

Katedra Technologii Gastronomicznej i Higieny Żywności  
Wydział Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji  
Szkoła Główna Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie  
Warszawa, ul. Nowoursynowska 159c

### Recenzja

w postępowaniu habilitacyjnym **dr inż. Marty Sajdakowskiej**  
obejmująca ocenę osiągnięcia naukowego w postaci cyklu publikacji  
**pt. Uwarunkowania konsumenckiej akceptacji zmian jakości wybranych produktów**  
**żywnościowych** oraz pozostałego dorobku naukowego, organizacyjnego i dydaktycznego

Recenzję opracowano na wniosek Centralnej Komisji ds. Stopni i Tytułów Naukowych i pisma sekretarza Komisji dr hab. Magdaleny Górnickiej z dnia 8.04.2019 r. Do recenzji przedłożono dokumentację składającą się z: Autoreferatu w języku polskim i angielskim, Wykazu opublikowanych prac naukowych, udziału w projektach badawczych, współpracy międzynarodowej, osiągnięć naukowych i popularyzacji nauki, Oświadczeń współautorów określających indywidualny wkład każdego z nich w powstanie osiągnięcia naukowego, kserokopii publikacji zgłoszonych jako osiągnięcie naukowe Kandydatki, Kopii dyplomu doktora nauk rolniczych, płyty CD.

### **Sylwetka habilitantki i przebieg pracy zawodowej – najważniejsze fakty z życiorysu zawodowego**

Pani dr inż. Marta Sajdakowska jest absolwentką Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie, Wydziału Żywnienia Człowieka oraz Gospodarstwa Domowego. Tytuł magistra inżyniera z zakresu technologii żywności i żywienia uzyskała w 1999 roku, na podstawie pracy na temat *Ocena znajomości praw konsumentów na rynku żywności w świetle badań ankietowych*. Stopień doktora nauk rolniczych w dyscyplinie technologia żywności i żywienia, w specjalności żywienie człowieka dr inż. Sajdakowska uzyskała w 2003 roku na macierzystej uczelni. Rozprawę doktorską na temat: *Wpływ kraju pochodzenia produktu na zachowania konsumentów na rynku żywności*, przygotowała pod kierunkiem prof. dr hab. Krystyny Gutkowskiej.

Pracę zawodową Habilitantka rozpoczęła w 2004 roku w Stacji Sanitarno-Epidemiologicznej, Głównego Inspektoratu Sanitarnego. Następnie w latach 2004-2008 była zatrudniona w Wyższej Szkole Ekologii i Zarządzania jako wykładowca, a od 2006 roku do chwili obecnej jest zatrudniona w Katedrze Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji, Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji, SGGW w Warszawie, początkowo na stanowisku asystenta (2006-2008), a następnie adiunkta (od 2008 r.).

### **Ocena osiągnięcia naukowego**

Dr inż. Marta Sajdakowska jako osiągnięcie naukowe przedstawiła cykl 6 jednotematycznych, oryginalnych prac twórczych, które zatytułowała *Uwarunkowania konsumenckiej akceptacji zmian jakości wybranych produktów żywnościowych*. Sumaryczny Impact Factor publikacji wchodzących w skład cyklu, według bazy Journal Citation Report wynosi 9,561; a liczba punktów według wytycznych MNiSW to 133. Jedna z przedstawionych publikacji pochodzi z czasopisma nieindeksowanego w danym roku (2017), ale ranga czasopisma jest wysoka, a treść spójna z pozostałymi artykułami wchodzącymi w skład osiągnięcia i stanowi z nimi integralną całość. Wszystkie przedstawione prace są współautorskie. W 5 pracach Habilitantka jest pierwszym autorem, a w jednej drugim autorem. Była w nich autorem wiodącym i korespondencyjnym. Swój udział w tych pracach doktorantka ocenia na 40 – 60% (w trzech 40%, w jednej - 45%, w innych - 50% i 60%). Do dokumentacji dołączono stosowne oświadczenia współautorów. Publikacje ukazały się w latach 2012-2019. Prace będące osiągnięciem naukowym zostały opublikowane w następujących czasopismach: *Journal of Consumer Behaviour*; *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość* (2 prace); *Nutrients*; *Sustainability*; *Public Health*. Są to czasopisma o uznanej międzynarodowej i krajowej renomie.

