

Wizytówka naukowa kandydata na promotora

Marta Sajdakowska, dr hab.	
Dyscyplina naukowa/dyscypliny naukowe	Technologia żywności i żywienia
Rozwój zawodowy (stopnie i tytuły naukowe) chronologicznie	2019 r. - doktor habilitowany nauk rolniczych w dyscyplinie technologia żywności i żywienia 2003 r. - doktor nauk rolniczych w dyscyplinie technologia żywności i żywienia
Najważniejsze publikacje/patenty/ z ostatnich 3 lat (maksymalnie 10)	<ol style="list-style-type: none"> 1. Sajdakowska M., Gębski J., Jeżewska-Zychowicz M., Królak M. (2021). Consumer choices in the Brad Market: The Importance of Fiber in Consumer Decisions. <i>Nutrients</i>, 13 (1) 132. 2. Guzek D., Głąbska D., Sajdakowska M., Gutkowska K. (2020). Analysis of Association between the Consumer Food Quality Perception and Acceptance of Enhanced Meat Products and Novel Packaging in a Population-Based Sample of Polish Consumers. <i>Foods</i>, 9, 1526. 3. Sajdakowska M., Gębski J., Guzek D., Gutkowska K., Żakowska-Biemans S. (2020). Dairy Products Quality from a Consumer Point of View: Study among Polish Adults. <i>Nutrients</i>, 2020, 12 (5), 1503. 4. Sajdakowska M., Żakowska-Biemans S., Gutkowska S. (2019). Food of Polish origin and its attributes in consumer opinion. <i>ŻYWNOSĆ-Nauka. Technologia. Jakość</i>, 26 (1), 155-172. 5. Sajdakowska M., Tekień A. (2019). To raise or not to raise the level of ingredients in yoghurts: Polish consumer preferences regarding dairy products. <i>Nutrients</i>, 11 (10), 2526. 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. <i>Public Health</i>, 167, 78-87. 7. Sajdakowska M., Gębski J., Gutkowska K., Żakowska-Biemans S. (2018). Importance of Health Aspects in Polish Consumer Choices of Dairy Products. <i>Nutrients</i>, 10, 1007. 8. 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. <i>Journal of Consumer Behaviour</i>, 17, 253-267. 9. 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. <i>Sustainability</i>, 10, 1281, 2-16. 10. Żakowska-Biemans S., Sajdakowska M., Issanchou S. (2016). Impact of innovation on consumers liking and willingness to pay for traditional sausages. <i>Polish Journal of Food and Nutrition Sciences</i>, 66, 2, 119-127.

Doświadczenie w pracy z doktorantami (obronione doktoraty, otwarte przewody), chronologicznie	Promotor prac magisterskich i inżynierskich (dotychczas zrealizowano około 50 prac magisterskich i inżynierskich).
Dorobek projektowy/grantowy (z ostatnich 10 lat)	<ul style="list-style-type: none"> • 2019; <i>Style zakupowe</i>. Badania realizowane na potrzeby <i>AGRORAPORTU 2019</i> przygotowanego na zlecenie Banku BNP Paribas; wykonawca (opracowanie artykułów z tematyki spożywczej na portale Agronomist.pl). • 2013-2015; <i>BIOPRODUKTY, Innowacyjne technologie wytwarzania prozdrowotnych produktów piekarskich i makaronu o obniżonej kaloryczności</i> (nr umowy Projektu POIG.01.03.01-14-041/012); wykonawca zad. 1 pt. (Analiza rynku produktów zbożowych i zachowań konsumentów; realizacja i raportowanie badań). • 2013-2014; <i>Znaczenie etnocentryzmu konsumenckiego w zachowaniach konsumentów na rynku żywności</i>, Grant Wydziałowy; kierownik i wykonawca. • 2009-2015; <i>BIOŻYWNOSĆ, Innowacyjne, funkcjonalne produkty pochodzenia zwierzęcego</i> (nr umowy Projektu POIG.01.01.02-14-090/09), wykonawca zad. 1 (Badania konsumenckie i eksperckie; realizacja i raportowanie badań nt. postaw i zachowań konsumentów wobec produktów żywnościowych pochodzenia zwierzęcego oraz podwyższania jakości i akceptacji innowacji); kierownik podzadania 1.4. nt.: „Analiza skłonności konsumentów do zapłacenia wyższych cen za innowacyjne produkty pochodzenia zwierzęcego”. • 2009-2015; <i>PROOPTIBEEF, Optymalizacja produkcji wołowiny w Polsce, zgodnie ze strategią „od widelca do zagrody</i> (nr umowy Projektu POIG.01.03.01-00-204/09); wykonawca zad. 1 (Badania konsumenckie i eksperckie; realizacja i raportowanie badań). • 2006-2010; <i>TRUEFOOD, Traditional United Europe Food, Żywność tradycyjna w Zjednoczonej Europie</i> (kontrakt nr 016264; FP6-FOOD); wykonawca.
Zakres tematyczny – problem badawczy – do rozwiązania którego poszukuje się doktoranta	<ul style="list-style-type: none"> • analiza zachowań konsumentów na rynku żywności z uwzględnieniem m.in. uwarunkowań psychologicznych, ekonomicznych, prawnych i społeczno-etycznych; • znaczenie odpowiedzialnej konsumpcji i produkcji w decyzjach nabywczych konsumentów; • znaczenie nowych produktów żywnościowych, w tym m.in. produktów o postrzeganych korzyściach zdrowotnych w decyzjach nabywczych konsumentów.
<u>Dane kontaktowe:</u> Wydział/Instytut Adres e-mail Telefon	Instytut Nauk o Żywieniu Człowieka marta_sajdakowska@sggw.edu.pl 22 59 37 145