në mësimet ekonomike të Islamit dhe zbatimi i tij në atë që tani të thihet si veprimtaria sipërmarrëse (Siddiqi, 1972; Khan, 1994).

Kurani (Fjala e Zotit), Suneti (praktikat e Profetit Muhamed), Fiku (Jurisprudenca islame), mendimi shoqëror dhe përvoja historike kanë shërbyer si baza islame për veprimtarinë ekonomike islame.

Ekzistojnë dy burime kryesore që formojnë bazën e mendimit islam: Kurani, thënjet dhe traditat e Profetit Muhamed (Hadithet) (Mutahhari, 1985).

Kurani është një libër udhëzim për muslimanët, fjala e mirëfilltë e Zotit.

Muslimanët duhet të ndryshojnë nga sipërmarrësit e tjerë në motivet dhe qëllimet e tyre. Sipërmarrësit e suksesshëm muslimanë duhet të kenë besim tek Allahu xh.sh.

Khan (1994) duke iu referuar një hadithi, thotë se: “Zoti, sipas këndvështrimit Islam, ka krijuar universin në dobi të të gjitha qenieve njerëzore. Zoti i ka vënë në dispozicion burimet e kësaj toke për njeriun që ka përgjegjësinë t'i përdorë ato, t'i formësojë ato dhe t'i transformojë ato sipas nevojave të tij. ”

Botëkuptimi Islam të cilin e ka paraparë Khan e vendos qartë njeriun në një rol aktivist në formësimin e fatit të tij. Njerëzit janë përgjegjës për ndjekjen e mundësive; pavarësisht nga burimet që ata kontrollojnë aktualisht, për të përmbushur nevojat e tyre.

Në Kur'an ka referenca të qarta për "punën" dhe "pasurinë".

“Burra ve ju takon hise nga ajo që fituan ata dhe grave gjithashtu ju takon hise nga ajo që fituan ato. All-llahut kërkoni nga të mirat e Tij. All-llahu është i dijshtëm për çdo send”. (En Nisa:32)

“Ne ju vendosëm në tokë dhe ju mundësuam jetesën (mjetet për të jetuar), e pak prej jush po falënderoni”. (El Araf:10)

“Dhe thuaj: "Veproni, All-llahu do ta shohë veprën tuaj, edhe i dërguari i Tij e besimtarët, e më vonë do të ktheheni te njohësi i të fshehtës dhe të dukshmes, e do t'ju njoftojë për atë që vepruat" (Teube:105).

Karakteristikat dhe virtytet e një ndërmarrësi të suksesshëm Musliman:

- Angazhimi në besim (I besueshëm)

Besimi është me të vërtetë i fortë kur individ i ka përkushtim ndaj Allahut xh.sh.

Profeti Muhamedi a.s dhe shumë nga shokët e tij të ngushtë ishin ndërmarrës të besueshëm dhe të suksesshëm. Transmeton Ebu Hurejra r.a se Profeti Muhamed ka thënë: “Mos e kini zili njëri tjetrin, mos e mashtroni njëri tjetrin në tregti, mos e urreni njëri tjetrin, mos ia ktheni shpinën njëri tjetrit, mos i ndërhyri njëri tjetrit në shitblerje por bëhuni robër të Allahut të vëllazëruar. Muslimani është vëlla i muslimanit, nuk i bën padrejtësi, nuk e tradhton, nuk e gënjen, nuk e ofendon. Profeti Muhamed theksoi në mënyrë të qartë rëndësinë e sipërmarrjes dhe inkurajoi muslimanët që të marrin pjesë në mënyrë aktive në biznes dhe aktivitete ndërmarrëse.

Kjo flet për standarde të larta që një person duhet të posedojë, për mënyrën e jetesës dhe gjithashtu vlera të tilla si ndershmëria, përgjegjësia, mbajtja e premtimeve etj.

- Vetëbesimi

Vetëbesim është thelbësor. Me vetëbesim, ju do të jeni në gjendje të përballeni me çdo situatë të dhënë (qoftë ajo pozitive apo negative) dhe do të jeni në gjendje të merreni me të, për të marrë rezultatin më të mirë të mundshëm.

Kur personat negativ duket se po e marrin më të mirën që keni, ju rrit nivelin e vetëbesimit tuaj për t’i dëshmuar se ata janë gabim.

- Njohuria

Ndërmarrësit duhet të kenë njohuri dhe aftësi në mënyrë që të jenë të suksesshëm. Ka shumë ndryshime që ndodhin në fusha të ndryshme dhe sipërmarrësit duhet të mësojnë rreth tyre dhe

në të njëjtën kohë të ndajnë njohuritë dhe aftësitë e tyre (të vjetra ose të reja) me të tjerët (Yusoff, 2002).

Profeti Muhamed gjithashtu ishte i përkushtuar për edukimin, për të siguruar rëndësinë e dijes dhe theksuar rrezikun e neglizhimit të saj. Profeti Muhamed inkurajoi veçanërisht ndjekësit e tij që të merrnin njohuri për fenë dhe ligjin. Gjithashtu u mësoi ithtarëve të tij të arsimuar që t'ua transmetojnë injorantëve.

Karakteristikat e ndërmarrësve musliman janë një pasuri e rëndësishme për të pasur arritje të larta në biznes. Vlera e dijetarit ndaj robit të devotshëm është si vlera e Hënës ndaj planeteve të tjera. Vërtet dijetarët janë trashëgimtarë të Pejgamberëve (Ebu Davudi dhe Tirmidhiu).

- Motivimi

Çdo aktivitet në jetë kërkon motivim pasi shërben si një udhëzues për të shkuar para. Shumica e njerëzve varen vetëm nga motivimi i jashtëm i cili deri diku është i mirë. Sidoqoftë, ndryshimi me sipërmarrësit e suksesshëm është se ata motivojnë veten e tyre dhe gjithmonë sigurohen që të kryejnë punën edhe në një ditë kur nuk ndihen të disponueshëm për të bërë punë.

- Të menduarit inovativ dhe kreativ

Një ndërmarrës gjithmonë duhet të “mendojë jashtë kutisë”. Të jetë i gatshëm për të krijuar dhe gjithashtu të shikoj një situatë negative dhe të jetë në gjendje të hartoj një plan pozitiv. Për të ndihmuar në lehtësimin e procesit kërkon mendim kritik dhe kreativ. Çfarëdo që të bësh në jetë duhet të përpiqesh gjithmonë të jesh më i miri, tregoni se keni një njohuri dhe ekspertizë të gjerë për të adresuar çdo situatë që hasni.

- Toleranca dhe zemërgjërësia

Toleranca e vërtetë mund të sjellë vetëm paqe dhe mirëqenie në shoqëri.

Xhabiri r.a tregon se Profeti Muhamed ka thënë: “ Allahu xh.sh e mëshiroftë atë njeri që është tolerant kur shet, kur blen dhe kur kërkon paratë e veta” (Sahih El-Buhari 2076).

- Orientimi në të Ardhmen

Një sipërmarrës i suksesshëm duhet të jetojë në të tashmen, por ta ketë në mendje të ardhmen. Puna drejt një të ardhme pozitive për të qenë në gjendje për të krijuar qëndrueshmëri duke qenë i suksesshëm.

Sipas Din (2007), ndërmarrësit fetarë muslimanë duhet të kenë këto karakteristika:

- T'i referohen Kur'anit të Shenjtë gjatë gjithë kohës
- Të falin namazin pesë herë në ditë
- Ta japin Zekatin
- Të japin sadaka për të varfërit dhe ata në nevojë
- Të falin namaz vullnetar apo namaz nate
- Të bëjnë lutje

Karakteristikat e një ndërmarrësi musliman të suksesshëm janë: "i mençur, inteligjent, ka një memorie të fortë, i ditur, kanë shumë përvojë, modestë, të ndershëm, të kujdesshëm, të drejtë dhe ka një vullnet të fortë" [Yaacob and Azmi, (2012), f .87].

2. Njohuritë dhe informacionet rreth rregullave dhe normave fetare në biznes - konteksti i sipërmarrjes dhe biznesit islam

Lexo me emrin e Zotit tënd, i cili krijoi (çdo gjë).

Krijoi njeriun prej një gjaku të ngjizur (në mitrën e nënës).

Lexo! Se Zoti yt është më bujari!

Ai që e mësoi (njeriun) të shkruajë me pendë.

Ia mësoi njeriut atë që nuk e dinte. (Kuran, El Alak:1-5)

Islami si fe fton të gjithë muslimanët të jenë aktiv dhe punëtorë, të cilat janë karakteristika të ndërmarrësve të suksesshëm. Islami inkurajon prosperitetin përmes përdorimit të saktë të burimeve të dhëna nga Zoti. Ndërmarrësia dhe biznesi në Islam zakonisht bazohen në këto parime: ndërmarrja dhe biznesi janë pjesë përbërëse e kësaj feje; suksesi nuk matet vetëm me rezultatin përfundimtar, por edhe me mënyrën e arritjes së tyre; Islami i inkurajon njerëzit të ndërmarrin biznes; veprimtaria e biznesit është pjesë e ibadetit ose “veprës së mirë”; parimet udhëzuese të sipërmarrjes dhe biznesit bazohen në Kur'anin e Shenjtë dhe Hadithin e Profetit (mësimet dhe traditat), etika dhe përgjegjësia sociale bazohen në sjelljen shembullore të Muhamedit a.s.

Dana (1995) theksoi rëndësinë e të kuptuarit të sipërmarrjes dhe biznesit në kontekstin e saj. Rëndësia e kontekstit u theksua së fundmi nga Ramadani dhe Schneider (2013) dhe Welter (2011). Fayolle (2013, fq.9-10) vuri në dukje se sipërmarrja dhe biznesi janë një objekt hulumtimi kompleks dhe shumëdimensional dhe në këtë drejtim konteksti duhet të konsiderohet si një variabël kyç. Nocioni i kontekstit përfshin- hapësirën vendndodhjen gjeografike, vendin, komunitetin, fenë, dimensionet kohore, dimensionet e biznesit (industria, tregu), ato sociale (rrjetet, familja dhe miqtë) dhe dimensionet institucionale (kultura, shoqëria, sistemi ekonomik, etj). Lewis dhe Churchil (2009) siç citohet në Pistrui dhe Fahed-Sreih (2010)- muslimanët si ndërmarrës janë duke kërkuar në mënyrë progresive të krijojnë biznese që janë në përputhje me parimet islame të jetesës, të njohura si ligji i Sheriatit, përkatësisht themelimin e ndërmarrjeve aktivitetet e të cilave janë hallall (të ligjshme), haram (të paligjshme). Edhe pse,

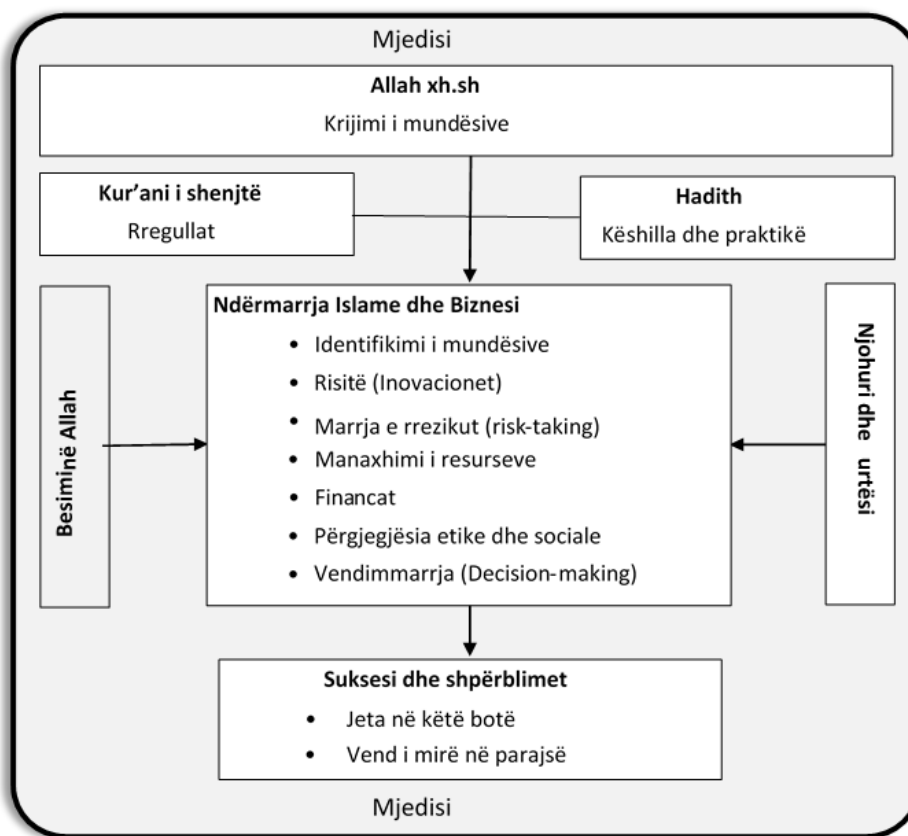
sipas parimeve islame, nuk lejohen disa elementë dhe aktivitete të biznesit - siç janë pagesa e interesit, alkooli, bixhozi etj. Vite më parë, kishte mungesë studimesh mbi ndërmarrjen dhe biznesin nga këndvështrimi i islamit, përkatësisht nga Kur'ani i Shenjtë dhe Hadithi. Siç vuri në dukje Davis (2013), bazuar në Adas (2006) dhe Barber (1995). Ndërmarrësia islame në kohët e fundit ka qenë një fushë e konsiderueshme studimi midis studiuesve.

Siç thotë Feldman (2008), "Në botën muslimane, reputacioni i Sheriatit ka pësuar një ringjallje të jashtëzakonshme vitet e fundit, kjo vjen si rezultat i realizimit të rëndësisë së rregullave dhe parimeve të Sheriatit në marrëdhëniet e biznesit.

Një shekull më parë, muslimanët menduan se Sheriati ishte i vjetëruar, ata mendonin se kishte nevojë për reformë ose ndoshta braktisje. Sot pjesa më e madhe e muslimanëve janë të mendimit se Sheriati duhet të jetë burimi i vetëm i legjislacionit në vendet e tyre.

Konfliktet e brendshme, luftërat me vendet fqinje, shkalla e lartë e papunësisë, varfëria, çështjet gjinore nga njëra anë dhe shtypja politike nga ana tjetër, si rezultati i këtyre rrethanave është rritur dukshëm numri i muslimanëve që emigrojnë në botën perëndimore (veçanërisht në Amerikën e Veriut dhe Evropë) dhe rritja e krijimit të ndërmarrjeve muslimane në botë ngjalli interesim të klientëve të komuniteteve të tjera fetare, kjo kontribuon në një rritje të ndërmarrjeve muslimane.

Figura 1 Modeli i ndërmarrësisë dhe biznesit Islam



Burimi: Ramadanani dhe të tjerë (2015)

Islami si fe i inkurajon njerëzit të bëhen sipërmarrës (Kayed dhe Hassan, 2010; Faizal et al., 2013). Kur'ani i Shenjtë dhe Hadithi i Profetit Muhamed janë burimet kryesore të parimeve dhe rregullave të sipërmarrjes dhe biznesit. Ndërmarrësia dhe biznesi kanë një vend të veçantë në Islam.

