การวิเคราะห์เชิงบริบทและจิตวิทยาวัฒนธรรมในการประยุกต์ใช้เฉดสีแห่งปี 2025 Mocha Mousse ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ร่วมสมัย

นางสาวศกลวรรณ ศรีสังข์* นางสาวกานต์พิชชา โพธิ์เจริญ และนายกฤชกำภู หุ่นอินทร์
สาขาวิชาศิลปประยุกต์และออกแบบผลิตภัณฑ์ ภาควิชาเทคโนโลยีศิลปอุตสาหกรรม คณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ กรุงเทพมหานคร
E-mail: sakonwan.s@archd.kmutnb.ac.th*

รับเมื่อ: 23 มิถุนายน 2569
แก้ไขเมื่อ: 30 มิถุนายน 2569
ตอบรับเมื่อ: 30 มิถุนายน 2569

บทคัดย่อ

งานวิจัยเชิงวิเคราะห์ฉบับนี้ มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาบริบทการประยุกต์ใช้และความหมายเชิงสุนทรียศาสตร์ของเฉดสีแห่งปี 2025 ของสถาบันสีแพนโทน (Pantone) คือ สีมอคค่ามูส Mocha Mousse (PANTONE 17-1230) ในกลุ่มงานออกแบบกราฟิกและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ โดยมุ่งเน้นวิเคราะห์รูปแบบการแสดงออกทางศิลปะ ปัจจัยแวดล้อมทางสังคมวัฒนธรรม และกลไกเชิงจิตวิทยา งานวิจัยนี้ใช้ระเบียบวิธีวิจัยเชิงคุณภาพผ่านการวิเคราะห์เนื้อหา โดยรวบรวมข้อมูลปฐมภูมิจากสถาบันสีแพนโทน ได้แก่ บทวิเคราะห์แนวโน้ม แถลงการณ์ และข้อมูลเชิงเทคนิค ซึ่งมีเกณฑ์การคัดเลือกเฉพาะเอกสารที่เผยแพร่โดยตรงและเกี่ยวข้องกับการประกาศสีมอคค่ามูส Mocha Mousse ร่วมกับข้อมูลทุติยภูมิจากเอกสารวิชาการด้านจิตวิทยาของสี สัญวิทยา และพฤติกรรมผู้บริโภคที่น่าเชื่อถือและตีพิมพ์ รวมถึงการรวบรวมตัวอย่างเชิงประจักษ์ของการใช้งานจริงในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ ขั้นตอนการดำเนินการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลเพื่อให้สามารถตรวจสอบได้อย่างเป็นระบบประกอบด้วย 4 ขั้นตอนหลัก ได้แก่ 1) การรวบรวมและจัดรหัสข้อมูลตามปัจจัยแวดล้อมและรูปแบบการประยุกต์ใช้ 2) การสกัดและวิเคราะห์เนื้อหาเจาะลึกเพื่อถอดรหัสความหมายแฝงเชิงสัญลักษณ์ 3) การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงเชิงบริบทระหว่างลักษณะโทนสีอุ่นกับพฤติกรรมผู้บริโภคยุคปัจจุบัน 4) การสังเคราะห์และผลการศึกษาเชิงพรรณนา พบว่าสีมอคค่ามูส Mocha Mousse ถูกนำมาใช้เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ใน 3 บริบทหลัก ได้แก่ การออกแบบอัตลักษณ์องค์กรเพื่อสะท้อนความหรูหราที่เรียบง่าย การออกแบบสื่อดิจิทัลเพื่อลดทอนความกระด้างของเทคโนโลยี และการตลาดสิ่งพิมพ์ที่เน้นการสื่อสารเรื่องความยั่งยืน การวิเคราะห์เชิงทฤษฎีชี้ให้เห็นว่า โทนสีน้ำตาลอุ่นนี้ทำหน้าที่เป็นตัวแทนเชิงสัญลักษณ์ที่ตอบสนองต่อสภาวะจิตใจของผู้บริโภคยุคปัจจุบันที่เผชิญกับสภาวะความล้าทางดิจิทัล และโหยหาความมั่นคงทางอารมณ์ ข้อค้นพบนี้สรุปได้ว่า สีแห่งปี 2025 ไม่ได้เป็นเพียงกระแสนิยมตามแฟชั่นระยะสั้น แต่เป็นภาษาภาพที่สะท้อนการเปลี่ยนแปลงเชิงบริบทในการใช้จิตวิทยาของสีเพื่อสร้างความมั่นคง อบอุ่น ความไว้วางใจ การใกล้ชิดธรรมชาติ และการสื่อสารที่เน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลางในยุคหลังดิจิทัล

คำสำคัญ: งานออกแบบกราฟิก จิตวิทยาของสี แพนโทน อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ มอคค่ามูส

A Contextual and Cultural Psychological Analysis of the 2025 Color of the Year Mocha Mousse Application in the Contemporary Creative Industry

Sakonwan Srisang*, Karnpitcha Pocharoen, Kritkamphu Hunain

Department of Applied Art and Product Design, Department of Industrial Arts Technology, Faculty of Architecture and Design, King Mongkut's University of Technology North Bangkok, Bangkok

E-mail: sakonwan.s@archd.kmutnb.ac.th*

Received: 23 June 2026
Revised: 30 June 2026
Accepted: 30 June 2026

Abstract

This analytical research examines the application contexts and aesthetic implications of the Pantone Color of the Year 2025, Mocha Mousse (PANTONE 17-1230), within graphic design and creative industries, focusing on forms of artistic expression, socio-cultural factors, and psychological mechanisms. Employing a qualitative content analysis methodology, primary data including trend reports, press releases, and technical documentation were gathered from the Pantone Color Institute, selecting only official materials directly related to the Mocha Mousse announcement. This was integrated with secondary data from credible academic literature on color psychology, semiotics, and consumer behavior, alongside empirical examples of real-world applications in the creative industries. To ensure a verifiable and systematic process, the analysis and synthesis involved four main steps 1) data collection and coding based on environmental factors and application patterns 2) in-depth content analysis to decode symbolic connotations 3) contextual linkage analysis between warm tones and contemporary consumer behavior 4) synthesis and descriptive reporting of the findings. The results show that Mocha Mousse serves as a strategic tool in three primary contexts: corporate identity design reflecting understated luxury, digital media design mitigating technological rigidity, and print marketing emphasizing sustainability. Theoretical analysis suggests that this warm brown tone acts as a symbolic representation addressing digital fatigue and the desire for emotional stability among modern consumers. In conclusion, the Color of the Year 2025 is not merely a transient fashion trend, but a visual language reflecting a contextual shift in utilizing color psychology to cultivate stability, warmth, trust, natural connection, and human-centric communication in the post-digital era.

Keywords: Graphic design, Color psychology, Pantone, Creative industries, Mocha mousse

1. บทนำ

สีไม่ใช่เพียงแค่ปรากฏการณ์ทางฟิสิกส์ของการสะท้อนแสงบนวัตถุเข้าสู่ดวงตาของมนุษย์เท่านั้น แต่สีคือ "สัญญะ" (Sign) ที่ถูกสร้างขึ้น ประกอบร่าง และให้ความหมายโดยมนุษย์ผ่านกาลเวลา [1] การศึกษาประวัติศาสตร์ของสีจึงเป็นการศึกษาประวัติศาสตร์ของอารยธรรมมนุษย์ ทั้งในแง่ของการจัดลำดับชั้นทางสังคม อำนาจทางการเมือง จิตวิทยา และนวัตกรรมทางความงาม

ในอุตสาหกรรมการออกแบบระดับสากล สีทำหน้าที่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ (Strategic Tool) ที่มีอิทธิพลต่อระบบการรับรู้ อารมณ์ และพฤติกรรมของผู้บริโภคอย่างมีนัยสำคัญ [2] สถาบันสีแพนโทน (Pantone Color Institute) ในฐานะองค์กรผู้นำด้านมาตรฐานสีสากล ได้กำหนดทิศทางหลักในทุกปีผ่านโครงการ Pantone Color of the Year สำหรับปี 2025 เฉดสี "Mocha Mousse" (PANTONE 17-1230) ได้รับการประกาศให้เป็นสีแห่งปีเพื่อสะท้อนจิตวิญญาณแห่งยุคสมัย (Zeitgeist) ท่ามกลางความเร่งรีบและความผันผวนของระบบนิเวศดิจิทัล [3]