Udział Habilitantki w każdej z publikacji jest znaczny i obejmuje prace koncepcyjne, przegląd literatury, dyskusję wyników, sformułowanie wniosków, przygotowanie opracowania, jak również korektę manuskryptu po recenzjach.

Autorka przedstawiając swój autoreferat opisała cele swojego opracowania, wyznaczając cel główny i cele szczegółowe. Celem głównym było określenie uwarunkowań konsumenckiej akceptacji zmian jakości wybranych produktów żywnościowych. Do celów szczegółowych należały:

1. Identyfikacja poziomu akceptacji zmian w wybranych grupach produktów żywnościowych;

2. Określenie znaczenia cech socjo-demograficznych w akceptacji zmian na rynku żywności;
3. Określenie znaczenia czynników psychospołecznych w akceptacji zmian na rynku żywności;
4. Określenie znaczenia zmian, postrzeganych przez konsumentów jako prozdrowotne, wprowadzonych w wybranych grupach produktów żywnościowych.

Jako hipotezę główną przyjęto, że zmiany w produktach żywnościowych ukierunkowane na atrybuty zdrowotne żywności zwiększają konsumentką akceptację tych produktów, co może być wynikiem wzrastającej wiedzy konsumentów na temat zależności między żywieniem a zdrowiem.

Publikacje przedstawione jako kluczowe osiągnięcie Habilitantki to:

1. Sajdakowska M., Jankowski P., Gutkowska K., Guzek D., Żakowska-Biemans S., Ozimek I., 2018. Consumer acceptance of innovations in food: A survey among Polish consumers. *Journal of Consumer Behaviour*, 17, 253-267.
2. Gutkowska K., Sajdakowska M., Żakowska-Biemans S., Kowalczyk I., Kozłowska A., Olewnik-Mikołajewska A., 2012. Poziom akceptacji zmian na rynku żywności pochodzenia zwierzęcego w opinii konsumentów. *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*, 5(84), 187-202.
3. Sajdakowska M., Gębski J., Gutkowska K., Żakowska-Biemans S., 2018. Importance of Health Aspects in Polish Consumer Choices of Dairy Products. *Nutrients*, 10, 1007, 1-12.
4. Sajdakowska M., Jeżewska-Zychowicz M., 2017. Postawy konsumentów wobec pieczywa a postrzeganie chleba z dodatkiem błonnika. *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*, 24, 4(113), 113-125.
5. Sajdakowska M., Królak M., Zychowicz W., Jeżewska-Zychowicz M., 2018. Acceptance of Food Technologies, Perceived Values and Consumers' Expectations towards Bread. A survey among Polish sample. *Sustainability*, 10, 1281, 2-16.
6. Sajdakowska M., Gębski J., Żakowska-Biemans S., Jeżewska-Zychowicz M., 2019. Willingness to eat bread with health benefits: habits, taste and health in bread choice. *Public Health*, 167, 78-87.

Warty podkreślenia jest spójny dobór publikacji stanowiący treść osiągnięcia naukowego. Publikacja wyników w wysoko punktowanych czasopismach naukowych, w których przeszły już szczegółową ocenę recenzentów, dokumentuje ich jakość i wartość naukową.

W **publikacji 1** porównano wyniki badań konsumentek prowadzonych na ogólnopolskich próbach w latach 2004 i 2011. Wykazano zmianę w postrzeganiu żywności pochodzącej z ekologicznej metody produkcji z najmniej istotnej w 2004 roku do najważniejszej w 2011.

W ocenianym okresie konsumenci stali się bardziej otwarci na nowości, a osoby o wyższym poziomie wykształcenia i dochodów były bardziej zainteresowane informacją na temat wartości odżywczej i wpływu na zdrowie. Analiza zachowań konsumentów wobec innowacji żywieniowych wśród produktów pochodzenia zwierzęcego umożliwiła wyodrębnienie 4 segmentów konsumentów: 1) stanowczo odrzucających innowacje, 2) częściej odrzucających innowacje niż je akceptujących, 3) akceptujących innowacje, 4) stanowczo akceptujących innowacje. W badaniu odnotowano również istotny wpływ wieku, wykształcenia i dochodów na akceptację innowacyjnej żywności.