Ndërmarrësia dhe biznesi trajtohen si një ritual fetar (ibadet) ndaj Allahut xh.sh nëse ato kryhen me ndershmëri dhe për arsyen e duhur (Yaacob and Azmi, 2012, Vargas-Hernández et al \, 2010). Model i sipërmarrjes dhe biznesit islam është paraqitur më lartë në Figurën 1.

2.1. Biznesi i ligjshëm (hallall) dhe i kundërligjshëm (haram)

Islami kërkon nga besimtarët të realizojnë aktivitete ndërmarrëse në një mënyrë të ndershme. Islami thotë që sipërmarrësit dhe biznesmenët duhet të kenë besim ndaj Allahut të Plotfuqishëm, kjo do të thotë se ata duhet të besojnë në Allahun xh.sh dhe të Dërguarin e tij Muhamedin a.s, në mënyrë që të jenë të suksesshëm (Faizal et al., 2013). Kjo konfirmohet në Kur'anin e Shenjtë, ku thuhet:

"O ju që keni besuar, a t'ju tregoj për një tregti të bujshme që ju shpëton prej një dënimi të dhembshëm? T'i besoni All-llahut dhe të dërguarit të Tij, të luftoni në rrugën e All-llahut me pasurinë tuaj dhe veten tuaj, e kjo është shumë më e dobishme për ju, nëse jeni që e dini."(Kur'an, Es Saff 61: 10–11).

Hallalli dhe Harami qarkullojnë në sferën e Sheriatit të përgjithshëm islam që ka për bazë realizimin e mirësisë për njerëzit, menjanimin e vështirësisë dhe lehtësimin e çështjeve të tyre, mbrojtjen nga korrucioni, sigurimin e interesit të përgjithshëm, interesin e njeriut në tërësi, atë fizik, shpirtëror dhe mendor, mbrojtjen e interesit të bashkësisë, të të pasurve, të varfërve, udhëheqësve, mbrojtjen e të gjithë njerëzve pa marrë parasysh moshën, racën, ngjyrën, vendin, shtetin.

Hallall janë veprat e lejuara ndërsa Haram janë veprime që janë të ndaluara dhe për ato vepra ndryshe quhen mëkate dhe për këto vepra ka dhe dënim. Shembuj të këtyre veprave të ndaluara janë prostitucioni, konsumimi dhe shitja e drogës, e alkoolit, lojërat e fatit, etj.

Nisur nga fakti se standardi Hallall është trend dhe nevojë e qytetarëve në vend dhe më gjerë, Bashkësia Fetare Islame në vitin 2013 themeloi Agjensionin për Standardin Hallall, si një sektor të rëndësishëm në kuadër të Rijasetit të BFI-së, përmes së cilës shoqëria në këtë vend do të ketë mundësi që mbarë prodhimet dhe produktet të licencuara me "Hallall", t'i konsumoj duke mos pat frikën nga ndonjë ndalesë (haram) fetare.

Prodhimi “Hallall” sot nuk kufizon vetëm në prodhimin e ushqimeve, restorantet, dyqanet e vogla, por ai ka marrë një koncept më të gjerë si kozmetikën, farmaceutikën, mjekësinë, bioteknologjinë, turizmin, transportin, financën, modën e televizionin.

Andaj, me implementimin e këtij standardi ofrojmë shëndet jo vetëm për komunitetin musliman por edhe për komunitetet e feve të tjera, sepse Standarti Hallall është kontabël me të gjithë standardet tjera ndërkombëtare si ISO dhe HACCP dhe nuk bie në kundërshtim me asnjë rregull të feve të tjera.



- **Fitimi Hallall** - Puna është një adhurim më i virtytshëm. Fitimi në hallall ia ngrë pozitën njeriut tek Allahu i Madhëruar. Në një hadith thuhet që:
“Njeriu nuk ka ngrënë gjë më hallall se një ushqim që e fiton me mundin e tij.”
(Buhari, Buju’, 15.)

Nisur nga kjo, risku i pastër është fitimi që besimtari e arrin duke punuar në përputhje me dispozitat që ka vendosur Allahu xh.sh. Sigurimi i riskut me anë të kësaj rruge është një farz / obligim për çdo besimtar.

I Dërguari i Allahut, (a.s.), e shpreh kështu këtë dispozitë në një hadith fisnik:

“Sigurimi i jetesës në hallall është farz për çdo musliman” (Taberani).

Në lidhje me këtë çështje, besimtari duhet të marrë shembull nga kjo këshillë që Llukmani i Urtë i dha birit të tij: “Biri im! Mbrohu nga varfëria me fitim hallall!

- **Fitimi në Haram** - I Dërguari i Allahut a.s, na njofton se ka rreziqe të mëdha për ata që zgjedhin rrugën e haramit në fitimin e tyre. Për shembull: Kamata, bixhozi, shitja dhe konsumimi i drogës, alkoolit etj. I tillë është edhe fitimi që arrihet duke e përzier të keqen në tregti me mënyrat si mashtrimi, dredhia, falsifikimi, hilja etj. Përveç të tjerash, lojërat e fatit, llotaria, fitimi që arrihet me vjedhje, me gjetje dhe me bast, fitimi që arrihet me anë të dredhisë dhe mashtrimit, gënjeshtërs, duke vjedhur pasurinë shtetërore, ryshfetin, uzurpimin dhe të rrëmbimin janë pasuri haram.

Dispozitat Islame

Dispozitat islame janë: Farzi, Vaxhibi, Sunneti, Mendubi, Mekruhi dhe Harami.

Farz - janë gjërat (punët), veprimin e të cilave All-llahu xh.sh e ka urdhëruar qartë dhe prerazi me ajete të Kur'anit. Është ajo vepër që rreptësisht e urdhëroi All-llahu xh.sh. të punohet siç janë: falja e namazit, agjërimi i muajit të Ramazanit, dhënia e zeqatit etj.

Ndërmarrësit musliman duhet ti kryejnë veprat që janë Farz për të pasur sukses si në jetën e përditshme ashtu edhe në biznes.

Vaxhib - është ajo që Ligdhënësi e ka kërkuar të veprohet në mënyrë të prerë por argumenti nuk është i prerë dhe i drejtpërdrejtë. Nëse ndërmarrësit musliman nuk i zbatojnë ato, ata mund të bëjnë mëkat dhe nuk mund të thonë që veprojnë në pajtueshmëri me Sheriatin. Pra, sipërmarrësit duhet të zbatojnë aktet e vaxhibit. Si shembuj të akteve të vaxhibit janë të qenurit i sinqertë dhe transparent.

Sunnet - janë ato që vetë Pejgamberi ynë, Muhammedi a.s i ka punuar, i ka porositur dhe i ka lejuar të punohen. Ai që e pëlqen e nuk e kryen nuk dënohet. Por ai që vazhdimisht e lë pa

arsye, bëhet shkak për qortim dhe për t'u privuar(larguar) nga sevapet. Gjithashtu në ndërmarrësi sunnetet janë të preferuara të zbatohen.

Mendubi - Konsiderohen si vepra të të preferueshme, por jo edhe veprime të detyrueshme dhe nëse sipërmarrësit zbatojnë ato vepra kanë shpërblim ndërsa nëse nuk i kryejnë ato nuk konsiderohet si mëkat as sdo të ketë ndëshkim. Janë vepra të preferueshme që të kryhen nëse është e mundur. Shembuj të Mandubit përfshijnë të qenit të dobishëm.

Mekruh – Nocioni “Mekruh” në aspektin gjuhësor do të thotë: vështirësi, gjë e urryer, e imponuar, janë akte jo të preferueshme, jo të pëlqyeshme të veprohen. Janë vepra që dijetarët islam u kanë dhënë të mos veprohen se sa të veprohen. Ato duhet të shmangen nga sipërmarrësit nëse është e mundur.

Haram – Janë vepra që Ligjdhënësi ka kërkuar të mos veprohen me argument të prerë, janë vepra të ndaluara dhe të dënuara. Këto akte trajtohen si mëkate. Shembuj të këtyre veprave përfshijnë prostitucionin, drogën, alkoolin, lojërat e fatit, kamatën etj. (Hassan and Hippler, 2014).

Allahu xh.sh. në Kur'anin e Shenjtë thotë: *"O ju njerëz, hani nga ajo që është në tokë e që është e lejuar dhe e mirë, e mos shkoni hapave të djallit se ai është armik i hapët i juaji."*(Kur'an, El Bekare: 168).

Sipas Pistrui dhe Fahed-Sreih (2010), shumica e feve ndajnë veprimet njerëzore në tre kategori: të urdhëruara, të lejuara dhe të ndaluara. Islami i ndan ato në pesë kategori: të urdhëruara, të rekomanduara, të lejuara, të kundërshtuara dhe të ndaluara.

2.2. Njohuritë, urtësia dhe ndërmarrësia

Dituria është zemra e Islamit. Islami si fe erdhi në Tokë me porosinë e parë të Allahut xh.sh. tek Profeti Muhamed a.s: “Lexo me emrin e Zotit tënd, i cili krijoi (çdo gjë). Krijoi njeriun prej një

gjaku të ngjizur (në mitrën e nënës). Lexo! Se Zoti yt është më bujari! Ai që e mësoi (njeriun) të shkruajë me pendë. Ia mësoi njeriut atë që nuk e dinte. (Kur'an, El Alak :1-5).

Vargje të tjera të Kuranit në lidhje me njohuritë thonë: " Thuaj: "A janë të barabartë ata që dinë dhe ata që nuk dinë?" Po, vetëm të zotët e mendjes marrin mësim" (Kur'an, Ez Zumer:9).

" All-llahu i lartëson ata që besuan prej jush, i lartëson në shkallë të lartë ata të cilëve u është dhënë dituri. All-llahu është i njohur mirë me atë që punoni"(Kur'an El Muxhadele:11).

Profeti Muhamed në mësimet e tij inkurajoi fuqimisht fitimin e dijes. Lidhur me këtë, ai tha "Me të vërtetë, njerëzit e dijes janë trashëgimtarë të profetëve" (Muhamadul, 2011), "Kush niset për në rrugë duke kërkuar dituri, All-llahu do t'ia lehtësojë rrugën për në Xhenet. (Raza, 1999).

2.3. Identifikimi i mundësive

Sipas Islamit, Allahu xh.sh krijon mundësi për gjithçka - përfshirë ato për biznes. Kjo konfirmohet në Kur'anin e Shenjtë, ku Allahu xh.sh thotë: "Juve ju erdhi nga All-llahu dritë dhe libër i qartë". (Kur'an, El Maide:15). Mundësi të mira ekzistojnë kudo, por ndërmarrësi duhet të jetë në gjendje t'i identifikojë, vlerësojë dhe përdorë ato (Dana, 1995a; Ramadani dhe Gërguri, 2011; Ratten, 2012). Lidhur me këtë, Kur'ani i Shenjtë thotë " Krijesat (gjallesat) më të dëmshme te All-llahu janë ata të shurdhëtit (që nuk dëgjojnë të vërtetën) memecët (që nuk e thonë të drejtën) të cilët nuk logjikojnë"(Kur'an, El Enfal:22).

" Dhe se njeriut nuk i takon tjetër vetëm se ajo që ka punuar". (Kur'an,En Nexhm:39).

2.4. Risi (Inovacioni) dhe marrja e rrezikut

Inovacioni dhe marrja e rrezikut paraqesin karakteristikat kryesore të ndërmarrjes dhe biznesit. Të gjithë duhet të përpiqen për ndryshime që do ta bëjnë jetën e tyre më të lehtë dhe më të mirë, siç thotë Allahu xh.sh : "All-llahu nuk e prish gjendjen e një populli (nuk ua largon të mirat) përderisa ata ta ndryshojnë veten e tyre". (Kur'an, Err Rad:11).

Islami inkurajon inovacionin në bizneset që realizohen në përputhje me Ligjin e Sheriatit (Adham et al., 2012; Muhamad dhe Abd Rahman, 2004), por i ndalon ato brenda fesë sepse konsiderohen si bidat (risitë në çështjet fetare mund të konsiderohen si mëkat) brenda fesë.

Lidhur me marrjen e rrezikut, sipas Ibn Tejmijes (Dusuki, nd), pikëpamja islame është si më poshtë: Nuk ka asnjë provë të Sheriatit që të ndalojë kategorikisht të gjitha format e rreziqeve. Në fakt, Allahu xh.sh dhe i Dërguari i Tij nuk i ndalojnë të gjitha llojet e rreziqeve, ose të gjitha aktivitetet të cilat janë të dyshimta për sa i përket faktit nëse janë fitimprurëse ose humbës apo të sigurta (as fitimprurës, as humbje). Përkundrazi, lloji i rrezikut i cili është i ndaluar në lidhje me konsumin e pasurisë në mënyrë të padrejtë ose të gabuar. Arsyeja kryesore e ndalimit nga këndvështrimi i Sheriatit shqetësohet kryesisht për padrejtësinë e konsumit të pasurisë edhe pa elementin e rrezikut. Rreziku vetëm nuk përbën ndalim. Disa rreziqe, si ato që lidhen me pasigurinë, rrezikun dhe spekulimin, bixhozi dhe aktivitetet spekulative, janë rreptësisht të ndaluara.

2.5. Menaxhimi i resurseve

Islami inkurajon ndërmarrësit të përdorin burimet e tyre në një mënyrë të duhur. Lidhur me këtë çështje, Allahu xh.sh në Kur'anin e Shenjtë thotë: " O bijtë e Ademit, hani dhe pini e mos e teproni, pse Ai (All-llahu) nuk i do ata që e teprojnë (shkapërderdhin)." (El Araf:31). Askush nuk mund të përjashtohet në mënyrë efektive të përdorë resurset, në këtë mënyrë gjithkush gëzon të drejtën e përdorimit të tyre. Dhe si rrjedhojë gjithsecili ka të drejtat, detyrimet dhe përgjegjësitë e tij për t'i përdorur, ruajtur e mbrojtur. E mira publike dhe resurset janë pasuri të përgjithshme dhe duhet të shfrytëzohen në mënyrë të përgjegjshme.

Ka shumë muslimanë që janë sipërmarrës të suksesshëm në botë dhe Islami gjithmonë fton të gjithë muslimanët të jenë një sipërmarrës inovator dhe aktiv.

2.6. Kamata dhe dispozitat për kamatën

Kamata është një haram (veprim i paligjshëm) rreptësisht i ndaluar me tekst të drejtpërdrejt nga Kur'ani dhe nga hadithet e Profetit. Ajo është nga gjynahet e mëdha. Allahu xh.sh nuk ka kërcënuar askënd prej gjynahqarëve me luftë, përveç ngrënësit të kamatës dhe kujtdo që punon me të.

Ndalimi i kamatës është regjistruar edhe në legjislacionet e mëparshme hyjnore dhe jo vetëm në Islam, por dispozitat për këtë pikë janë ndryshuar e shtrembëruar si shumë dispozita të tjera të librave të

mëparshëm. Allahu i Lartësuar ka treguar se një nga arsytet e ndëshkimit dhe urrejtjes ndaj disa pasuesve të librave të mëparshëm është:

“Edhe për shkak të marrjes së kamatës edhe pse e kishin të ndaluar atë dhe ngrënies së pasurisë së njerëzve në mënyrë të padrejtë. Ne kemi përgatitur dënim të mundimshëm për ata që nuk besuan prej tyre” (Kur’an, En Nisa:161).