สภาวะสังคมร่วมสมัยในช่วงปัจจุบันเผชิญกับภาวะที่เรียกว่า ความเร่งทางเทคโนโลยีขั้นสุด (Hyper-Technological Acceleration) ซึ่งการเข้ามาของปัญญาประดิษฐ์ (AI) และโลกเสมือนได้ลดทอนปฏิสัมพันธ์ทางกายภาพของผู้คนลง ส่งผลให้เกิดปฏิกิริยาย้อนกลับในเชิงจิตวิทยาวัฒนธรรม เกิดวาทกรรมความล้าทางดิจิทัล (Digital Fatigue) และการโหยหาสิ่งแทนทางกายภาพ (Tactile Desires) การศึกษาวิจัยครั้งนี้จึงตั้งอยู่บนวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์บริบทการใช้งานและรูปแบบการประยุกต์ใช้เฉดสีดังกล่าวในสื่อประเภทต่าง ๆ ผ่านกระบวนการวิเคราะห์เชิงคุณภาพ เพื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์เชิงเหตุผลระหว่างการเลือกใช้สีของนักออกแบบ กับแนวโน้มพฤติกรรมผู้บริโภคที่หันมาให้ความสำคัญกับความยั่งยืนและความผ่อนคลายเชิงจิตวิทยาสู่การประยุกต์ใช้จิตวิทยาเชิงลึกในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์อย่างเป็นรูปธรรม [4]

ที่ผ่านมามีการศึกษาเกี่ยวกับจิตวิทยาของสีในงานออกแบบอย่างแพร่หลาย แต่ส่วนใหญ่มักมุ่งเน้นไปที่การตอบสนองเชิงพฤติกรรมศาสตร์ระยะสั้น หรือการประยุกต์ใช้ในเชิงพาณิชย์โดยทั่วไป อย่างไรก็ตาม ยังขาดแคลนงานวิจัยที่วิเคราะห์ความเชื่อมโยงระหว่าง สภาวะทางสังคมร่วมสมัย สภาวะวิกฤตและความล้าทางดิจิทัล กับ รหัสสัญวิทยาทางสี (Color Semiotics) โดยเฉพาะอย่างยิ่งกรณีศึกษาเฉพาะเจาะจงของเฉดสี Pantone ประจำปี 2025 มอคค่ามูส (Mocha Mousse) ซึ่งทำหน้าที่เป็นปรากฏการณ์ทางวัฒนธรรม (Cultural Phenomenon) มากกว่าเป็นเพียงกระแสความนิยมตามฤดูกาล การวิจัยครั้งนี้จึงเติมเต็มช่องว่างทางวิชาการดังกล่าว โดยใช้กรอบวิเคราะห์เชิงจิตวิทยาวัฒนธรรม เพื่อสร้างความเข้าใจและให้เหตุผลเชิงวิชาการว่า เพราะเหตุใดสีเฉดนี้จึงกลายเป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ที่สำคัญในการสร้างสรรค์สุนทรียภาพที่ตอบสนองต่อสภาวะจิตใจของมนุษย์ในยุคหลังดิจิทัล

2. วัตถุประสงค์ของโครงการ/ผลงาน

1. เพื่อวิเคราะห์บริบททางสังคมและจิตวิทยาวัฒนธรรมที่มีอิทธิพลต่อการกำหนดเฉดสี มอคค่ามูส (Mocha Mousse) PANTONE 17-1230 เป็นสีแห่งปี 2025

2. เพื่อศึกษาความหมายเชิงสัญวิทยาและสุนทรียศาสตร์ของเฉดสี Mocha Mousse ในฐานะภาษาภาพ (Visual Language) ที่สร้างปฏิสัมพันธ์เชิงพื้นที่และหน้าจอดิจิทัล

3. เพื่อวิเคราะห์รูปแบบการประยุกต์ใช้เฉดสีประจำปี 2025 ในบริบทงานออกแบบอัตลักษณ์องค์กร สื่อดิจิทัล และอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ร่วมสมัย