W **publikacji 2** przedstawiono również wyniki badań konsumenckich na temat akceptacji zmian w produktach żywnościowych pochodzenia zwierzęcego. Wysoki poziom akceptacji większości zaproponowanych innowacji zależał od cech socjodemograficznych konsumentów, takich jak: wiek, wykształcenie, sytuacja dochodowa gospodarstwa domowego. Wyniki badań potwierdziły wyższy poziom akceptacji większości zmian w żywności pochodzenia zwierzęcego wśród młodych konsumentów, o wyższych dochodach i wyższym poziomie wykształcenia.

W **publikacji 3** ponownie podjęto temat poziomu akceptacji przez polskich konsumentów zmian w żywności, na przykładzie produktów mlecznych. Wybór tego rodzaju produktów jest jak najbardziej słuszny, ze względu na fakt, iż w ich składzie dokonywanych jest wiele innowacji, takich jak np. obniżenie zawartości tłuszczu. Oryginalnym walorem tych badań było wyodrębnienie 4 segmentów konsumentów (Entuzjastów, Zaangażowanych, Ultra-zaangażowanych, Neutralnych), o różnym poziomie zainteresowania innowacjami w odniesieniu do żywności.

Scharakteryzowanie poszczególnych grup konsumentów i ocena cech socjodemograficznych w wymienionych trzech publikacjach ma wymiar aplikacyjny. Daje możliwości wykorzystania uzyskanych wyników w działaniach marketingowych przedsiębiorstw na rynku żywności i skierowania odpowiednich strategii komunikacyjnych do konkretnych grup konsumentów.

Kolejne **publikacje 4, 5 i 6** dotyczyły pieczywa. W **publikacji 4** określono najważniejsze czynniki uwzględniane przez konsumentów podczas wyboru pieczywa, takie jak: smak, świeżość, termin przydatności do spożycia, wygląd ogólny. W **publikacji 6** potwierdzono uzyskane wyniki na temat najważniejszych czynników wyboru pieczywa: świeżość, smak, naturalność, walory zdrowotne. Określono ponadto inne czynniki: cenę, termin przydatności do spożycia, znajomość produktu, wygląd, dodatek ziaren i błonnika. Wykazano wpływ płci na

wybór pieczywa o charakterze prozdrowotnym, o obniżonej zawartości soli. Mężczyźni istotnie częściej zwracali uwagę na ten aspekt pieczywa. W **publikacji 5** dokonano analizy znaczenia technologii stosowanych w produkcji produktów zbożowych do zwiększenia ich wartości odżywczej przez dodatek wapnia czy błonnika. W tym przypadku wyodrębniono 3 grupy konsumentów: Entuzjastów, Tradycjonalistów, Sceptyków. Uzyskane wyniki mogą być wykorzystane przez producentów pieczywa do skutecznego znakowania produktów i komunikowania odpowiednich treści marketingowych np. określonych korzyści w celu wyboru przez nich tych produktów. Mogą też znaleźć zastosowanie w realizacji strategii reformulacji składu produktów żywnościowych celem np. redukcji poziomu soli oraz podwyższenia zawartości błonnika pokarmowego w diecie. W publikacji potwierdzono, że prozdrowotna postawa konsumentów wobec produktów zbożowych bardziej niż postawa hedonistyczna skłaniały do poszukiwania chleba z podwyższoną zawartością błonnika. W opublikowanych pracach zweryfikowano i potwierdzono postawione hipotezy.

Analiza 6 prac dr inż. Marty Sajdakowskiej przedstawionych jako osiągnięcie naukowe pozwala na następujące stwierdzenia:

- Kandydatka do stopnia doktora habilitowanego wykazuje się umiejętnością identyfikacji problemów naukowych wymagających rozwiązania;
- Habilitantka umie planować działania, co zaowocowało przeprowadzeniem spójnych badań;
- Warsztat badawczy Habilitantki jest na wysokim poziomie naukowym.