Si rezultat i kësaj, bankat islamike sigurojnë vetëm shërbime që janë në përputhje me Sheriatin. Këto shërbime përfshijnë hipoteka për të mbështetur pronësinë e shtëpisë, financimin e ndërtimeve dhe krijimin e tregjeve lokale të aksioneve, ku parimi themelor është ndarja e rrezikut, përkatësisht nëse një (person, kompani, bankë, etj.) investon një shumë parash në biznesin tuaj, ai merr një pjesë të fitimit ose humbjes tuaj (Pistrui dhe Fahed-Sreih, 2010).

Megjithëse Islami inkurajon sipërmarrjen dhe biznesin, ajo ndalon huazimin e parave me kamatë.

Janë disa ajete që flasin qartë për kamatën:

Ata që e hanë kamatën, ata nuk ngrihen ndryshe vetëm se si ngrihet ai çmenduri nga të prekurit e djallit. (Bëjnë) kështu ngase thanë: *“Edhe shitblerja nuk është tjetër, por njësoj sikurse edhe kamata”! E All-llahu e ka lejuar shitblerjen, por e ka ndaluar kamatën. Atij që i ka arritur këshillë (udhëzim) prej Zotit të tij dhe është ndalë (prej kamatës), atij i ka takuar e kaluara dhe çështja e saj mbetet te All-llahu, e kush e përsërit (pas ndalimit), ata janë banues të zjarrit, ku do të mbesin përgjithmonë” (Kur’an, El-Bekare, 275).*

“All-llahu e zhduk kamatën dhe e shton lëmoshën, All-llahu nuk e do asnjë besëprerë dhe mëkatar” (Kur’an, El Bekare:276).

“O ju që besuat, kini frikë All-llahun dhe nëse jeni besimtarë të singert , hiqni dorë prej asaj që ka mbetur nga kamata (El Bekare 278).

“O ju të cilët besuat, mos e hani kamatën që po e shumëfishoni dhe kini frikë (dënimin e) All-llahut ashtu që të gjeni shpëtim” (Ali Imran:130).

Kamata është një fitim i ndaluar fetarisht për shkak të padrejtësisë dhe dëmit që shkakton.

Kamata është disa llojesh, por lloji më i njohur që konsiderohet harami më i rëndë është: Kamata mbi huadhënien dhe ajo mbi debinë (kamatëvonesa). Përkufizimi i këtij lloji është: Shtesa (interesi apo përqindja e fitimit) mbi kapitalin bazë, që merret pa u realizuar shitje apo këmbim malli mes dy palëve.

2.7. Etika dhe përgjegjësia sociale

Etika në Islam është e jashtëzakonshme. Kështu që, çfarë është etike dhe çfarë nuk është ose çfarë është e përshtatshme dhe çfarë nuk është e përshtatshme është përcaktuar nga Allahu xh.sh. Etika mund të definohet si një grup i principeve morale, çka është e drejtë dhe çka është gabim është përcaktuar nga Allahu xh.sh. Islami i jep rëndësi të madhe vlerave etike në të gjitha aspektet e jetës njerëzore. Rregullat etike dhe kodet morale burojnë nga Kur'ani i Shenjtë dhe nga mësimet e Pejgamberit a.s. dhe ky është dallimi kryesor në konceptin e etikës Islame dhe koncepteve tjera. Sipas konceptit Islam, nëse një gjë është e ndaluar, atëherë pa marrë parasysh mënyrën e tregtimit me të, ai transaksion është i ndaluar dhe jo etik, si p.sh: shitja e pijeve alkoolike, mishit të derrit, etj. Sipas mësimëve Islame, njerëzit duhet pasur kujdes për sjelljet, veprat, fjalët, ndjenjat dhe qëllimet. Islami kërkon nga besimtarët t'u përmbahen rregullave të caktuara morale, në të gjitha sferat e jetës publike dhe private, si p.sh: çështjet familjare, në marrëdhëniet me të afërmit, me fqinjët, në transaksionet biznesore dhe në marrëdhëniet shoqërore.

2.8. Vendimmarrja

Vendimmarrja sipas Islamit bazohet në Kur'anin e Shenjtë, ku Allahu xh.sh thotë: *“E kur të vendosësh, atëherë mbështetu në All-llahun, se All-llahu i do ata që mbështeten” (Kur'an, Ali Imran:159)*. Bazuar në këtë ajet, sipërmarrësit duhet të varen nga Allahu xh.sh për rezultatin e çdo veprimi.

Ndërmarrësi duhet të ketë një qasje këshilluese dhe të mbështetet në informacione të sakta para se të marrë vendime dhe të ndërmarë ndonjë veprim.

2.9. Suksesi dhe shpërblimet

Ndërmarrësit janë të njohur për besimin në aftësitë e tyre dhe bazuar në këtë, ata besojnë fuqimisht se do të kenë sukses në iniciativat dhe aktivitetet e tyre të biznesit. Hassan dhe Hippler (2014) vunë re se në sipërmarrjen dhe biznesin islam, "suksesi matet jo vetëm me suksesin financiar personal, por edhe me atë se sa arrihen qëllimet fetare, të cilat mund t'i japin ndërmarrësit shpërblime në jetën tjetër".

Në Kur'anin e shenjtë shkruan:

"E kur t'i kryeni detyrat tuaja, përmendeni All-llahun sikurse i përkujtoni prindërit tuaj, bile përmendeni edhe më fortë. Ka disa prej njerëzve që thonë: "Zoti ynë, na jep Ti neve në këtë botë"! Për të nuk ka asgjë në botën tjetër". E, ka prej tyre asish që thotë: "Zoti ynë na jep të mira në këtë jetë, të mira edhe në botën tjetër dhe na ruaj prej dënimit me zjarr"! Të tillët e kanë shpërblimin nga ajo që e fituan. All-llahu është i shpejtë në llogari. " (Kur'an, El Bekare:200-202).

2.10. Mjedis

Një sipërmarrës është i ndikuar nga kultura, mundësia për ndërmarrje ndikohet edhe nga veprimet ndërmarrëse të të tjerëve, ose mungesa e ndërmarrjes ndër të tjera.

Ndërmarrësi reagon ndaj mjedisit, përfshirë kulturën e një shoqërie. Ndërmarrësia mund të ndikohet nga struktura shoqërore, siç është shtresimi nga bllokimi social ose politika qeveritare e një shoqërie (Dana, 1997).

2.11. Shitblerjet

Shitblerja është njëra nga fushat më të rëndësishme me të cilën njerëzit sigurojnë jetesën dhe mirëqenien e tyre. Jurisprudenca islame e ka vërtetuar këtë veprimtari si formën më të mirë të

fitimit, kurse dijetarët islam nënvijëzojnë se tregtia është rruga kryesore e sigurimit të të ardhurave. Me tregti ose shitblerje në Islam nënkuptojmë shkëmbimin e pasurisë me pasuri me pëlqim të dyanshëm, ose kalimin e diçkaje që ke në pronësi te dikush tjetër, në mënyrë të përhershme, kundrejt një vere, me pëlqim të dyanshëm.

Allahu xh.sh e ka bërë shitblerjen hallall, e kamatën e ka bërë haram. Ekzistojnë tri kushte për korrektësinë e marrëveshjes në shitblerje: 1. Marrëveshja mes shitësit dhe blerësit; 2. Përmbajtja e marrëveshjes; 3. Vërtetimi i marrëveshjes. Kushti i parë: marrëveshja mes shitësit dhe blerësit. Tregtari nuk duhet të bëjë marrëveshje për shitblerje me të miturin, me të çmendur, me skllavin dhe me të verbërin.

Malli në shitje të jetë në pronësi të palës në marrëveshje, ose të posedohet leje nga pronar. Mallit në shitje t'i përcaktohet veçoria, sasia dhe cilësia. Malli i shitur duhet të dorëzohet. Ky është kusht i veçantë sepse: "Muhamedi a.s na ka ndaluar shitjen e asaj që nuk është dorëzuar", (do të thotë: malli i shitur që nuk i është dorëzuar blerësit, nuk mund t'i shitet tjetrit).

Kapitali dhe puna

Te kjo marrëveshje tregtia është e përbashkët mes dy personave, njëri me kapital e tjetri me punë. Në këtë çështje ka tri kushte që duhet të respektohen: Kushti i parë është kapitali. Kusht është të jenë para të gatshme, të jetë shumë e caktuar saktë dhe t'i dorëzohet personit të angazhuar me punë.

Ortakëria e besimit

Ky lloj i ortakërisë është kur dy palët bashkojnë kapitalin dhe njëri-tjetrit i japin autorizimin e menaxhimit, pastaj edhe fitimin edhe humbjen e ndajnë sipas vlerës së kapitalit të secilës palë. Vetëm ky lloj i ortakërisë është i drejtë. Ky rregull nuk lejohet të ndyshohet me ndonjë kusht të caktuar, ose me tërheqjen e njërit prej tyre, ashtu që këtij tjetrit i pamundësohet të posedojë pronën e vet, ose me ndarje të caktuar, që do të sillte deri te copëtimi i njërës pasuri nga tjetra.

Është e drejtë të lejohet ortakëri për blerje të mallit, me atë që nuk kushtëzohet me para të gatshme, ndryshe nga tregtia me kapital të huaj me hise në fitim. Kaq dituri nga fiku (Jurispudencia islame) duhet të posedojë secili që në ndonjë mënyrë bën tregti, sepse pa këtë, mund të futet në fushën e haramit, e që për këtë as të mos jetë i vetëdijshëm.

Dëmtimi i konsumatorit

Secili veprim që mund t'i shkaktojë dëm personit me të cilin tregtari punon, është padrejtësi. Drejtësia kërkon që muslimani në asnjë mënyrë të mos e dëmtojë vëllanë e vet musliman. Princip i përgjithshëm është se ai me individin tjetër do të veprojë vetëm ashtu si do të donte të veprohej edhe ndaj vet atij.

Mashtrimi është një fenomen mjaft i rrezikshëm në shoqëri. Ai tani te shumë njerëz është bërë element i rëndësishëm në marrëdhëniet ndërnjerëzore, madje disa e rendisin atë edhe si aftësi mjaft të çmuar që duhet njohur mirë, nëse dëshirojmë përparim dhe avancim në punën që e bën, si në shitblerje, gjatë punës, derisa edhe nxënësi kur të hyjë në provim bazohet, në atë që do të arrijë të kopjojë, e jo në atë që ka mësuar.

Allahu i Lartësuar e ka ndaluar mashtrimin dhe ua tërhoqi vërejtjen atyre që e praktikojnë në ajetin kuranor:

“Të mjerët ata mangu masin e peshojnë. Ata që kur matin prej njerëzve, për vete e plotësojnë, e kur u matin të tjerëve ose u peshojnë, u lënë mangu.” (Kur’an, El Mutaaffinë, 1-3).

Lavdërimi i tepruar i mallit Nëse lavdërohet malli me cilësi që nuk i ka, kjo është gënjeshtër. E nëse konsumatori e blen duke u mashtruar me fjalët e tij, shitësi pos që po gënjen, gjithashtu edhe po e dëmton konsumatorin.

Duhet të tregohen të gjitha mangësitë e mallit që po shitet, si të dukshmet, ashtu edhe ato që nuk shihen, dhe të mos fshihet asgjë. Ky është obligim. Nëse fsheh çkado qoftë, do të ishte i

padrejtë dhe mashtrues, e mashtrimi është haram. Me këtë ai do të braktiste edhe këshillën për shitje, e këshillimi dhe tregimi i drejtë për të gjitha mangësitë e mallit është detyrë e tij. Bile, kur e tregon vetëm anën e bukur të rrobës, dhe e fshehë atë më pak të bukur, është mashtrues. Njëjtë kur mallin e vendosë në vend jo mjaft të ndriçuar, ose kur në vitrinë vendosë mestet dhe këpucët më të mira që i ka, e raste tjera të ngjashme.

Për fat të keq, shumë nga tregtarët besojnë se pa tradhti, ose së paku pa gënjeshtër, është e pamundur të fitohet, prandaj shohim se njerëzit kur e njohin një person se është tregtar, atëherë edhe nuk ndiejnë besim ndaj tij. Sikurse, mashtrimi dhe gënjeshtria janë bërë pjesë të këtij profesioni. Kurse ne e dimë se Muhamedi (salallahu alejhi ue selem) ka qenë tregtar dhe e ka lavdëruar këtë punë, pastaj shumë nga shokët e tij si Ebu Bekri, Uthmani, etj., kanë qenë tregtarë të njohur. Por, të gjithë këta në punën e tyre kurrë nuk kanë mashtruar e gënjyer dhe ata kanë arritur të fitojnë dhe të bëhen të pasur.

Sinqeriteti, çiltërsia duhet të jetë bazë në marrëdhëniet tona me njerëzit, kështu që të fitohet besimi, lidhja dhe dashuria vëllazërore. Në anën tjetër të mënjanohet ligësia, mllëfi, urrejtja dhe mosbesimi.

Hakim Ibn Hizam r.a. tregon se i Dërguari i Allahut a.s. ka thënë: “Shitësi dhe blerësi kanë të drejtë t’i mbajnë ose t’i kthejnë mallrat sa pa u ndarë, ose derisa të ndahen. Në qoftë se të dy palët kanë thënë të vërtetën dhe kanë përshkruar të metat dhe cilësitë (e mallit), atëherë ata do të bekohen në shitblerjen e bërë mes tyre, ndërsa, në qoftë se kanë gënjyer ose kanë fshehur diçka, atëherë ata do të humbin bekimin e shitblerjes së bërë mes tyre.” (2079)

Xhabiri r.a. tregon se i Dërguari i Allahut a.s. ka thënë: “Allahu e mëshiroftë atë njeri që është i butë e bujar kur shet, kur blen dhe kur kërkon paratë e veta” (2076).

Numan Ibn Beshiri r.a. tregon se Pejgamberi a.s. ka thënë: “Edhe gjërat e ligjshme (hallall), edhe gjërat e paligjshme (haram) janë të përcaktuara qartë por ndërmjet tyre ka edhe çështje të dyshimta e të paqarta. Kësisoj, kushdo që u largohet këtyre çështjeve të dyshimta e të paqarta, që të mos bjerë në gjynah, sigurisht që do të mënjanojë çfarë është e përcaktuar qartë si e paligjshme dhe kushdo që merr guximin dhe dëshirohet në këto (çështje të dyshimta e të paqarta), është shumë i prirur që të bëjë edhe çfarë është e përcaktuar qartë si e paligjshme.

Nuk do të thotë se njeriu nëse ka ndonjë mall, i cili nuk është kualitativ ose ka ndonjë defekt, mos ta nxjerrë atë në shitje, shitësi ka të drejtë t'i shesë të gjitha llojet e mallrave, por nëse ka ndonjë defekt malli, atëherë ai duhet ta ketë parasysh këtë gjatë vendosjes së çmimit dhe t'ia sqarojë mangësinë atij që e blen, ta shohin njerëzit defektin dhe kush dëshiron ta blejë të kuptojë se çfarë lloji i produktit është duke iu ofruar.

