



Prof. Asoc. Dr. Ledia Thoma (Boshnjaku)

Profesor i Asociuar në "Marketing"

Departamenti Drejtim Agrobiznesi

Fakulteti i Ekonomisë dhe Agrobiznesit

Universiteti Bujqësor i Tiranës

Email: ledia.thoma@ubt.edu.al

Karriera/Arsimi

2013	Profesor i Asociuar
2007 – 2009	Asistent Lektore
2009 – Aktualisht.	Lektore
2003 – 2009	Doktore e Shkencave në Ekonomi dhe Agrobiznes,
2012 – 2020	Drejtuese e Grupit Mësimor Kërkimor Marketing,
2020 – Aktualisht	Përgjegjëse e Departamentit "Drejtim Agrobiznesi"
1999 – 2000	Diplomë e Studimeve të Thelluara Pasuniversitare në Marketing Agroushqimor, Instituti Mesdhetar Agronomik i Saragozës, Spanjë.
2000 – 2001	Master i Shkencave në Marketing Agroushqimor, Instituti Mesdhetar Agronomik i Saragozës, Spanjë.
1994 – 1999	Diplomë universitare, Titulli: Ekonomist Agrar i specializuar në Ekonomi dhe Politika Agrare,
2017 – Aktualisht	Disa përvoja si profesor i ftuar në: • Instituto Politecnico de Viana do Castelo, Portugali • Warshaw University of Life Sciences, Poloni • University of Economics in Katowice, Poloni • Università degli Studi di Milano, Itali • Estonian University of Life Sciences, Estoni • Università degli Studi della Tuscia, Itali • WSB University, Dobrowa Gornicza, Poloni

Fokusi i kërkimit

Marketing dhe sjellje konsumatore e orientuar kryesisht nga produktet ushqimore, Analiza e tregjeve bujqësore dhe ushqimore

Fokusi i mësimdhënies

Marketing, Kërkim dhe Analizë Tregu, Cmimet dhe Tregjet e Produkteve Bujqësore

Publikime

Numri total i botimeve: 35



Google Scholar:

https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2C5&q=ledia+thoma&btnG=



ResearchGate: <https://www.researchgate.net/profile/Ledia-Thoma>



ID e ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-8883-3505>

Disa nga botimet më të rëndësishme

- The mediating effects of personal values on the factors that influence consumer leftovers food waste Luga, E., Mehmeti, G., **Thoma, L.**, Cela, Sh., Shehu, 2025, Edelweiss Applied Science and Technology 9 (5)
- Ways to reduce food waste – A qualitative approach from the business perspectives, Luga, E., Mehmeti, G., **Thoma, L.**, Cela, Sh., Shehu, 2025, International journal of Economics, Commerce and Management 13 (6), 313-326
- Who is paying more for Organic Food? – Evidence from a Developing Country Considering Socio-Demographic Characteristics o Consumers, Boboli, I., **Thoma, L.**, Mano R., Transactions in Business and Economics – WSEAS, 2023, Vol. 20, 1167-1177,
- Disconfirmation of Taste as a Measure of Trust in Brands: An Experimental Study on Mineral Water, Kokthi, E., **Thoma, L.**, Saary, R., Kelemen-Erdos, A., Foods - MDPI 2022, Vol. 11, Issue 9, 1276,
- Butchers Willingness to Pay for Packed Lamb Meat: Case of Tirana Butchers Shops, Muca, E., **Thoma, L.**, Kapaj, A., Guri, F., Mediterranean Journal of Social Studies, 2013, Vol.4, No.9. pp.554-557, ISSN: 2039-9340 (Print), 2039-2117 (online).
- Ethical food, perceptions and challenges: The case of Albanian consumers, **Thoma, L.**, Boshnjaku, A., International Journal of Economy, Commerce and Management, 2025, Vol.13, Issue 3, pp. 103-118, ISSN 2348 0386.
- Assessment of customer satisfaction in fast food restaurants: A comparative study between Burger King and KFC in Tirana, Albania, **Thoma, L.**, Boshnjaku, A., Dafa, J., Duda, D., International Journal of Economy, Commerce and Management, 2025, Vol.13, Issue 3, pp. -10, SSN 2348 0386.