Badania przedstawione przez Habilitantkę jako osiągnięcie naukowe wnoszą dużą wartość poznawczą i aplikacyjną do wiedzy z zakresu technologii żywności i żywienia. Poznanie właściwego segmentu konsumentów i odpowiedniego sposobu komunikowania marketingowego, zwłaszcza w przypadku produktów innowacyjnych, pozwoli na udane wprowadzenie nowych produktów na rynek. Jest to bardzo ważne, gdyż wiele nowo opracowanych produktów cechuje wysoki wskaźnik niepowodzeń wdrożeń rynkowych. Aby osiągnąć sukces rynkowy nowego produktu należy bowiem zrozumieć potrzeby konsumentów i dokonać segmentacji rynku, aby działania marketingowe skierować do właściwych odbiorców. Wzrastająca wiedza i świadomość żywieniowa konsumentów powodują, że badania konsumenckie należy prowadzić w sposób ciągły, aby nadążać za zmieniającymi się potrzebami i oczekiwaniami konsumentów. Identyfikacja nowych grup konsumentów (profilu konsumentów) w odniesieniu do produktów mlecznych i pieczywa pozwoli na skierowanie działań z zakresu komunikacji marketingowej do

odpowiednich klientów. Może być także wykorzystana do polityki w zakresie prawidłowego odżywiania się.

Podsumowując ocenę osiągnięcia naukowego dr inż. Marty Sajdakowskiej pt. *Uwarunkowania konsumenckiej akceptacji zmian jakości wybranych produktów żywnościowych*, stwierdzam, że spełnia ono wymagania stawiane osiągnięciom koniecznym do uzyskania stopnia doktora habilitowanego, będąc opracowaniem oryginalnym. Osiągnięcie Habilitantki wnosi wkład do wiedzy o uwarunkowaniach postrzegania jakości żywności przez konsumentów.

### **Ocena działalności naukowej**

Poza publikacjami wchodzącymi w skład osiągnięcia, zainteresowania naukowo-badawcze dr inż. Marty Sajdakowskiej związane są z tematyką badania postaw oraz zachowań konsumentów na rynku żywności. Podejmowała ona tematy, takie jak:

1. Znaczenie wybranych atrybutów żywności w postrzeganiu jakości;
2. Innowacje i innowacyjność konsumencka na rynku żywności;
3. Kraj pochodzenia jako czynnik wyboru żywności w opinii konsumentów;
4. Skłonność do płacenia określonej ceny (WTP-willingness to pay) za produkty żywnościowe o zmienionej charakterystyce.

Prace dotyczyły konsumenckiej percepcji oraz akceptacji mięsa i jego przetworów, produktów tradycyjnych, a także innowacyjnych wyrobów piekarskich. Powstały w zespołach badawczych krajowych i międzynarodowych.

Habilitantka w latach 2009-2017 opublikowała 8 prac w publikacjach w czasopiśmie naukowych znajdujących się w bazie Journal Citation Reports (JCR). Łączna suma punktów za te publikacje wyniosła 202 (MNiSW), a IF wyniósł 16,482 (zgodnie z rokiem opublikowania). Artykuły opublikowano w czasopiśmie, takich jak: *Animal Science Papers and Reports*, *Appetite*, *Cereal Foods World*, *Food Quality and Preference*, *Meat Science*, *Nutrients*, *Polish Journal of Food and Nutrition Sciences*, *Żywność. Nauka. Technologia. Jakość*. Habilitantka po doktoracie opublikowała ponadto 27 prac w czasopiśmie z listy B wykazu MNiSW, o łącznej sumie punktów 274. Była też autorką 1 rozdziału w monografii naukowej w języku angielskim i 3 rozdziałów w języku polskim i angielskim, 19 abstraktów oraz 5 rozdziałów w materiałach konferencyjnych w języku polskim i angielskim. Dorobek naukowy dr Marty Sajdakowskiej, uwzględniający osiągnięcie naukowe, obejmuje łącznie 78 publikacji o całkowitej liczbie IF=26,043 (w tym 9,561 – stanowi osiągnięcie) oraz 620 punktów według wykazu

MNiSW (w tym 133 – stanowi osiągnięcie). Większość publikacji powstała po obronie pracy doktorskiej – 596 punktów. Prace dr inż. Marty Sajdakowskiej były cytowane 338 razy według bazy ICI Web of Science (współczynnik Hirscha - 3), 406 razy według bazy Scopus (indeks Hirscha – 4) i 860 razy według bazy Google Scholar (indeks Hirscha – 9).