- Domosdoshmëria e sqarimit të mangësive të mallit që shitet nga ana e shitësit.
- Nëse bëhet ekspozimi i mangësisë që të shihet me sy, nuk është e domosdoshme të përmendet gjatë shitblerjes ajo, pasi myshteriu është duke e parë.
- Ndalimi i mashtrimit dhe tradhtisë gjatë shitblerjes dhe se kërcënimin që e ka bërë Profeti (bekimi dhe paqja qofshin mbi të!) rreth personit që e bënë atë.
- Domosdoshmëria e këshillimit të ndërsjellë nga muslimanët.

3. Vlerësimi i ndërmarrësve për rolin dhe rëndësinë e parimeve fetare në ndërmarrje

Roli i fesë në procesin e sjelljes sipërmarrëse është i ndërlikuar. Tashmë janë bërë hulumtime që përcaktojnë rolin e vlerave personale në vendimmarrjen dhe përzgjedhjen e karrierës. Dhe meqenëse vlerat personale mund të lidhen drejtpërdrejt me besimet fetare është shumë e mundshme që feja të ndikojë në motivimin e sipërmarrësve (Davis, 2013).

Për më tepër, për shkak se përmbushja e detyrimit fetar është një motiv kryesor për sipërmarrësit muslimanë, masat e përdorura për të vlerësuar suksesin e tyre janë gjithashtu të ndryshme. Sipërmarrësi perëndimor zakonisht gjykon sukseset nga fitimet financiare të marra nga ndërmarrja e biznesit. Sidoqoftë, aspekti fetar i sipërmarrjes islame nënkupton që sukse si matet jo vetëm nga sukse si financiar personal, por edhe nga mënyra se si arrihen qëllimet fetare, të cilat mund t'i japin sipërmarrësit shpërblime në jetën e përtejme. Kjo pikëpamje është në përputhje me idenë perëndimore që sipërmarrësit islamë maksimizojnë përdorimin e tyre;

megjithatë, kjo pajisje rrjedh edhe nga përmbushja fetare që mund të mos jetë e lidhur drejtpërdrejt me pasurinë financiare (Hassan & Hippler, 2014).

Sipërmarrësit muslimanë duhet të angazhohen në sipërmarrje biznesi me një dëshirë të paracaktuar për t'u përfshirë në një veprimtari që e lejon Allahut xh.sh. Si rrjedhim, sipërmarrjet që përfshijnë aktivitete që janë të ndaluara në Sheriat, nuk duhet t'i apllojnë sipërmarrësit muslimanë. Ndërsa disa aktivitete ekonomike, si ato që përfshijnë drogë të paligjshme dhe prostitucion, janë të ndaluara edhe nga ligjet perëndimore, të tjera, siç janë ato që merren me alkool, bixhoz, spekulime, etj, shpesh ndërmerren nga sipërmarrësit perëndimorë, por ndalohen rreptësisht nga Sheriati, kështu ndërmarrësit islam kategorikisht ju ndalohet që merren me këto veprimtari.

Sipërmarrësit duhet të zbatojnë katër parimet e prodhimit të bazuara në Islam të cilat janë; njohja e pikëpamjes së njerëzve ndaj të tjerëve dhe universit, rritja e numrit të prodhimeve në kontekstin e etikës islamike, zhdukja e humbjes së burimeve natyrore për shkak të dembelizmit dhe përdorimi i metodës dhe mësimave të Sheriati Islamik (Kahf, 1978, f. 30). Muhamed Nejatullah Siddiqi (1981, f. 17) dhe Timur Karan (1992, f. 11) konkludojnë se, në mënyrë indirekte, këto parime do të pengojnë shtypjen, monopolin, fshehjen e produktit, bërjen e spekulimeve ose bërjen e deklaratave si kontratë sigurimi që përfshin lojërat e fatit, pasigurinë dhe shfrytëzimi drejt konsumatorit dhe shkatërrimi i mjedisit. Sipërmarrësit gjithashtu duhet të paguajnë pagë të mjaftueshme, të vendosin çmim të arsyeshëm dhe të jenë të kënaqur me fitime dhe fitime të ndershme (Hamid & Sarri, 2013).

Etika në biznes

Etika biznesore është degë e etikës, e cila ekzaminon rregullat dhe principet etike nga një perspektivë e biznesit, problemet e ndryshme morale dhe etike, që mund të lindin në një themelim biznesi, dhe ndonjë obligim apo detyrim të veçantë, që kanë të bëjnë me persona, që janë të angazhuar në biznes.

Në përgjithësi, etika biznesore është një disiplinë normative, në të cilën formulohen standarde etike të veçanta dhe pastaj aplikohen. Kjo disiplinë ka gjykime të veçanta rreth asaj se çka është

e drejtë dhe çka është gabim, që do të thotë se çka duhet dhe çka nuk duhet të bëhet në situata të ndryshme. Prandaj mund të thuhet, që, etika biznesore është e përqendruar me studimin, se çka është e mirë dhe çka është e keqe, çka është e drejtë dhe çka gabim, dhe çka është e drejtë dhe jo-e-drejtë në biznes.

Etika në islam

Islami i jep rëndësi të madhe vlerave etike në të gjitha aspektet e jetës njerëzore. Rregullat etike dhe kodet morale burojnë nga Kur'ani i Shenjtë dhe nga mësimet e Pejgamberit a.s. dhe ky është dallimi kryesor në konceptin e etikës Islame dhe koncepteve tjera. Sipas konceptit Islam, nëse një gjë është e ndaluar, atëherë pa marrë parasysh mënyrën e tregtimit me të, ai transaksion është i ndaluar dhe jo etik, si për shembull, shitja e pijeve alkoolike, mishit të derrit, etj. Kurse i njëjti veprim mund të konsiderohet i mirë dhe etik në konceptin ekonomik konvencional apo edhe sistemeve tjera religjioze dhe ideologjike.

Mësimet Islame përqendrohen shumë në aplikimin e rregullave morale dhe etike në sjelljet e njerëzve, dhe janë të përsëritura shumë herë në Kur'an dhe udhëzime nga jeta e Pejgamberit a.s. "Ju jeni populli më i dobishëm, i ardhur për të mirën e njerëzve, të urdhëroni për mirë, të ndaloni nga veprat e këqija dhe të besoni në All-llahun. E sikur ithtarët e librit të besonin drejt, do të ishte shumë më e mirë për ta. Disa prej tyre janë besimtarë, po shumica e tyre janë larg rrugës së Zotit". (Kur'an, Ali Imran:110)

Është e vërtetë se ekziston një pajtueshmëri në mes të njerëzve rreth disa vlerave bazike të etikës. Porse, sistemi etik i Islamit dallon rrënjësisht nga sistemi etik sekular dhe nga sistemet etike të religjioneve dhe shoqërive tjera. Në renditjen Islame të gjërave, zbatimi i rregullave morale dhe sjelljeve etike është pjesë e Imanit (besimit). Sipas mësimave Islame, njerëzit duhet pasur kujdes për sjelljet, veprat, fjalët, ndjenjat dhe qëllimet. Islami kërkon nga besimtarët t'u përmbahen rregullave të caktuara morale, në të gjitha sferat e jetës publike dhe private, si p.sh. çështjet familjare, në marrëdhëniet me të afërmit, me fqinjët, në transaksionet biznesore dhe në marrëdhëniet shoqërore. Islami ofron sistemi etik të bazuar në vlera për marrëdhëniet biznesore. Aty përshkruhen udhëzimet etike të përgjithshme për udhëheqje biznesi, përcakton formën etike të preferuar dhe i specifikon mënyrat e padëshiruara të transaksioneve.

4. Nxitja dhe zhvillimi i aktiviteteve ndërmarrëse në bazë të rregullave dhe normave fetare

Islami thekson rëndësinë e përfshirjes në aktivitete ekonomike që avancojnë qëllimet e shoqërisë në tërësi dhe shumë prej kufizimeve të vendosura për sipërmarrësit muslimanë kanë për qëllim të zvogëlojnë aktivitetet që mund të dëmtojnë shoqërinë. Disa aktivitete që janë të ndaluara nga Sheriati vlerësohen të dëmshëm nga pikëpamja morale.

Sidoqoftë, të tjerët pranojnë nevojën për të mbajtur një ekonomi të qëndrueshme dhe të drejtë. Kufizime të tilla përfshijnë ndalimin e marrjes së rreziqeve dhe spekulimeve të panevojshme.

Përveç sigurimit të vetvetes, sjellja sipërmarrëse ka për qëllim që t'i sjellë dobi personit në sigurimin e mjeteve për të udhëhequr një jetë më të virtytshme dhe të përfitojë nga komuniteti për të mbështetur realizimin e veprave të mira (p.sh. dhënia e bamirësisë për ata që kanë nevojë ose ndihma për ndërtimin e një xhamie).

Wafica Ali Ghoul (Dana, 2010) përmbledh sjelljen e një sipërmarrësi musliman si vijon: *“Respektimi i vlerave themelore të Sheriatit Islam, i cili balancon interesat e shoqërisë dhe individëve. Këto vlera përfshijnë drejtësinë, mos shfrytëzimin e të varfërve, përgjegjësinë morale, përgjegjshmërinë dhe barazinë në marrëdhëniet financiare”.*

Botëkuptimi islam i përparuar sipas Khan, ai e vendos qartë llojin e njeriut në një rol aktivist në formësimin e fatit të tyre. Njerëzit janë përgjegjës për ndjekjen e mundësive, pavarësisht nga burimet që ata kontrollojnë aktualisht, për të përmbushur nevojat e tyre. Kjo, mund të argumentohet se pikëpamja islame e artikuluar nga Khan vendos sipërmarrjen si modelin e preferuar të sjelljes ekonomike për muslimanët. Ka shumë hadithe që na tërheqin më qartë në kornizën e sipërmarrjes të ofruar nga Stevenson dhe Jarillo (1990). Profeti Muhamed thotë qartë se është më mirë të gjesh një mundësi për të siguruar veten, pavarësisht nga burimet që janë aktualisht nën kontrollin e atyre sesa të varet nga dikush që të sigurojë për ju (Davis, 2013).

Akuza që feja islame nuk e motivon sjelljen sipërmarrëse është e gabuar. Në fakt, angazhimi në përpjekje prodhuese ose sipërmarrëse inkurajohet dhe madje kërkohet në mësimet e Islamit. Islami vendos një përqendrim të madh në lutje, por rëndësi e barabartë i kushtohet fitimit të jetesës në mënyrë që të mbështesim veten, familjen dhe shoqërinë. Çdo person besimtar është i ngarkuar të bëjë jetesën sipas parimeve të Kur'anit dhe Sheriatit, tërësia e mësimave islame. Një mënyrë e tillë e fitimit të një jetese prodhuese është përmes përfshirjes në aktivitete ekonomike që parashikojnë nevojat reale ekonomike të shoqërisë. Kështu, duke u përfshirë në aktivitete sipërmarrëse, muslimanët mund të përmbushin detyrimet e tyre fetare.

Megjithëse stimujt për sipërmarrje janë të ngjashme në të gjithë ekonominë perëndimore dhe islame, ekzistojnë disa ndryshime kryesore në lidhje me bazat filozofike të secilit sistem. Një tjetër ndryshim kryesor midis modeleve sipërmarrëse islamike dhe perëndimore qëndron në financimin e vendeve të biznesit. Në ekonominë perëndimore, sipërmarrësit përballen me dy mekanizma kryesorë financiarë për realizimin e mundësive të tyre ekonomike: borxhin dhe kapitalin e vet. Në veçanti, për projektet në shkallë më të vogël, kur sipërmarrësi nuk ka lidhjet e nevojshme për të fituar financimin e kapitalit të vet, zakonisht merren me marrëveshje borxhi në formën e kredive të biznesit të vogël. Në ekonominë islame, megjithatë, ndalimi i interesit parandalon përdorimin e kësaj metode popullore të financave perëndimore. Si rezultat, ekonomisë në islam i është dashur të zhvillojnë mjete alternative të financimit të sipërmarrjes (Hassan & Hippler, 2014).

Islami inkurajon partneritete të caktuara financiare (sipërmarrëse) siç janë Musharake dhe Mudarabe.

Musharare është me origjinë arabe dhe fjalë për fjalë do të thotë pjesëmarrje, ndarje. Në kontekst të biznesit e tregtisë, kjo do të thotë ndërmarrje e përbashkët, ku të gjithë pjesëmarrësit e ndajnë fitimin ose humbjen e investimit të përbashkët (joint venture). Kjo është një alternativë ideale përballë financimit të mbështetur në kamatë me efekte afatgjata si për prodhimin ashtu edhe për distribuimin e të mirave në shoqëri. Në ekonominë kapitaliste moderne, kamata

është instrumenti i vetëm i cili pa kurrfarë dallimi përdoret në financimin e çfarëdo lloji. Meqë Islami e ka ndaluar kamatën, ky instrument nuk mund të përdoret për të siguruar asnjë lloj fondi. Për këtë, musharakeja mund të luajë rol vendimtar në një ekonomi të mbështetur mbi parimet islame. Kamata paracakton një përqindje fikse të të ardhurave prej një huaje të lëshuar nga financieri, pa marrë parasysh fitimin ose humbjen që e ka realizuar debitori (borxhliu), ndërsa musharakeja nuk parasheh përqindje fikse për këto të ardhura. Për më tepër, të ardhurat në musharake mbështeten në fitimin e vërtetë të realizuar nga investimi i përbashkët. Financieri në një hua kamatësjellëse nuk mund të pësojë humbje, ndërkohë që financieri në musharake mund të pësojë humbje, nëse investimi i përbashkët dështon të sjellë fitime. Islami kamatën e ka cilësuar si një instrument të padrejtë financimi, sepse ajo rezulton me padrejtësi ose për kreditorin

(huadhënësin) ose për debitorin (huamarrësin). Nëse debitori pëson humbje, do të ishte e padrejtë që kreditori të kërkonte përqindje fikse të të ardhurave; po kështu, nëse debitori realizon një përqindje të lartë të fitimit, do të ishte e padrejtë që kreditorit t'i jepet vetëm një pjesë e vogël nga fitimi e pjesa tjetër t'i mbetet debitorit.

Mudarabe është një lloj i veçantë ortakërie ku njëri ortak i jep para ortakut tjetër për t'i investuar në një ndërmarrje komerciale. Investimi vjen nga ortaku i parë, i cili quhet rabbu'l-mal (zotëri i mallit, kapitalist), kurse menaxhimi dhe puna janë përgjegjësi ekskluzive e ortakut tjetër, i cili quhet mudarib (sipërmarrës).

Dallimi midis musharakesë dhe mudarabesë mund të përmbledhet në pikat në vijim:

1. Në musharake, investimi vjen nga të gjithë ortakët, kurse në mudarabe investimi është përgjegjësi e plotë e rabbu'l-malit.
2. Në musharake, të gjithë ortakët mund të marrin pjesë në menaxhimin e biznesit dhe mund të punojnë për të, kurse në mudarabe rabbu'l-mali nuk ka të drejtë të marrë pjesë në menaxhimin, që është marrë përsipër vetëm nga mudaribi.
3. Në musharake të gjithë ortakët e ndajnë humbjen në bazë të përpjesëtimit të investimit të tyre, kurse në mudarabe humbjen, nëse ndodh, e merr përsipër vetëm rabbu'l-mali, ngase

mudaribi nuk investon gjë. Humbja e tij kufizohet në faktin se munda i tij shkon huq dhe se puna e tij nuk i ka sjellë ndonjë fitim. Mirëpo, ky parim vlen nëse mudaribi ka punuar me kujdesin e zellin që normalisht kërkohet për biznesin e këtij lloji. Po nëse ai ka punuar pa kujdes ose ka bërë hile, ai do të jetë përgjegjës për humbjen e shkaktuar nga moskujdesi ose mashtrimi i tij.