3. ระเบียบวิธีวิจัย

งานวิจัยฉบับนี้เป็นงานวิจัยเชิงคุณภาพ ที่มุ่งเน้นการศึกษาเอกสาร โดยใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบการวิเคราะห์เนื้อหา (Content Analysis) เพื่อศึกษาบริบทและความหมายของสีประจำปี 2025 โดยมีรายละเอียดของแหล่งข้อมูลและขั้นตอนการดำเนินการดังนี้

3.1 แหล่งข้อมูลและเกณฑ์การคัดเลือกเอกสาร

การวิจัยครั้งนี้ได้รวบรวมข้อมูลจาก 2 แหล่งหลัก โดยมีเกณฑ์การคัดเลือกเพื่อให้ได้ข้อมูลที่สะท้อนถึงบริบททางสังคมและจิตวิทยาของสีดังนี้

ข้อมูลปฐมภูมิ จากสถาบันสีแพนโทน (Pantone Color Institute)

ด้านแหล่งข้อมูล บทความวิเคราะห์แนวโน้มสีประจำปี (Pantone Color of the Year 2025 Trend Report), แถลงการณ์อย่างเป็นทางการ (Press Releases), บทสัมภาษณ์ของผู้บริหารสถาบัน, และข้อมูลเชิงเทคนิคจากเว็บไซต์ทางการของ Pantone

ด้านเกณฑ์การคัดเลือก เลือกเฉพาะเอกสารอ้างอิงที่เผยแพร่โดยตรงจาก Pantone ที่มีความเกี่ยวข้องกับการประกาศสี มอคค่ามูส (Mocha Mousse) PANTONE 17-1230 โดยต้องครอบคลุมเนื้อหาเกี่ยวกับแรงบันดาลใจในการเลือกสี การวิเคราะห์สภาพสังคมมหภาค (Macro-analysis) และทิศทางการนำสีไปประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

ข้อมูลทุติยภูมิ (Secondary Sources) จากเอกสารวิชาการและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

ด้านแหล่งข้อมูล วารสารวิชาการ บทความวิจัยที่เกี่ยวข้องกับทฤษฎีจิตวิทยาของสี (Color Psychology), ทฤษฎีสัญวิทยา (Semiotics), การออกแบบนิเทศศิลป์ และพฤติกรรมผู้บริโภค

ด้านเกณฑ์การคัดเลือก คัดเลือกเอกสารที่มีความน่าเชื่อถือทางวิชาการ มีการตีพิมพ์หรือเผยแพร่ในช่วง 10 ปีที่ผ่านมา ยกเว้นทฤษฎีรากฐานที่สำคัญ และมีเนื้อหาที่สามารถนำมาอธิบายปรากฏการณ์ร่วมสมัย เช่น สภาวะความล้าทางดิจิทัล (Digital Fatigue) ความโหยหาธรรมชาติ และทฤษฎีการสื่อสารความหมายของโทนสีน้ำตาล

ตัวอย่างเชิงประจักษ์ รวบรวมกรณีศึกษาการประยุกต์ใช้โทนสี Mocha Mousse ในงานออกแบบอัตลักษณ์องค์กร ผลิตภัณฑ์ และสื่อดิจิทัล ที่ปรากฏจริงในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์

3.2 ขั้นตอนการวิเคราะห์เนื้อหา

ผู้วิจัยได้ดำเนินการวิเคราะห์และสังเคราะห์ข้อมูลอย่างเป็นระบบ เพื่อตอบวัตถุประสงค์ของการวิจัยผ่าน 4 ขั้นตอนหลัก โดยสรุปเป็นตารางดังนี้

ตารางที่ 1 สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาและสังเคราะห์ข้อมูล

ขั้นที่ 1 การรวบรวมและจัดรหัสข้อมูล
นำเอกสารที่ผ่านเกณฑ์การคัดเลือกมาอ่านทำความเข้าใจและกำหนดรหัสโดยจัดหมวดหมู่ข้อมูลตามกรอบแนวคิดการวิจัย 1) ปัจจัยแวดล้อมทางสังคมและเทคโนโลยี 2) การตีความเชิงจิตวิทยาและสัญวิทยา 3) รูปแบบการประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์
ขั้นที่ 2 การสกัดและวิเคราะห์ความหมาย
วิเคราะห์เจาะลึกเนื้อหา (In-depth Analysis) จากเอกสารของ Pantone โดยนำมาเทียบเคียงกับกรอบทฤษฎีจิตวิทยาและสัญวิทยา เพื่อถอดรหัสความหมายแฝง (Signified) ของสี Mocha Mousse เช่น การทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์ของความมั่นคงทางอารมณ์ และการปลอบประโลมจิตใจ