Habilitantka uczestniczyła jako wykonawca w 2 projektach międzynarodowych:

1. GM and non GM-supply chains – their **COEX**istence and **TRA**ceability/ Współistnienie produktów zmodyfikowanych genetycznie i niezmienionych oraz kontrola ich przemieszczania w łańcuchach dystrybucji (projekt z 6PR, finansowany ze środków UE, 2005-2009);
2. Traditional United Europe Food/ Żywność tradycyjna w Zjednoczonej Europie) (projekt z 6PR, finansowany ze środków UE, 2006-2010).

Była również uczestnikiem 5 projektów krajowych:

1. *BIOŻYWNOSĆ – innowacyjne, funkcjonalne produkty pochodzenia zwierzęcego* (projekt POIG.01.01.02-14-090/09, lata 2009-2015) – jako wykonawca i kierownik podzadania 1.4.: *Analiza skłonności konsumentów do zapłacenia wyższych cen za innowacyjne produkty pochodzenia zwierzęcego*;
2. *PROOPTIBEEF – Optymalizacja produkcji wołowiny w Polsce, zgodnie ze strategią „od widelca do zagrody”* (projekt POIG.01.03.01-00-204/09, lata 2009-2015) – jako wykonawca;
3. *BIOPRODUKTY, innowacyjne technologie wytwarzania prozdrowotnych produktów piekarskich i makaronu o obniżonej kaloryczności* (projekt POIG.01.03.01-14-041/012, 2013-2015) – jako wykonawca;
4. Grant promotorski KBN nr 5H02C 054 20: *Wpływ kraju pochodzenia produktu na decyzje nabywcze konsumentów na rynku żywności* (2001-2003) – jako wykonawca;
5. Zadanie badawcze, grant wewnętrzny wydziału WNoŻCZiK, SGGW w Warszawie: *Znaczenie etnocentryzmu konsumenckiego w zachowaniach konsumentów na rynku żywności* (2013-2014) – jako kierownik i wykonawca.

Przy ocenie dorobku Habilitantki nie można pominąć jej uczestnictwa w konferencjach naukowych oraz prezentowania na nich referatów (11 wystąpień, w tym 3 na konferencjach międzynarodowych) bądź posterów (12 posterów, w tym 5 w języku angielskim), co również potwierdza Jej znaczącą aktywność naukową. Liczba wystąpień być może jest większa, jednak

w autoreferacie trudno się zorientować w tej liczbie, gdyż niektóre pozycje są dwukrotnie podawane, raz jako wystąpienie, raz jako referaty i abstrakty w recenzowanych materiałach konferencyjnych krajowych i międzynarodowych (suma 27). Można przypuszczać, że Habilitantka wymieniła tylko wystąpienia osobiście wygłaszane. Drobnym uchybieniem jest zakwalifikowanie wystąpień na konferencjach międzynarodowych odbywających się w Polsce, jako wystąpień na konferencjach zagranicznych. Z kolei zagraniczne konferencje zostały ujęte jedynie jako abstrakty w materiałach konferencyjnych, nie wiadomo więc czy były to referaty, wystąpienia czy postery.

Podsumowując, uważam, że dr inż. Marta Sajdakowska jest pracownikiem naukowym o wyraźnie zdefiniowanych zainteresowaniach naukowych skoncentrowanych na badaniach z zakresu postaw i zachowań konsumentów oraz postrzegania przez nich jakości żywności, ze szczególnym uwzględnieniem produktów innowacyjnych. Wyniki badań mają aspekt praktyczny ze względu na ich przydatność dla przedstawicieli przemysłu do opracowania skutecznych kampanii informacyjnych, w tym również informowania o walorach zdrowotnych, gdyż wiele ocenianych w badaniach produktów miało charakter prozdrowotny.

#### **Opinia o dorobku dydaktycznym, popularyzatorskim, organizacyjnym oraz współpracy międzynarodowej**

Dr inż. Marta Sajdakowska prowadzi rozległe działania edukacyjne w Katedrze Organizacji i Ekonomiki Konsumpcji. Są to zajęcia dla studentów WNoŻCziK z przedmiotów: Ochrona konsumenta, Ochrona konsumenta na rynku żywności, Prawo żywnościowe, Nowe trendy w konsumpcji, Zachowania konsumenckie, Badania marketingowe na rynku żywności, Badania marketingowe na rynku usług, jak również zajęcia dla studentów zagranicznych (Erasmus) – Consumer Behaviour. Habilitantka prowadzi również zajęcia dla innych wydziałów: Wydziału Nauk Ekonomicznych oraz Wydziału Inżynierii Produkcji, SGGW. Jest autorką programów przedmiotów: Ochrona konsumenta, Ochrona konsumenta na rynku żywności, Prawo żywnościowe oraz Prawne aspekty rynku żywnościowego.