4. Përgjegjësia e ortakëve në musharake normalisht është e pakufizuar. Prandaj, nëse borxhet e biznesit e tejkalojnë kapitalin dhe nëse biznesi shkon në likuidim, të gjitha borxhet e tepërta do të paguhen pro rata (përpjesëtimisht) nga ana e ortakëve. Mirëpo, në qoftë se të gjithë ortakët janë marrë vesh se asnjëri prej tyre nuk do të hyjë në borxhe për biznesin, atëherë borxhet e tepruara do t'i marrë mbi vete vetëm ortaku i cili ka hyrë në borxh për biznesin duke e shkelur kushtin e vënë në fillim të kontratës. I kundërt me këtë është rasti i mudarabesë. Këtu borxhet dhe përgjegjësitë e rabbu'l-malit kufizohen me investimin e tij, përveç nëse ai ia ka lejuar mudaribit të hyjë në borxh në emër të tij.

5. Në musharake, që nga momenti kur ortakët e përziejnë kapitalin e tyre në një fond të përbashkët, të gjitha të mirat e musharakesë bëhen pronë e përbashkët e të gjithë atyre sipas proporcionit të investimeve të tyre gjegjëse. Prandaj, secili prej tyre mund të përfitojë nga rritja e vlerës së të mirave, madje edhe sikur fitimi të mos realizohet përmes shitjes. Rasti i mudarabesë është i ndryshëm. Këtu të gjitha të mirat e blera nga ana e mudaribit janë pronë e vetme e rabbu'l-malit, kurse mudaribi mund të realizojë hise në fitim vetëm nëse i shet ato të mira me çmim të volitshëm. Prandaj, ai nuk ka të drejtë të kërkojë hise në vetë të mirat, edhe sikur të ishte rritur vlera e tyre.

Vetë Islami mund të konsiderohet një "fe sipërmarrëse" (Kayed & Hassan, 2010) në kuptimin që mundëson dhe inkurajon veprimtarinë sipërmarrëse, d.m.th. ndjekjen e mundësive, marrjen e riskut dhe inovacionin.

Sipas Rafiq Yunus al-Misri (2007, f. 28-29), në njërin prej hadithe është vendosur njohje për biznesmenët afër me profetët. Sidoqoftë, të jesh në gjendje të arrish këtë nivel (i vërtetë dhe i sinqertë) dëshmon të jetë e vështirë për aktivitetet e biznesit që shpesh janë të keqpërdorura dhe të përziera me gënjeshtër, trillime dhe elemente të tjera negative. Kështu, nëse ata janë në

gjendje të ndalojnë elementet negative dhe të bëhen sipërmarrës të sinqertë, dhe të ndershëm, nderimi i tyre do të ngrihet gati në nivel të profetëve.

Koncepti i sipërmarrjes islame i kushton rëndësi drejtësisë dhe lirisë dhe refuzon çdo formë force ose mizori për të dy palët. Mes tjerash, duke dhënë përparësi në marrëveshjet e përbashkëta, kontrata ose premtimi përmbushës, matje dhe peshim i përsosur, ndershmëri dhe mbrojtje. Me fjalë të tjera, koncepti islam më shumë për të ndihmuar njëri-tjetrin, për të ndërtuar formë më të mirë të marrëdhënieve ekonomike (Siddiqi, 2000, f. 32-33).

KAPITULLI III – METODOLOGJIA E HULUMTIMIT

Për të vërtetuar pyetjet kërkimore dhe për të përmbushur objektivat e këtij studimi është përdorur një metodologji punë komplekse dhe e gërshetuar.

Në funksion të përdorimit të burimeve dytësore (pra të dhënave të grumbulluara nga autorë të tjerë) kam grumbulluar të dhëna, shifra, fakte nga zyrat e statistikave dhe administrata shtetërore. Përdorimi i burimeve dytësore të kërkimit (literaturës ekzistuese) ka qenë një nga teknikat e përdorura në studim.

Në një stad të mëtejshëm të kërkimit, kam përgatitur instrumentin për të realizuar shfrytëzimin e burimit primar (ndërmarrjet) nëpërmjet pyetësorit.

Kjo teknikë ka ndihmuar të grumbullojmë të dhëna direkt në terren dhe të provojmë hipotezën e ngritur. Të dhënat e grumbulluara janë sasiore por ato na kanë mundësuar edhe një interpretim cilësor, mbështetur në përshtypjet dhe informacionin e mbledhur gjatë anketimit.

Nga instrumentet metodologjike janë përdorur metodat e mëposhtme:

1. *Metoda e analizës dhe sintezës* - kjo metodë do të përdoret për prezantim logjik të objektit të hulumtimit, pra problemet dhe perspektivat e ndërmarrjeve të vogla dhe të mesme në baza të fesë Islame, si dhe nxjerrjen e konkluzioneve përfundimtare në lidhje me rëndësinë e saj për realizimin e objektivave të kompanisë.
2. *Metoda e induksionit dhe deduksionit* - kjo metodë do të përdoret për të ardhur deri te konkluzionet dhe rekomandimet lidhur me këtë çështje, pastaj duke filluar nga testet me detaje dhe hollësitë në lidhje me këtë çështje, si dhe identifikimin e disa detajeve të panjohura në bazë të fakteve që janë të njohur në përgjithësi ose të bazuar në diçka që është supozuar.
3. *Metoda e intervistimit dhe anketimit* - kjo metodë do të përdoret në analizën e situatës së ndërmarrjeve, respektivisht për t'i njohur specifikat, përfitimet dhe kufizimet, si dhe problemet që hasin gjatë procesit të implementimit të parimeve islame në biznesbërje.

KAPITULLI IV – REZULTATET E HULUMTIMIT

Për anketës të realizuar në gjithsej 261 persona në RMV, e cila përfshinte gjithsej 19 pyetje u fituan rezultatet si vijon më poshtë, ku përmes prezantimit grafik ofrohen këto rezultate.

Figura 1 – Gjinia

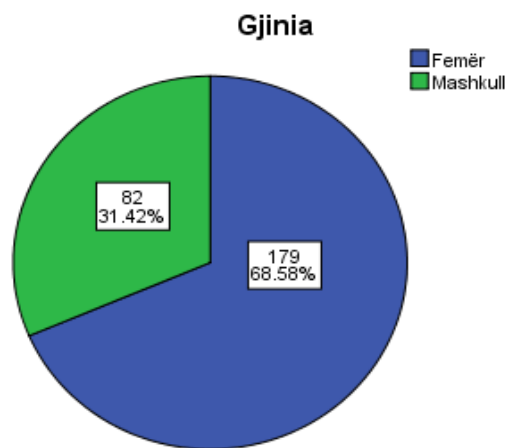


Figura 2 - Mosha

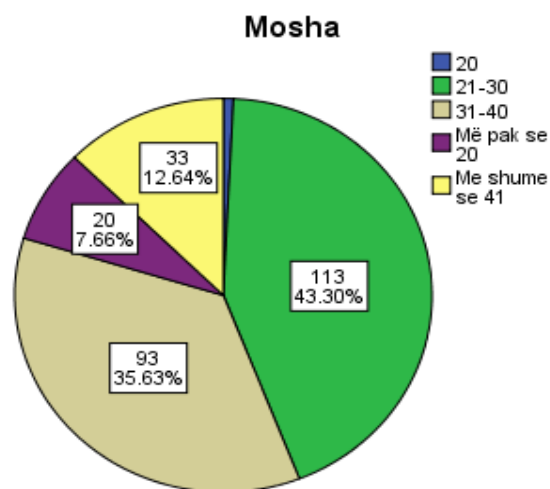
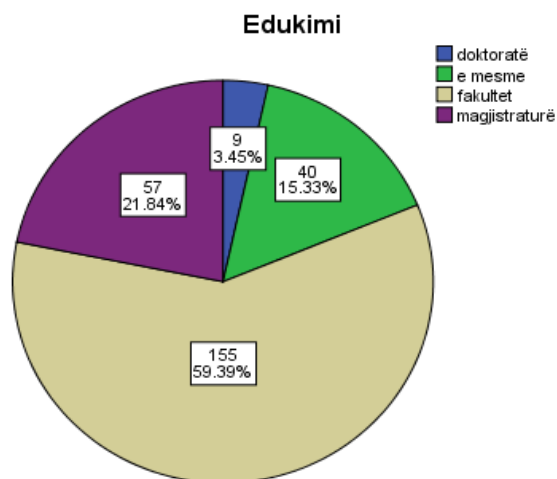
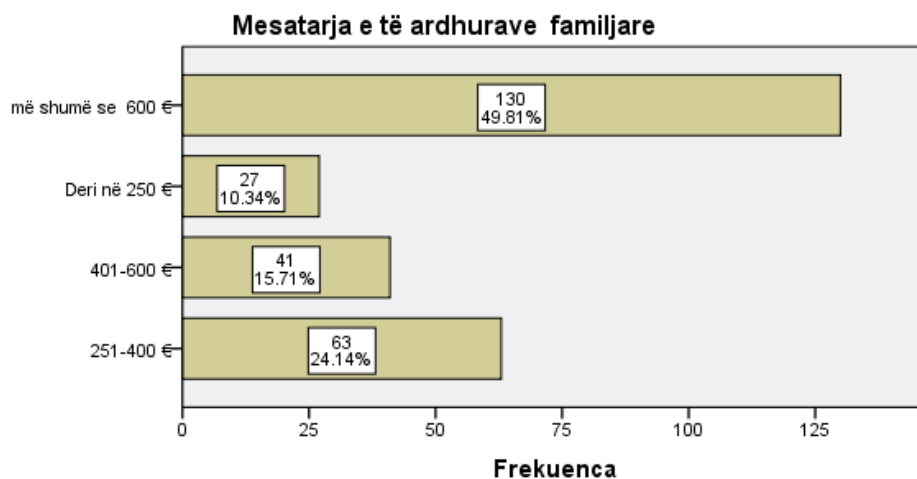


Figura 3 - Edukimi



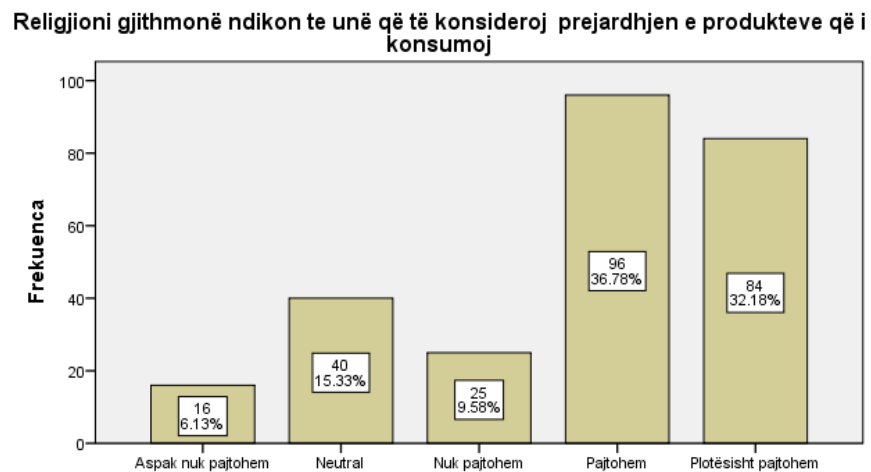
Tre pyetjet e para të anketës kishin të bëjnë me karakteristikat e mostrës gjegjësisht personave të anektuar. Nga grafikonet në vijim mund të vërejmë që nga gjithsej 261 të anketuar: 31.4%(82) janë meshkuj dhe 68.6%(179) janë femra, 43.3% janë të moshës 21-30 vjeç, 35.6% të moshës 31-40 vjeç, 7.7% të moshës më pak se 20 vjeç dhe 12.6% të moshës më shumë se 41 vjeç kurse sa i përket edukimit mbi gjysma gjegjësisht 59.39% janë më studime deridiplomike të kryera, 21.84% me magjistraturë, 3.45% me doktoraturë dhe 15.33% ishin me shkollim të mesëm.

Figura 4 – Mesatarja e të ardhurave



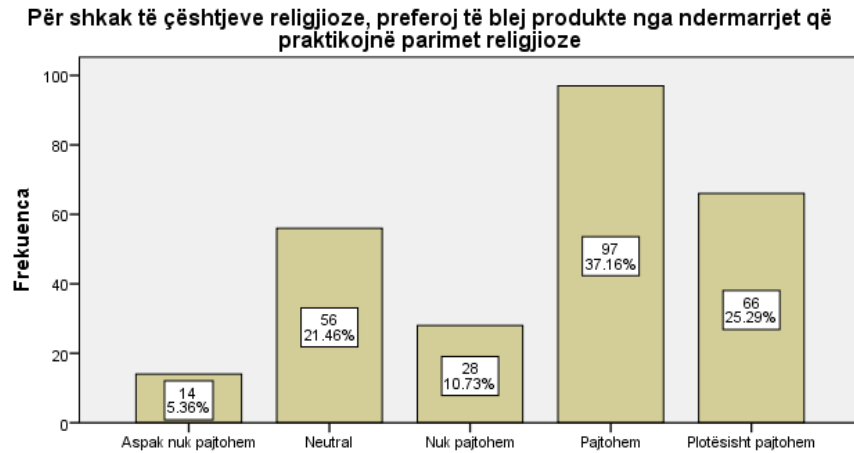
Sa i përket të ardhurave mesatare të familjeve të të anketuarve, gati gjysma (49.81%) kanë të ardhura mbi 600 euro, gati 16% kanë të ardhura mes 401-600 euro, pak mbi 24% kanë të ardhura 251-400 euro dhe 10.34% kanë të ardhura deri në 250 euro. Pra, vërehet një tendencë e të anketuarit të personave me të ardhura më të lartë, të cilët mund të kenë edhe një vetëdije më të lartë rreth asaj se çka duhet konsumuar.

Figura 5 – Ndikimi i religjionit në konsiderimin e prejardhjes së produkteve



Në pyetjen se sa ndikon religjioni në marrjen në konsideratë të prejardhjes së produkteve që konsumohen, rezulton që gati 70% e të anketuarve pajtohen/plotësisht pajtohen me këtë konstatim, pra tek ta religjioni ndikon në përzgjedhjen e produkteve që konsumon. Në pyetjen në fjalë, pak mbi 16% nuk pajtoheshin ose aspak nuk pajtohen me këtë konstatim ndërsa 15.33% ishin neutral në dhënien e përgjigjes së kësaj pyetje.