ตารางที่ 1 สรุปขั้นตอนการดำเนินการวิเคราะห์เนื้อหาและสังเคราะห์ข้อมูล (ต่อ)

ขั้นที่ 3 การวิเคราะห์ความเชื่อมโยงเชิงบริบท
นำผลที่ได้จากการตีความมาอธิบายความเชื่อมโยงกับบริบทของสังคมในยุคปัจจุบัน เพื่อค้นหาคำตอบว่าลักษณะทางกายภาพของโทนสีน้ำตาลอุ่นนี้ ตอบสนองต่อพฤติกรรมของผู้บริโภคที่โหยหาความยั่งยืนและความเรียบง่ายในยุคหลังดิจิทัลอย่างไร
ขั้นที่ 4 การสังเคราะห์และเรียบเรียงผลการศึกษา
นำข้อค้นพบทั้งหมดมาสังเคราะห์เชิงพรรณนาวิเคราะห์ (Descriptive Analysis) และเรียบเรียงโครงสร้างเพื่อนำเสนอเป็นบทความวิชาการ โดยเน้นการอธิบายให้เห็นถึงภาพรวมว่า สีประจำปีไม่ใช่เพียงแฟชั่นชั่วคราว แต่เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ทางภาษาภาพ ที่ถูกนำมาใช้อย่างเป็นรูปธรรมในงานออกแบบ

3.3 กรอบแนวคิดการวิจัย

ผู้วิจัยได้บูรณาการทฤษฎีเพื่อสร้างกรอบแนวคิดที่แสดงความเชื่อมโยงเชิงระบบ ระหว่างบริบททางสังคมไปสู่การประยุกต์ใช้ในงานออกแบบ โดยมีลำดับความสัมพันธ์ดังนี้

3.3.1 ปัจจัยกระตุ้น สภาวะสังคมที่เต็มไปด้วยความล้าทางดิจิทัล ความผันผวนทางเศรษฐกิจ และกระแสการเรียกร้องความยั่งยืน

3.3.2 กลไกการตีความ สังคมใช้กลไกจิตวิทยาสีเพื่อแสวงหาความมั่นคงและการปลอบประโลม และใช้ทฤษฎีสัญวิทยาในการเปลี่ยน มอคค่ามูส (Mocha Mousse) ให้เป็น สัญญะ ที่เชื่อมโยงกับธรรมชาติ ความถ่อมตัว ความน่าเชื่อถือ และความรื่นรมย์

3.3.3 ผลลัพธ์การประยุกต์ใช้ ในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์รับรหัสสัญลักษณ์เหล่านี้ไปใช้เป็นกลยุทธ์ เช่น การออกแบบอัตลักษณ์แบบหรูหราที่เรียบง่าย การสร้างพื้นที่ดิจิทัลที่ลดความกระด้าง และการสื่อสารการตลาดด้านสิ่งแวดล้อม

4. การวิเคราะห์ข้อมูล

บริบทของสีเชิงวัฒนธรรม สีมักถูกใช้เพื่อบ่งบอกสถานะและอำนาจ เนื่องจากในยุคโบราณ สีบางชนิดสกัดได้ยากและมีต้นทุนสูงมาก หนึ่งในตัวอย่างที่ชัดเจนที่สุดคือ สีม่วงไทเรียน (Tyrian Purple) ของชาวฟินิเชียน (Phoenicians) ซึ่งสกัดจากต่อมเมือกของหอยทากทะเลจำนวนมหาศาลเพื่อให้ได้สีย้อมเพียงเล็กน้อย ความยากลำบากนี้ทำให้สีม่วงกลายเป็นสัญลักษณ์ของราชวงศ์และชนชั้นสูงในจักรวรรดิโรมันและไบแซนไทน์ กฎหมาย Sumptuary laws ในยุคนั้นถึงขั้นกำหนดโทษประหารชีวิตสำหรับสามัญชนที่สวมใส่สีนี้ [5]



