

T 162327

นํ้านมเป็นอาหารที่มีคุณค่าทางโภชนาการสูงและเป็นที่ยอมรับโดยคนมากขึ้นเรื่อยๆ ปัจจุบันมีเกษตรกรผู้เลี้ยงโคนมจำนวนมากในจังหวัดเชียงใหม่ ซึ่งเป็นผู้ผลิตนํ้านมดิบให้แก่ผู้ประกอบการบรรจุและจำหน่ายในท้องตลาด การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์หลักเพื่อสำรวจคุณภาพนํ้านมชนิดต่างๆที่มีจำหน่ายในท้องตลาดในจังหวัดเชียงใหม่ และสำรวจความต้องการของผู้บริโภคที่เกี่ยวข้องกับการบริโภคนํ้านมในจังหวัดเชียงใหม่ ทำการสุ่มตัวอย่างนํ้านมชนิดต่างๆที่มีจำหน่ายมาทำการตรวจสอบองค์ประกอบต่างๆทางห้องปฏิบัติการ และทำการสุ่มตัวอย่างประชากรเพื่อทำแบบสอบถามเกี่ยวกับการบริโภคนํ้านม ทั้งนี้กำหนดให้สัดส่วนตัวอย่างนํ้านมและตัวอย่างประชากรที่ดอบแบบสอบถาม เท่ากับสัดส่วนประชากรในอำเภอต่างๆ (Stratified sampling) ทำการศึกษาระหว่างเดือนตุลาคม 2546 ถึง กันยายน 2547 ใน 21 อำเภอในจังหวัดเชียงใหม่

จากตัวอย่างทั้งหมด 1718 ตัวอย่าง เป็นนํ้านม UHT 935 ตัวอย่าง นํ้านมพาสเจอร์ไรซ์ 438 ตัวอย่าง นํ้านมสเตอไรซ์ 302 ตัวอย่างและนํ้านมต้ม 43 ตัวอย่าง พบว่านํ้านม UHT พาสเจอร์ไรซ์ และสเตอไรซ์ มีค่าเฉลี่ยเปอร์เซ็นต์ไขมัน โปรตีน แลคโตส ของแข็งพร่องมันเนย(solid not fat) ปริมาณแคลเซียมและฟอสฟอรัสสูงกว่านํ้านมต้มอย่างมีนัยสำคัญ ($p < 0.01$) นํ้านมต้ม 70% และ 98% มีค่าเปอร์เซ็นต์ไขมันและของแข็งพร่องมันเนยต่ำกว่ามาตรฐาน นํ้านม UHT และสเตอไรซ์ 100% นมพาสเจอร์ไรซ์ 95% ไม่พบการปนเปื้อนเชื้อ Coliform และ แบคทีเรียทั้งหมด นํ้านมต้ม 66% ไม่พบเชื้อ Coliform 44% มีแบคทีเรียปนเปื้อนต่ำกว่ามาตรฐาน ไม่พบการปนเปื้อนเชื้อ *Salmonella*, *S. aureus* และ *C. perfringens* แคลเมียมหรือตะกั่วในตัวอย่างนมทุกชนิด

จากผู้ตอบแบบสอบถาม 1074 ราย เป็นผู้ดื่มนํ้านมเอง 92.6% เหตุผลที่สำคัญที่สุดที่ดื่มนํ้านม คือ เพื่อสุขภาพ (79.4%) ส่วนใหญ่ชอบดื่มนมรสจืดมากที่สุด(42.5%) รองลงมาคือรสหวาน(32.9%)และรสช็อคโกแลต(10.8%)ตามลำดับ ปัจจัยที่มีอิทธิพลต่อการเลือกซื้อนํ้านมที่สำคัญที่สุดคือคุณค่าทางโภชนาการ(81%) รองลงมาคือรสชาติ(66.8%)และราคา(55.3%)ตามลำดับ อย่างไรก็ตามผู้บริโภคส่วนใหญ่ (89.2%) ไม่ทราบองค์ประกอบของนํ้านม แม้ว่าส่วนใหญ่จะอ่านฉลากก่อนซื้อ(91.8%) โดยสรุปนํ้านมที่มีจำหน่ายตามท้องตลาดมีคุณภาพดี ผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับคุณภาพของนํ้านม

Abstract

TE 162327

Milk is a popular health drink, which contains various nutritious elements. Nowadays, there are several dairy producers supplying raw milk to the processing factory in Chiang Mai. This study was designed to examine the quality of ready to drink milk in Chiang Mai market. And to determine Chiang Mai milk consumers' behaviors. Milk samples were collected for laboratory testing of component and contamination, and questionnaire was used to record consumers' behavior. A stratified sampling procedure was used to select milk and questionnaire reponder. The number of samples and questionnaire from each district in Chiang Mai were equal to the proportion of the population in that district or group of districts.

A total of 1718 milk samples tested include 935 UHT milk samples, 438 pasteurized milk samples, 302 sterilize milk samples and 43 boiled milk samples. The majority of UHT, pastrurize and sterilize milk had average fat, protein, lactose, total solid, solid not fat, calcium and phosphorus significantly ($p < 0.01$) higher than boiled milk. A large percentage of boiled milk had total solid (70%) and solid nor fat(98%) lower than the standard issued by the ministry of public health. No coliform was found in UHT and sterilize milk, while 5% and 34% of pasteurize milk and boiled milk were contaminated. No Salmonella *s. aureus*. *C. perfringens*. cadmium or lead was found in any milk sample.

From a total of 1074 questionnaire responders, 92.6% consume milk. The majority of consumers consumed milk for health(79.4%), preferred natural flavour milk(42.5%) than sweeten (32.9%) and chocolate(10.8%) flavour. The most important factor for choosing milk product is nutritional component(81%) followed by taste (66.8) and price(55.3%). Most consumers did not know the milk composition although most read label(91.8%). In conclusion, ready to drink milk in Chiang Mai market had acceptable quality and the consumers were concerned about the quality of milk product they bought.