Figura 6 – Religjioni dhe vendimi për të blerë produkte të caktuara



Pyetja vijuese që kishte të bëjë me atë se për shkak të religjionit preferohet blejra e produkteve nga ndërmarrjet që praktikojnë parimet religjioze, rezultoi që 25.29% pajtohen plotësisht dhe 37.16% pajtohen me këtë pohim, që jep të kuptohet që mbi gjysma e të anketuarve kanë një nivel të ngritur të vetëdijes për këto gjëra. Rreth 21.46% të të anketuarve ishin neutral në dhënien e përgjigjes ndërsa përsëri pak mbi 16% të të anketuarve nuk pajtohen ose fare nuk pajtohen me këtë konstatim, pra për ta nuk është e rëndësishme çështja religjioze dhe blejnë produkte nga ndërmarrje që mund edhe të mos praktikojnë parimet religjioze.

Figura 7 – Religjioni dhe ndikimi në përzgjedhjen e ndërmarrjes për të blerë produkte

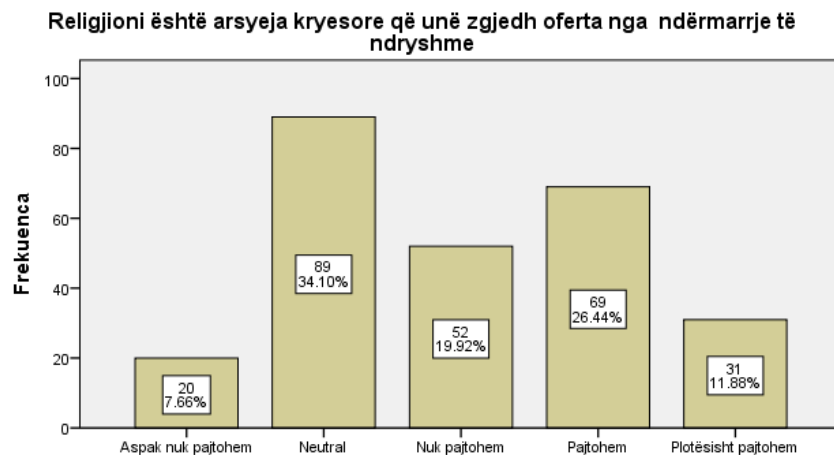
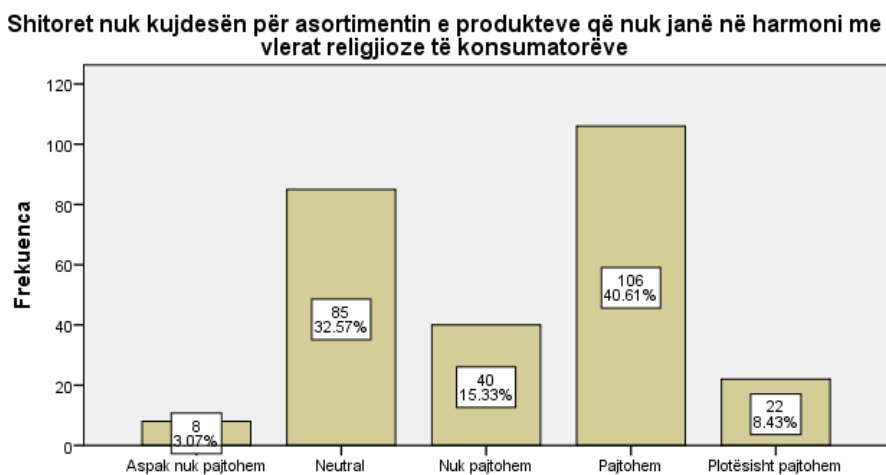


Figura në vijim ka të bëjë me pyetje rreth asaj se nëse religjioni është arsyeja kryesore kur zgjidhet oferta për të blerë produkte nga ndërmarrje të ndryshme, nga ku rezultoi që 34.10% e të anketuarve janë neutral në këtë drejtim, 26.44% pajtohen me konstatimi, 11.89% pajtohen plotësisht, ndërsa mbi 27% nuk pajtohen ose fare nuk pajtohen. Përgjigjet e dhëna lënë të kuptohet se kemi laramani mendimesh dhe veprimesh tek të anketuarit dhe se religjioni në fakt vetëm tek një pjesë e tyre ndikon në përzgjedhjen e ofertës për të blerë, ndërsa tek pjesa më e madhe ose nuk kanë qëndrim rreth kësaj gjëje ose nuk ndikon aspak.

Figura 8 – Ndërmarrjet dhe aspektet religjioze

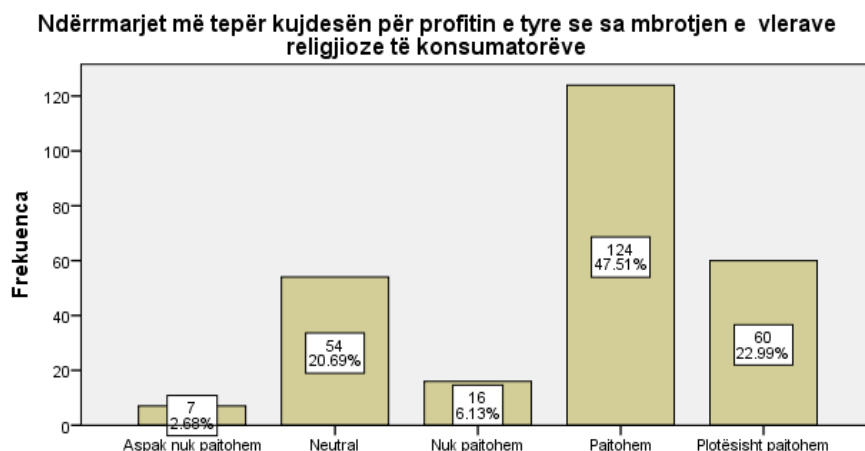


Lidhur me atë se nëse shitoret kujdesen apo jo për asortimentin e produkteve të që nuk janë në harmoni me vlerat e konsumatorëve, rezultoi që sipas 40.61% e të anketuarve, shitoret në fakt nuk kujdesen për këtë gjë. Plotësisht të bindur se nuk kujdesen, janë 8.43% e të anketuarve, ndërsa 32.57% kanë qëndrim netural rreth kësaj çështje.

Numri i tyre që nuk pajtohen gjegjësisht që pohojnë se shitoret kujdesen janë diku mbi 18% që është një përqindje e vogël për dallim nga ata që kanë mendim të kundërt. Konkluzat e përgjithshme rreth kësaj çështje është se ekziston mendimi se shitoret nuk kujdesen që

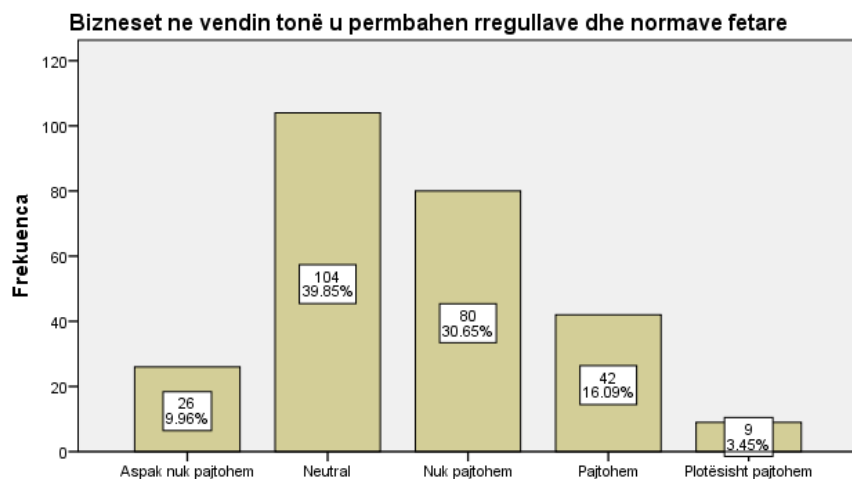
produktet që ofrojnë të jenë në harmoni me vlerat religjioze të konsumatorëve të cilëve ju shërbejnë çdo ditë .

Figura 9 – Ndërmarrja, profiti dhe religjioni



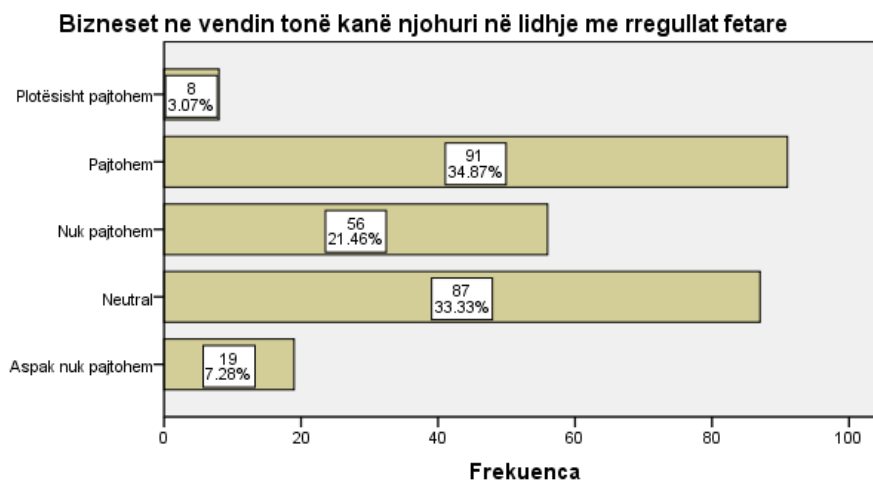
Një gjë jo pozitive që u vërejt është fakti se më shumë se gjysma të anketuarve (70.5%) mendojnë se për ndërmarrjet më i rëndësishëm është profiti i tyre sa sa mbrojtja e vlerave religjioze. Kjo nuk është një tregues i mirë për faktin se profiti i ndërmarrjeve kryekëput varet nga konsumatorët dhe mosdhënia e rëndësisë së këtij aspekti mund të ndikoj negativisht në operimin e tyre të përditshëm por edhe në largimin e konsumatorëve të tyre. Është dukuri globale që ndërmarrjet i kushtojnë rëndësi të madhe aspekteve religjioze me të vetmin qëllim që të mbajnë dhe të tërheqin konsumatorët duke inkorporuar sa më shumë e mundur këto elemente.

Figura 10 – Bizneset dhe normat fetare



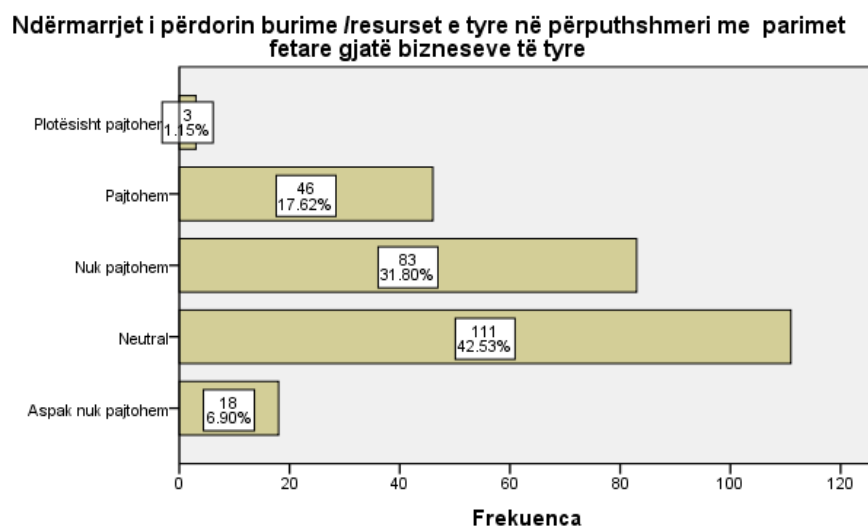
Lidhur me atë nëse bizneset në vendin tonë u përmbahen apo jo rregullave dhe normave fetare, përqindja më e lartë e të anketuarve, gjegjësisht gati 40% kishin mendim neutral në këtë drejtim, rreth 31% nuk pajtohen, afër 10% aspak nuk pajtohen, ndërsa ato që pajtohen apo plotësisht pajtohen ishin vetëm 16.09% gjegjësisht 3.45%. Pra, në këtë drejtim vërehet se të anketuarit janë të mendimit që bizneset tona nuk kanë shumë prirura tu përmbahen rregullave apo normave fetare.

Figura 11 – Bizneset dhe njohuritë mbi rregullat fetare



Kur bëhet fjalë për atë se nëse bizneset tek ne kanë njohuri në lidhje me rregullat fetare, ekziston një ndarje në mendime. Në përqindje më të lartë prej 34.97% janë të mendimit se bizneset kanë njohuri, ndërsa 21.46% se nuk kanë njohuri kurse 33.33% janë neutral në këtë drejtim. Një përqindje më e vogël pajtohet plotësisht me atë se bizneset kanë njohuri për rregullat fetare ndërsa 7.28% nuk pajtohen fare. Pra, nuk mund të themi në mënyrë decide se çfarë tendencash ekziston tek popullat rreth kësaj çështje pasi që mendimet e tyre janë të ndara.

Figura 12 – Ndërmarrjet dhe parimet fetare në shfrytëzimin e resurseve



Një përqindje e vogël e të anketuarve pajtohen (17.62%) ose plotësisht pajtohen (1.15%) me konstatimin se ndërmarrjet përdorin burimet e tyre në përputhshmëri me parimet fetare gjatë kryerjes së veprimtarisë së tyre. Nga ana tjetër, një përqindje më e lartë e të anketuarve kanë mendim netural (42.53%) ndërsa 31.80% nuk pajtohen me këtë konstatim. Siç mund të shihet në përgjithësi të anketuarit janë të mendimet se ndërmarrjet nuk i përdorin burimet në përputhje me parimet fetare gjegjësisht për ta më e rëndësishme është realizimi i profitit.