รูปที่ 1 สีม่วงไทเรียน (Tyrian Purple) Tyrian Purple ถูกจำกัดการใช้งานอยู่เฉพาะคนชั้นสูงในอดีต
ที่มา: https://www.seejorakay.com/blog/tyrian-purple/

อียิปต์โบราณยังเป็นชาติแรกที่สามารถสังเคราะห์สีขึ้นมาได้สำเร็จ นั่นคือ สีน้ำเงินอียิปต์ (Egyptian Blue) ซึ่งมีความเชื่อมโยงกับจิตวิทยาความเชื่อเรื่องแม่น้ำไนล์ ท้องฟ้า และความเป็นอมตะ แสดงให้เห็นว่าสีถูกใช้ในฐานะเครื่องมือทางจิตวิญญาณเพื่อยึดโยงมนุษย์เข้ากับเทพเจ้า [6]



รูปที่ 2 สีน้ำเงินอียิปต์ก้อนผงสีน้ำเงิน (บนซ้าย) เม็ดสีในรูปผง (ล่างซ้าย) และสีที่ทาลงบนหน้ากากมัมมี่อียิปต์ (ขวา)
ที่มา: https://exhibitions.kelsey.lsa.umich.edu /ancient-color/blue.php

ในด้านจิตวิทยา ทฤษฎีสีของโยฮันน์ วอล์ฟกัง ฟอน เกอเธ่ [7] ได้วางรากฐานว่ามนุษย์ตอบสนองต่อสีในเชิงอารมณ์มากกว่าฟิสิกส์

เกอเธ่ เสนอว่าสีเหลืองเชื่อมโยงกับแสงสว่างและความรื่นเริง ในขณะที่สีน้ำเงินเชื่อมโยงกับความมืดและอารมณ์เศร้า ซึ่งต่อมา งานวิจัยทางจิตวิทยาสมัยใหม่ได้ยืนยันว่าสีมีผลต่อการรับรู้และพฤติกรรมของมนุษย์จริง เช่น สีแดงที่สามารถกระตุ้นอัตราการเต้นของหัวใจและเชื่อมโยงกับทั้งความอันตรายและแรงดึงดูดทางเพศ [8]

บริบททางการเมืองและการทหาร สีทำหน้าที่เป็นสัญลักษณ์รวมหมู่ (Collective Symbol) ที่ทรงพลังที่สุดในการแบ่งแยกอุดมการณ์และการสร้างศัตรูทางการเมือง โดยที่สีแดง เป็นตัวอย่างของการพลิกผันทางความหมายทางการเมืองที่ชัดเจนที่สุด ในยุคกลาง สีแดงคือสีของพระสันตะปาปาและอำนาจศักดิ์สิทธิ์ แต่หลังจากการปฏิวัติฝรั่งเศสจนถึงการปฏิวัติรัสเซีย สีแดงได้ถูกนำมาใช้เป็นสัญลักษณ์ของขบวนการแรงงาน สังคมนิยม เพื่อสื่อถึงเลือดของประชาชนที่หลั่งรินเพื่อการต่อสู้ทางชนชั้น [9]

ในอดีต เครื่องแบบทหารมักใช้สีสันฉูดฉาดเพื่อสร้างขวัญกำลังใจ ข่มขู่ศัตรู และช่วยให้มองเห็นได้ง่ายในสมรภูมิที่เต็มไปด้วยควันปืน เสื้อแดง (Redcoats) ของกองทัพจักรวรรดิอังกฤษในศตวรรษที่ 18-19 เป็นตัวอย่างของการใช้สีเพื่อแสดงอำนาจและระเบียบวินัยที่เข้มงวด อย่างไรก็ตาม เมื่อเทคโนโลยีอาวุธปืนพัฒนาขึ้น มีความแม่นยำและยิงได้ไกลขึ้น เครื่องแบบสีสดใสกลับกลายเป็นเป้านิ่ง จุดเปลี่ยนสำคัญเกิดขึ้นในช่วงสงครามบัวร์ (Boer War) และสงครามโลกครั้งที่ 1 เมื่อกองทัพทั่วโลกต้องละทิ้งสีสันและหันมาใช้ สีกากี (Khaki) และ สีเขียวมะกอก (Olive Drab) เพื่อการพรางตัว (Camouflage) ซึ่งสะท้อนการเปลี่ยนผ่านของยุทธวิธีทางการทหารที่เน้นการเอาตัวรอดมากกว่าการแสดงตัวตน [10]