Habilitantka była promotorem 26 prac magisterskich i 16 prac inżynierskich. Podejmowała też opiekę merytoryczną nad pracami studentów z Koła Naukowego Dietetyków przy realizacji badań z zakresu zjawiska fałszowania żywności (soków owocowych, miodu, mleka i przetworów mlecznych, oliwy z oliwek), jak również referatu na konferencję. Była opiekunem roku na trzech



kierunkach studiów: żywienie człowieka i ocena żywności (lata 2013-2016), dietetyka (2013-2016) oraz gastronomia i hotelarstwo (2013-2016).

W zakresie działań organizacyjnych, Habilitantka była członkiem wydziałowej Komisji Wyborczej (2016). Brała udział w pracach Komisji zajmującej się weryfikacją i opracowaniem sylabusów przedmiotów realizowanych na macierzystym wydziale (2016). Była członkiem komisji w obronach prac inżynierskich i magisterskich (2013-2018), a także członkiem komisji oceniającej blok tematyczny Żywienie Człowieka i Gospodarstwo Domowe w kolejnych edycjach Olimpiady Wiedzy i Umiejętności Rolniczych (2007-2019). W latach 2008-2019 brała czynny udział w reprezentowaniu wydziału w czasie DNI SGGW.

W zakresie działalności popularyzatorskiej dr inż. Marta Sajdakowska wykazuje się mniejszą aktywnością. Przygotowała 1 artykuł popularno-naukowy do czasopisma Wieś Jutra. Przemysł rolno spożywczy (2001), dwa szkolenia o praktycznym charakterze dla producentów oraz przedsiębiorców działających na rynku żywności tradycyjnej (2008, 2009), warsztaty żywieniowe dla uczniów szkoły podstawowej (2010) i jeden wykład w ramach Wszechnicy Żywieniowej WNoŻCziK, SGGW w Warszawie (2014).

Bardziej szeroka jest współpraca międzynarodowa Habilitantki. W latach 2006-2010 uczestniczyła ona w 14 międzynarodowych spotkaniach projektowych i warsztatach, realizowanych w ramach projektów z 6. Programu Ramowego, a organizowanych przez partnerów reprezentujących:

- The Norwegian Institute of Food, Fisheries and Aquaculture Research, Nofima, Norwegia;
- Institute of Agrifood Research and Technology IRTA, Hiszpania;
- L'Institut national de la recherche agronomique, French National Institute for Agricultural Research INRA, Francja;
- Ghent University, Belgia.

Podsumowując tę część oceny stwierdzam, że dr inż. Marta Sajdakowska jest aktywnym pracownikiem dydaktycznym o wysokich kompetencjach.

### **Podsumowanie**

Uwzględniając całokształt dorobku ujęty w przesłanej dokumentacji dr inż. Marty Sajdakowskiej popieram jej starania o awans naukowy. Mając na względzie dorobek naukowy, organizacyjny i dydaktyczny Habilitantki uważam, że jest on wysoce wartościowy.

Na podstawie analizy przedstawionej dokumentacji awansowej dr inż. Marty Sajdakowskiej stwierdzam, że osiągnięcia naukowe, dydaktyczne, organizacyjne i popularyzatorskie spełniają kryteria do uzyskania awansu naukowego (stopnia doktora habilitowanego) wymagane Ustawą (art. 16, ust.4 Ustawy z dnia 14 marca 2003 r. o stopniach i tytule naukowym oraz o stopniach i tytule w zakresie sztuki. Dz. U. Nr 65, poz. 595 z późniejszymi zmianami).

Stawiam zatem wniosek do Rady Wydziału Nauk o Żywieniu Człowieka i Konsumpcji Szkoły Głównej Gospodarstwa Wiejskiego w Warszawie o podjęcie uchwały w sprawie nadania dr inż. Marcie Sajdakowskiej stopnia doktora habilitowanego w zakresie technologii żywności i żywienia.



dr hab. Ewa Czarniecka-Skubina