Figura 13 – Ndërmarrjet dhe parimet fetare gjatë veprimit

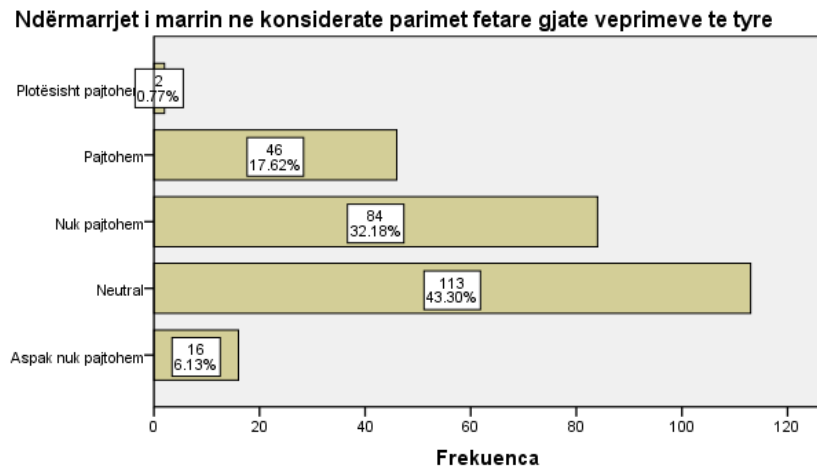
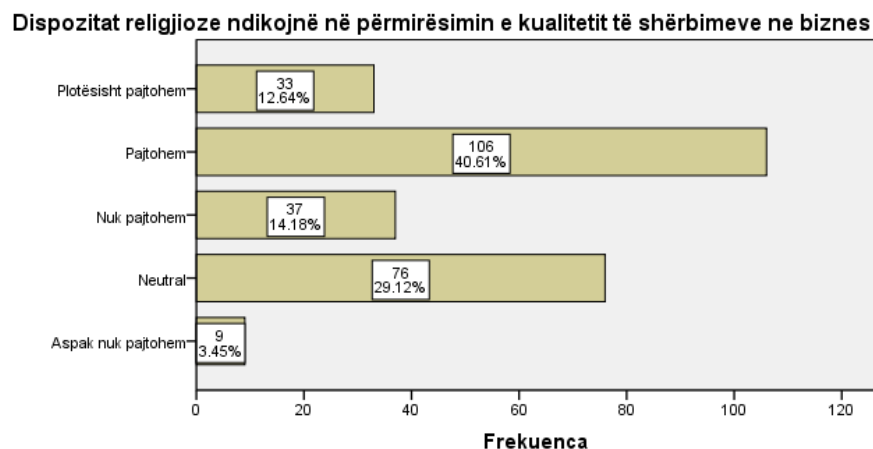


Figura në vijim e cila ofron rezultatet nga pyetja nëse ndërmarrjet i marrin në konsideratë parimet fetare gjatë veprimeve të tyre, përsëri nuk kemi anim të plotë në një anë. Nga rezultatet e fituara del që mbi 43% kanë mendim neutral dhe pak mbi 38% nuk pajtohen ose aspak nuk pajtohen me këtë konstatim. Vetëm rreth 18% pajtohen ose plotësisht pajtohen me faktin se ndërmarrjet marrin në konsideratë parimet fetare gjatë funksionimi të tyre. Nga rezultatet e fituara mund të thuhet se ekziston mendimi se ndërmarrjet nuk marrin shumë në konsideratë parimet fetare në përgjithësi.

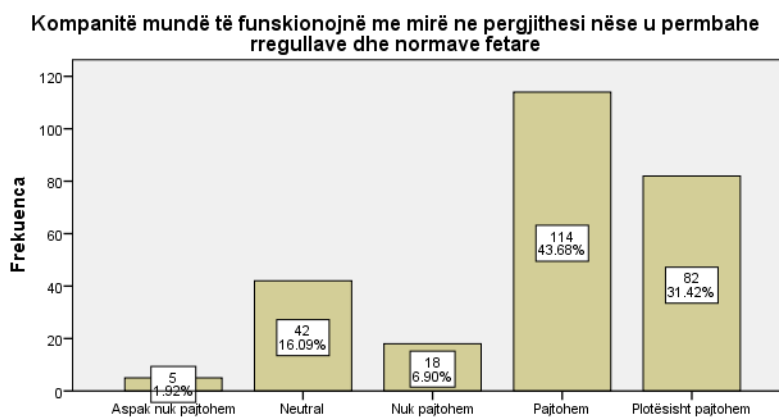
Figura 14 – Dispozitat ligjore dhe kualiteti i shërbimeve



Nga ana tjetër, kemi përgjigje interesante sa i përket asaj se sa dispozitat fetare ndikojnë në përmirësimin e kualitetit të shërbimeve, ku nga rezultatet e fituara kemi mbi 50% që pajtohet dhe plotësisht pajtohen me këtë konstatim. Neutral në dhënin e përgjigjes në këtë aspekt janë 29.12% e të anketuarve ndërsa nuk pajtohen apo plotësisht nuk pajtohen janë diku pak mbi 17.5%.

Konstatimi i përgjithshëm në këtë drejtim është se dispozitat religjioze ndikojnë në përmirësimin e cilësisë së shërbimeve të ndërmarrjeve.

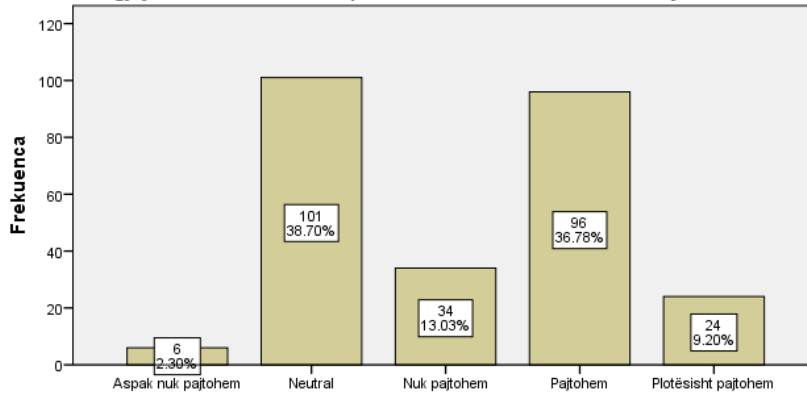
Figura 15 – Ndërmarrjet dhe funksionimi sipas rregullave fetare



Bazuar në rezultatet e anketës, rezulton që shumica absolute prej 75% janë të mendimit që kompanitë do të mund të funksionojnë më mirë nëse do ju përmbahen rregullave dhe normave fetare. Një përqindje e vogël ka mendim të kundërt i cili nuk është më shumë se 9% ndërsa 16% kanë mendim neutral. Mund të konkludohet që implementimi i rregullave dhe normave fetare mund të ndikoj pozitivisht në funksionimin e ndërmarrjeve në vendin tonë.

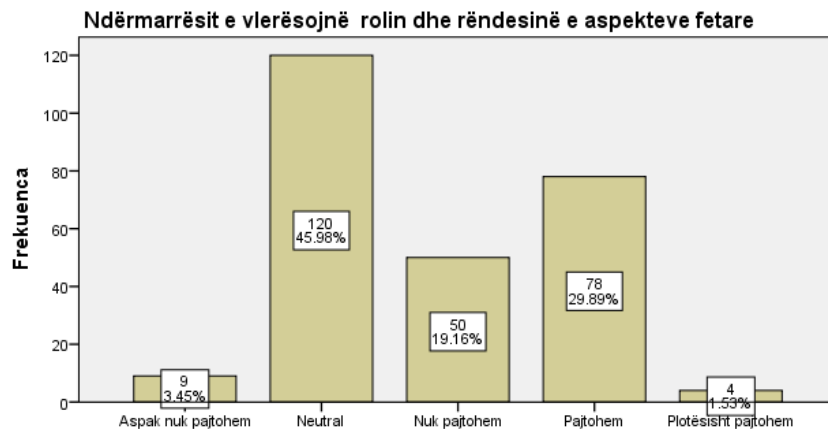
Figura 16 – Ndërmarrjet dhe financimi sipas Islamit

Kompanitë që mundohen të veprojnë në bazë të parimeve fetare mundohen të gjejnë burime financimi për të funksionuar në këtë mënyrë



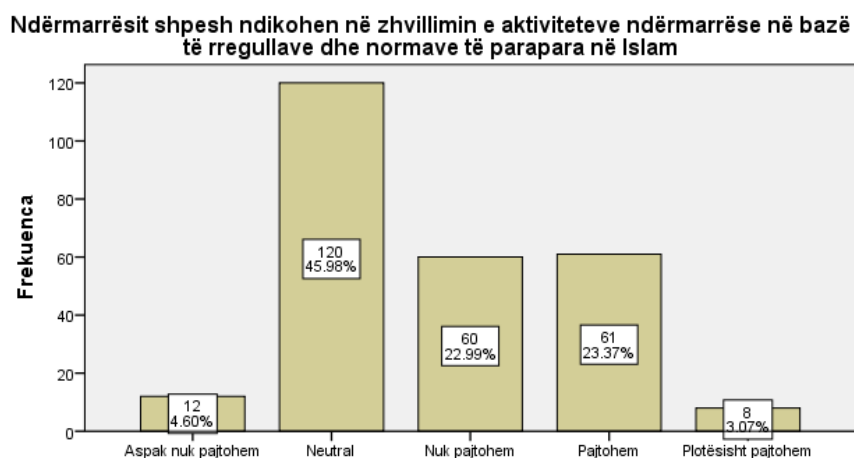
Lidhur me faktin se nëse kompanitë që mundohen të inkorporojnë gjegjësisht të funksionojnë bazuar në parimet fetare, mundohen këtë gjë ta bëjnë përmes gjetjes së formave të financimit ku përqindje më të madhe e të anketuarve kishin mendim neutral (38.70%), për të vijuar më pas me ato që pajtohen me këtë konstatim (36.78%), ato që nuk pajtohen (13.03%) dhe në përqindje më të vogël janë shprehur se plotësisht pajtohen (9.20%) dhe aspak nuk pajtohen (2.30%). Pra, nuk kemi një mendim të prerë nga të anketuarit rreth asaj nëse kompanitë që mundohen të funksionojnë në këtë drejtim tentojnë të gjejnë burime financimi për të vazhduar të vepruarit sipas parimeve fetare.

Figura 17 – Vlerësimi i aspekteve fetare nga ndërmarrësit



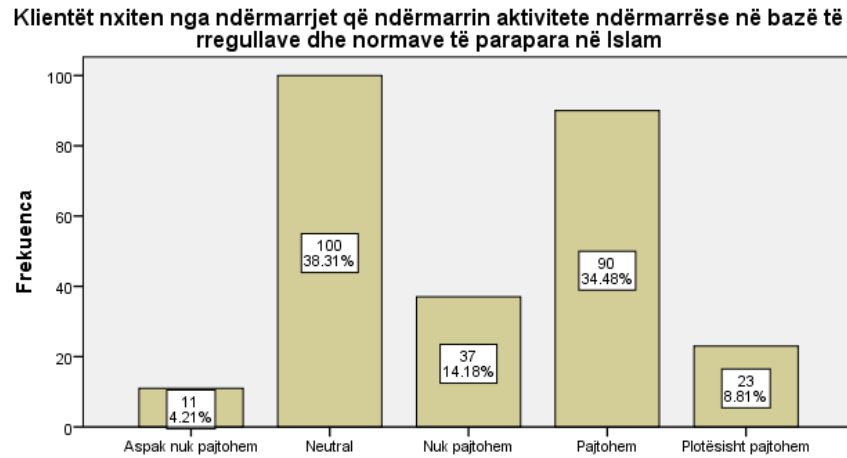
Në pyetjen nëse ndërmarrësit vlerësojnë rolin dhe rëndësinë e aspekteve fetare, gati gjysma apo 45.98% kanë mendim neutral për këtë gjë, 29.89% pajtohen me këtë pohim, ndërsa 19.16% nuk pajtohen. Së fundmi, 3.45% aspak nuk pajtohen dhe vetëm 1.53% pajtohen plotësisht. Nga rezultatet mund të shifet llojllojshmëri mendimesh, e cila gjë nuk të mundëson të jepet një konstatim i prerë për këtë pyetje.

Figura 18 – Ndikimi i parimeve Islame mbi veprimtarinë e biznesit



Në pyetjen se nëse ndërmarrësit ndikohen nga rregullat dhe normat e parapara në islam gjatë kryerjes së veprimtarisë së tyre, rezulton që përsëri gati gjysma apo 45.98% kanë mendim neutral, 23.37% pajtohen me këtë konstatim, 22.99% nuk pajtohen, dhe diku 4.60% aspak nuk pajtohen kurse 3.07% pajtohen plotësisht. Përsëri duke pasur parasysh që gati gjysma e të anketuarve kanë mendim neutral, nuk mund të jepet mendim i prerë për këtë pyetje dhe nuk mund të vërehet trendi.

Figura 19 – Ndërmarrjet me parime Islame dhe klientët



Pyetja e fundit e pyetësorit kishte të bëjë me atë nëse klientit nxiten nga ndërmarrjet të cilat marrin përsipër aktivitetet ndërmarrëse duke marrë për bazë rregullat dhe normat fetare Islame nga ku rezulton që 38.31% kanë mendim neutral për këtë gjë, 34.48% pajtohen me këtë konstatim, 14.18% nuk pajtohen ndërsa 8.81% pajtohen plotësisht dhe 4.21% nuk pajtohen aspak. Duke parë të dhënat mund të vërehet një tendencë pozitive në këtë drejtim pasi që mbi 43% pajtohen ose plotësisht pajtohen. Është interesante se një pjesë e mirë e të anketuarve, në një pjesë të pyetjeve janë përgjigjur duke dhënë qëndrim neutral, që tregon që tregon se edhe konsumatorët nuk kanë shumë njohuri në atë se sa kompanitë mund të implementojnë rregulla dhe norma fetare në veprimtaritë e tyre.

KRYQËZIMET E TË DHËNAVE

Përveç të dhënave në formë të grafikeve, më poshtë ofron edhe disa kryqëzime të të dhënave për të parë dallimet në mendime mes gjinive, moshave dhe nivelit të edukimit.

Aspekti gjinor

Përmes kryqëzimit në aspekt gjinor, mund të vërehet që në aspekt të përqindjeve kemi ndarje të njëjtë mes femra dhe meshkujve kur kemi të bëjmë me faktin se sa religjioni ndikon në të konsideruarit e prejardhjes së produkteve. Pjesa më e madhe e femrave por edhe e meshkujve pajtohen me këtë konstatim. Gati e njëjta shpërndarje në përqindje është edhe tek pjesa ku për shkak të çështjeve religjioze preferohet të blehen produkte nga ndërmarrjet që praktikojnë parimet fetare. Po ashtu të të njëjtit mendim janë si meshkujt ashtu edhe femrat kur bëhet fjalë për atë nëse religjioni është arsyeja kryesore për të përzgjedhur oferta nga ndërmarrjet e ndryshme. Një dallim më i theksuar në mendime mes femrave dhe meshkujve është tek ajo se si ndërmarrjet përdorin burimet e tyre në përputhshmëri me parimet fetare gjatë të bërit biznes, ku 42.7% e meshkujve nuk pajtohen për dallim nga femrat ku vetëm 26.8% e tyre nuk pajtohen me këtë konstatim. Lidhur me atë se nëse dispozitat religjioze ndikojnë në përmirësimin e cilësisë së shërbimeve të biznesit kemi një dallim ku 26.3% e femrave janë neutral për dallim prej meshkujve ku 35.4% kanë këtë mendim, ndërsa 43.6% e femrave pajtohen kundrejt 34.1% të meshkujve. Përqindje më e madhe e femrave (33.5%) pajtohen me konstatimin se ndërmarrësit e vlerësojnë rolin dhe rëndësinë e aspekteve fetare për dallim nga meshkujt (22%).

KONKLUZA DHE REKOMANDIME

Islami është një nga fetë që përpiket t'i inkurajojë njerëzit të jenë ndërmarrës. Islami i inkurajon njerëzit që të qëndrojnë gjithmonë në kërkim të mirësive të Allahut të Madhëruar. Ndërmarrësia është një faktor që mund të ndryshojë problemet ekonomike të çdo vendi.

Megjithëse Islami miraton duke punuar për të tjerët për pagë fikse, ai inkurajon dhe stimulon muslimanët të fillojnë ndërmarrjen si opsionin e preferuar për të fituar të ardhura hallall. Beg (1979) vuri në dukje se Islami jo vetëm që i motivon muslimanët të jenë sipërmarrës, por në fakt, u bën të detyrueshëm atyre që të punojnë shumë dhe të fitojnë të ardhura hallall përtej nevojave të tyre të menjëhershme, në mënyrë që të kujdesen për komunitetin dhe ummetin musliman. Fitimi i të ardhurave hallall përmes sipërmarrjes dhe ndihmimi i të tjerëve për të fituar jetesën kursen pasurinë publike nga shfrytëzimi i disa dhe dekurajon ata të mos varen nga shteti. Pasuria publike i takon ummetit musliman, prandaj duhet të shfrytëzohet në projekte që i shërbejnë nevojës së përbashkët dhe interesit të përbashkët të shoqërisë.