รูปที่ 3 เครื่องแบบทหารของอังกฤษในศตวรรษที่ 18
ที่มา:https://www.blockdit.com/posts/61e81f66c99281c3edbfb23e

บริบทด้านแฟชั่นและความงาม ประวัติศาสตร์แฟชั่นและความงามถูกปฏิวัติอย่างสิ้นเชิงในศตวรรษที่ 19 ด้วยวิทยาศาสตร์ สีกระโดดข้ามจากโลกของชนชั้นสูงมาสู่มวลชนผ่านนวัตกรรมทางเคมี

ในปี 1856 วิลเลียม เฮนรี พอร์กิน นักเคมีวัย 18 ปี ได้ค้นพบ สีม่วงสังเคราะห์ (Mauveine) โดยบังเอิญในขณะที่พยายามสกัดยารักษาโรคมาลาเรียจากน้ำมันดิน (Coal tar) การค้นพบนี้ทำให้สีม่วงซึ่งเคยแพงลิบลิ่วกลายเป็นสีที่ผลิตซ้ำได้ในโรงงานอุตสาหกรรม นำไปสู่ปรากฏการณ์ Mauve Measles หรือกระแสความคลั่งไคล้แฟชั่นสีม่วงในยุควิกตอเรีย [11] และถือเป็นจุดกำเนิดของอุตสาหกรรมสีย้อมและแฟชั่นสมัยใหม่ในด้านความงามลิปสติกสีแดงได้

ทำหน้าที่มากกว่าเครื่องสำอาง ในช่วงสงครามโลกครั้งที่ 2 การทาลิปสติกสีแดงถูกผลักดันให้เป็นหน้าที่ของสตรีชาวอเมริกันและอังกฤษ เพื่อแสดงถึงความยืดหยุ่น และเพื่อต่อต้านอดอล์ฟ ฮิตเลอร์ (ซึ่งมีรายงานว่าเกลียดเครื่องสำอาง) สีแดงบนริมฝีปากจึงกลายเป็นบริบทของความรักชาติและการยืนหยัดของผู้หญิงในภาวะสงคราม [12]



รูปที่ 4 ชุดเดรสผ้าไหมย้อมสีม่วงอมชมพูแบบวิคตอเรียน จัดแสดงอยู่ที่พิพิธภัณฑ์วิทยาศาสตร์แห่งลอนดอน
ที่มา: https://researchoutreach.org/articles/mystery-victorian-purple-dye/

จากข้อมูลทางด้านการวิจัย และข้อมูลเชิงประวัติศาสตร์เกี่ยวกับบริบทในด้านต่างๆ สื่อให้เห็นถึงความสัมพันธ์ของสีกับการสื่อสารทางด้านอารมณ์ การให้ความหมายทางด้านสัญลักษณ์ และความรู้สึกเสมอมาปัจจุบันสีประจำปี 2025 คือ PANTONE 17-1230 มอคค่ามูส (Mocha Mousse) รหัส PANTONE 17-1230 เป็นสีน้ำตาลโทนอุ่น ที่ให้ความรู้สึกเรียบง่าย สบายตา อบอุ่น และผ่อนคลาย สะท้อนถึงความต้องการความสงบสุข และการกลับคืนสู่ธรรมชาติในยุคปัจจุบัน [3]

ค่าสีเชิงเทคนิค (Technical Specs)

Hex: #A47864

RGB: 164, 120, 100

CMYK: 0, 27, 39, 360



รูปที่ 5 PANTONE 17-1230 Mocha Mousse
ที่มา: https://www.pantone.com

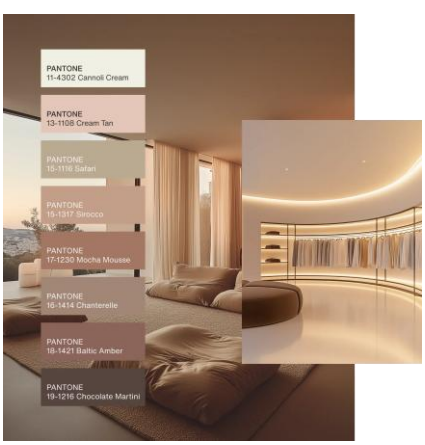
ลักษณะสี เป็นโทนสีน้ำตาลที่ให้ความรู้สึกอบอุ่น นุ่มนวล และเข้มข้น คล้ายกับสีของช็อกโกแลตและกาแฟ ได้แรงบันดาลใจจากกลิ่นอายของกาแฟและช็อกโกแลต ความหมาย สื่อถึงความสบายใจ ความเรียบง่ายที่นำมาซึ่งความสุข การเชื่อมโยงกับธรรมชาติ และความยั่งยืน