Në Kuranin e shenjtë shkruan:

“Hani nga ajo që All-llahu ju furnizoi si hallall të mirë dhe, duke qenë se ju All-llahut i besoni, ruajuni dënimet të Tij”! (Kur’an, El Maide:88)

Islami përfshin të gjithë jetën e njeriut nga të gjitha aspektet, po ashtu edhe aspektin material dhe atë shpirtëror. Islami nuk është një fe, që është mjaftuar vetëm me anët doktrinale dhe shpirtërore, edhe pse nuk i lë pas dore ato. Ajo është feja e fundit, e cila nuk lë pas dore asnjë aspekt të jetës njerëzore, prandaj dhe mesazhi i saj është gjithëpërfshirës, si politik ashtu dhe social-ekonomik.

Përderisa Islami është një fe me program të plotë, që gjen zgjidhje për të gjitha problemet dhe krizat, me në krye ato me natyrë ekonomike, të cilat ishin të kufizuara në periudhën e parë të ardhjes së Islamit për shkak të një ambienti të varfër që karakterizohej nga veprimtari të thjeshta ekonomike siç ishte blegtoaria, tregtia dhe për shkak të një ndërgjegjësimi të fortë fetar

të rrënjosur fort në zemra, ishte shumë e vështirë që të gjeje njerëz që mashtronin, manipulonin apo që të krijonin monopole.

Në kontekst të vendit tonë, nga hulumtimi i realizuar, mund të sillen disa konkluzë:

Lidhur me atë nëse bizneset në vendin tonë u përmbahen apo jo rregullave dhe normave fetare, përqindja më e lartë e të anketuarve, gjegjësisht gati 40% kishin mendim neutral në këtë drejtim, rreth 31% nuk pajtohen, afër 10% aspak nuk pajtohen, ndërsa ato që pajtohen apo plotësisht pajtohen ishin vetëm 16.09% gjegjësisht 3.45%. Pra, në këtë drejtim vërehet se të anketuarit janë të mendimit që bizneset tona nuk janë shumë prirura tu përmbahen rregullave apo normave fetare.

Kur bëhet fjalë për atë se nëse bizneset tek ne kanë njohuri në lidhje me rregullat fetare, ekziston një ndarje në mendime. Në përqindje më të lartë prej 34.97% janë të mendimit se bizneset kanë njohuri, ndërsa 21.46% se nuk kanë njohuri kurse 33.33% janë neutral në këtë drejtim. Një përqindje më e vogël pajtohet plotësisht me atë se bizneset kanë njohuri për rregullat fetare ndërsa 7.28% nuk pajtohen fare. Pra, nuk mund të themi në mënyrë decide se çfarë tendencash ekziston tek popullata rreth kësaj çështje pasi që mendimet e tyre janë të ndara.

Një përqindje e vogël e të anketuarve pajtohen (17.62%) ose plotësisht pajtohen (1.15%) me konstatimin se ndërmarrjet përdorin burimet e tyre në përputhshmëri me parimet fetare gjatë kryerjes së veprimtarisë së tyre. Nga ana tjetër, një përqindje më e lartë e të anketuarve kanë mendim netural (42.53%) ndërsa 31.80% nuk pajtohen me këtë konstatim.

Siç mund të shihet në përgjithësi të anketuarit janë të mendimit se ndërmarrjet nuk i përdorin burimet në përputhje me parimet fetare gjegjësisht për ta më e rëndësishme është realizimi i profitit. Një nga pyetjet e hulumtimit kishte të bëjë me atë se nëse ndërmarrjet i marrin në konsideratë parimet fetare gjatë veprimeve të tyre, përsëri nuk kemi anim të plotë në një anë. Nga rezultatet e fituara del që mbi 43% kanë mendim neutral dhe pak mbi 38% nuk pajtohen ose aspak nuk pajtohen me këtë konstatim. Vetëm rreth 18% pajtohen ose plotësisht pajtohen me faktin se ndërmarrjet marrin në konsideratë parimet fetare gjatë funksionimi të tyre. Nga

rezultatet e fituara mund të thuhet se ekziston mendimi se ndërmarrjet nuk marrin shumë në konsideratë parimet fetare në përgjithësi.

Bazuar në rezultatet e anketës, rezulton që shumica absolute prej 75% janë të mendimit që kompanitë do të mund të funksionojnë më mirë nëse do ju përmbahen rregullave dhe normave fetare. Një përqindje e vogël ka mendim të kundërt i cili nuk është më shumë se 9% ndërsa 16% kanë mendim neutral. Mund të konkludohet që implementimi i rregullave dhe normave fetare mund të ndikoj pozitivisht në funksionimin e ndërmarrjeve në vendin tonë.

Lidhur me faktin se nëse kompanitë që mundohen të inkorporojnë gjegjësisht të funksionojnë bazuar në parimet fetare, mundohen këtë gjë ta bëjnë përmes gjetjes së formave të financimit ku përqindje më të madhe e të anketuarve kishin mendim neutral (38.70%), për të vijuar më pas me ato që pajtohen me këtë konstatim (36.78%), ato që nuk pajtohen (13.03%) dhe në përqindje më të vogël janë shprehur se plotësisht pajtohen (9.20%) dhe aspak nuk pajtohen (2.30%). Pra, nuk kemi një mendim të prerë nga të anketuarit rreth asaj nëse kompanitë që mundohen të funksionojnë në këtë drejtim tentojnë të gjejnë burime financimi për të vazhduar të vepruarit sipas parimeve fetare.

LITERATURA E PËRDORUR

- Altinay L and Wang CL (2011). The influence of an entrepreneur's socio-cultural characteristics on the entrepreneurial orientation of small firms. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(4), 673-694.
- Alwis WD and Senathiraja R (2003). The impact of socio-cultural background of the entrepreneur on management and business practices of selected small and medium scale businesses in Sri Lanka. In 9th International Conference on Sri Lanka Studies, 28th–30th November,
- Anderson GM (1988). Mr. Smith and the Preachers: The Economics of Religion in the Wealth of Nations. *Journal of Political Economy*, 96(5):1066-1088
- Audretsch David B, Bonte Werner, Pawan Tamvada Jagannadha. "Religion and Entrepreneurship," CEPR Discussion Paper No. DP6378, 2007
- Carswell, P., & Rolland, D. (2004). The role of religion in entrepreneurship participation and perception. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 1 (3-4), 280-286
- D. Pistrui and J. Fahed-Sreih, "Towards an Understanding of Islam and Muslim Entrepreneurship in the Middle East," in *Entrepreneurship: values and Responsibility*, W.W. Gasparski. C. L. Ryan and S. Kwiatkowski, Ed. New Jersey, NJ: Transaction, Inc., 2010, pp. 221–235.
- Dana, L. P. (2009). Religion as an explanatory variable for entrepreneurship. *The international journal of entrepreneurship and innovation*, 10(2), 87-99.
- Dana, L. P. (2010). *Entrepreneurship and religion*. Edward Elgar Publishing.
- Dodd SD and Gotsis G (2007). The interrelationships between entrepreneurship and religion. *The International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 8(2): 93-104.
- Ebu Hamid El Gazali "RREGULLAT E SJELLJES GJATË FITIMIT DHE SIGURIMIT TË JETESËS"
- Greenblatt, S. (Ed.). (2010). *Cultural Mobility*. Cambridge: Cambridge University Press
- Gümüşay, A. (2014). Entrepreneurship from an Islamic perspective. *Journal of Business Ethics*, May.
- Hassan, K.M. and Hippler III, J.W. (2014) 'Entrepreneurship and Islam: an overview', *Econ Journal Watch*, Vol. 11, No. 2, pp.170–178.
- Sahih el Buhari – Imam Zejnudin Ahmed Ibn Abdul –Latif Zebidi
- https://www.progresibotime.com/post.php?p_id=470

- I. Wielen, *Impact of Religion on Business Ethics in Europe and the Muslim World: Islamic versus Christian tradition*, Berlin: Peter Lang, 1997. [[19] A. Sadeq, "Islamic banking and economic development," in *Proc. International Conference on Islamic Banking*, no. 1993, 1993.
- Isa A and Shitu S (2015). *Impact of religion on entrepreneurial intention of university students in Kano state, Nigeria*. In *Proceedings of ICIC2015—International Conference on Empowering Civilization in the 21st Century*: 6-7.
- J. E. Austin and E. Reficco, "Corporate social entrepreneurship (working paper)," Harvard: Harvard Business School, 2009. [34] S. A. Hamid and C. Z. Sa'ari, "Reconstructing entrepreneur's development based on al-Qur'an and al-Hadith," *International Journal of Business and Social Science (The Special Issue on Social Science Research)*, vol. 2, no. 19, pp. 110–116, 2011.
- J. T. Borhan and M. R. Ab. Aziz, "Agriculture and agribusiness from the perspective of al-qur'an and al-sunnah," *Jurnal Usuluddin*, vol. 30, no. 2009, pp. 325–344, 2009.
- Jusuf El Kardavi "Hallalli dhe Harami në Islam"
- Khan, M.A. (1994) *An Introduction to Islamic Economics*, The International Institute of Islamic Thought, Islamabad, Pakistan
- L.-P. Dana, "Religion as an explanatory variable for entrepreneurship," in *The World Encyclopaedia of Entrepreneurship*, L.-P. Dana, Ed. Cheltenham: Edward Elgar, UK, 2011, pp. 359–376.
- M. R. Ab. Aziz, "Opportunity for agro entrepreneur in developing agro initiative in islamic banking in Malaysia," *The Journal of Animal & Plant Sciences*, vol. 21, no. 2, pp. 290–302, 2011.
- M. Solaiman and S. Yasmin, "Entrepreneurship development for rehabilitation of muslim youth – investigating the role of Islamic Bank Bangladesh Ltd. (IBBL)," *Business Management Dynamics*, vol. 1, no. 9, pp. 13–21, Mar. 2012),
- Nair, K. R. G., & Pandey, A. (2006). Characteristics of entrepreneurs: an empirical analysis. *Journal of Entrepreneurship*, 15(1), 47-61.
- Nunziata, L., & Rocco, L. (2011). *The implications of cultural background on labour market choices: The case of religion and entrepreneurship* (No. 6114). Discussion Paper series, Forschungsinstitut zur Zukunft der Arbeit.
- P. Sullivan, "Islam, economic development in the Arab World," presentation at Centre for the Study of Islam and Democracy, National Defence University, November 17, 2004.
- R. I. Beekun, *Islamic Business Ethics*, Virginia: International Institute of Islamic Thought, 1996.

- Ramadani, V. and Schneider, R. (2013) 'Introduction', in Entrepreneurship in the Balkans: Diversity, Support and Prospects, pp.1–12, Springer, UK
- Ramadani, V. Dana, L-P., Gerguri-Rashiti, S. Ratten, V. (2017). Entrepreneurship and management in an Islamic Context, Cham, Springer.
- Ratten, V. (2014) 'Entrepreneurship in developing regions', International Journal of Entrepreneurship and Small Business, Vol. 22, No. 2, pp.135–137
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. Academy of Management Review , 25, 217-236
- Siddiqi, M.N. (1972) *The Economic Enterprise in Islam*, Islamic Publications, Lahore.
- Stevenson, H. (1983). A Persepctive on Entrepreneurship. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.
- Valliere D (2008). Exploring Buddhist influence on the entrepreneurial decision. International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research, 14(3): 172-191.
- Zelekha, Y., Avnimelech, G., & Sharabi, E. (2014). Religious institutions and entrepreneurship. Small Business Economics, 42 (4), 747-767.
- HYRJE NË SISTEMIN FINANCIAR ISLAM, Titulli origjinal: AN INTRODUCTION TO ISLAMIC FINANCE Botoi: Idaratul Ma'arif – Karaçi, Pakistan, Botimi i parë, 1999. Nga Anglishtja: Mr. Rejhan Neziri

SHTOJCA

Pyetsori

Religjioni si Variabël Eksploruese e Orientimit Ndërmarrës

Të nderuar pjesëmarrës !!!! Ju lutem të gjeni 5 minuta koha që të kontribuoni në këtë studim!

Ky studim ka të bëjë me çështje që ndërlidhen me Ndikimin e Religjionit si Variabël në Orientimin Ndërmarrës të Kompanive. Përgjigjet tuaja do të jenë anonime dhe pyetësi do të përdoret vetëm për qëllime akademike, respektivisht për tezë masteri.

1. Gjinia *

- Mashkull
- Femër

2. Mosha *

- Më pak se 20
- 21-30
- 31-40
- Me shume se 41
- Tjetër:

3. Edukimi *

- e mesme
- fakultet
- magjistraturë
- doctorate

4. Mesatarja e të ardhurave familjare *

- Deri në 250 €
- 251-400 €
- 401-600 €
- më shumë se 600 €

5. Religjioni gjithmonë ndikon te unë që të konsideroj prejardhjen e produkteve që i konsumoj *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

6. Për shkak të çështjeve religjioze, preferoj të blej produkte nga ndermarrjet që praktikojnë parimet religjioze *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

7. Religjioni është arsyeja kryesore që unë zgjedh oferta nga ndermarrje të ndryshme *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

8. Shitoret nuk kujdesën për asortimentin e produkteve që nuk janë në harmoni me vlerat religjioze të konsumatorëve *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

9. Ndërmarrjet më tepër kujdesën për profitin e tyre se sa mbrojtjen e vlerave religjioze të konsumatorëve *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

10. Bizneset ne vendin tonë u permbahen rregullave dhe normave fetare *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

11. Bizneset ne vendin tonë kanë njohuri në lidhje me rregullat fetare *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

12. Ndërmarrjet i përdorin burime /resurset e tyre në përputhshmeri me parimet fetare gjatë bizneseve të tyre *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

13. Ndërmarrjet i marrin ne konsiderate parimet fetare gjate veprimeve te tyre *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

14. Dispozitat religjioze ndikojnë në përmirësimin e kualitetit të shërbimeve ne biznes *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

15. Kompanitë mundë të funksionojnë me mirë ne pergjithesi nëse u permbahe rregullave dhe normave fetare *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

16. Kompanitë qe mundohen të veprojnë në bazë të parimeve fetare mundohen të gjejnë burime financimi për te funksionuar në këtë mënyrë *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

17. Ndërmarrësit e vlerësojnë rolin dhe rëndësinë e aspekteve fetare *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

18. Ndërmarrësit shpesh ndikohen në zhvillimin e aktiviteteve ndërmarrëse në bazë të rregullave dhe normave të parapara në Islam *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem

19. Klientët nxiten nga ndërmarrjet që ndërmarrin aktivitete ndërmarrëse në bazë të rregullave dhe normave të parapara në Islam *

- Aspak nuk pajtohem
- Nuk pajtohem
- Neutral
- Pajtohem
- Plotësisht pajtohem