รูปที่ 6 โทนสี มอคค่ามูส (Mocha Mousse)
ที่มา: https://www.pantone.com/color-of-the-year/2025?srsltid=AfmBOoqtTetuYfc7ZoYyZ6cpV5zhr2Z4TLKaiuL3S3fqoYBD35MOeMBy

ในเชิงการวิจัยข้อมูลนี้ได้วิเคราะห์มาจากกระบวนการ Environmental Scanning ของ Pantone ซึ่งสามารถนำมาจัดหมวดหมู่ตัวแปรต้นในการวิเคราะห์ได้ดังนี้ การวิเคราะห์ข้อมูลความเครียดสะสมทั่วโลก (Global Stress Index) พบว่าผู้บริโภคมีความต้องการความปลอดภัยด้านความรู้สึกสูงขึ้น

สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) จึงถูกเลือกเป็นตัวแทนของความสงบ (Calm) และการปลอบประโลม (Nurturing) ในด้านเศรษฐกิจในภาวะเศรษฐกิจผันผวน ผู้บริโภคมักหันหา ความหรูหราที่เรียบง่าย สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) สะท้อนถึงความยั่งยืนและความคลาสสิกที่ใช้งานได้ยาวนาน ข้อมูลจาก AI Generation Tools พบว่าในช่วงปลายปี 2024 แสดงให้เห็นแนวโน้มการใช้ Prompt ที่เกี่ยวข้องกับ Earthy Softness และ Natural Texture เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ



รูปที่ 7 การใช้โทนสีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) ในงานออกแบบภายใน
ที่มา: https://www.pantone.com/media/wysiwyg/color-of-the-year/2025/img/microsite/pantone-color-of-the-year-2025-landing-page-harmonies-hero-relaxed-elegance.webp

4.1 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพผ่านกรอบทฤษฎี (Qualitative Theoretical Analysis)

ในการศึกษาวิจัยครั้งนี้ ผู้วิจัยได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีสำคัญเพื่ออธิบายถึงอิทธิพลและความหมายของสีประจำปี 2025 ในฐานะเครื่องมือสื่อสารเชิงสัญลักษณ์และจิตวิทยาได้ดังนี้

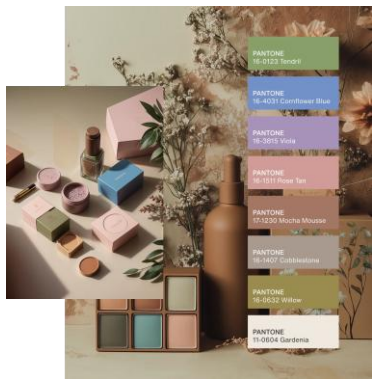
4.1.1 ทฤษฎีจิตวิทยาของสี (Color Psychology) และจิตวิญญาณแห่งยุคสมัย (Zeitgeist) สีน้ำตาล (Psychology of Brown) สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) จัดอยู่ในกลุ่มสีน้ำตาลซึ่งในทางจิตวิทยาถูกจำกัดความว่าเป็นสีแห่ง ความมั่นคง และ การปกป้อง [13] เนื่องจากมีความเชื่อมโยงกับพื้นดินที่ให้ความรู้สึกหนักแน่น ในบริบทของปี 2025 สีเฉดนี้ทำหน้าที่เป็นกลไกทางจิตวิทยาเพื่อตอบสนองต่อสภาวะความเครียดระดับมหภาค ทั้งจากความผันผวนทางเทคโนโลยี และการใช้เทคโนโลยีในชีวิตประจำวันที่มากเกินไป จนเกิดการเหนื่อยล้ารวมถึงความแครียดสะสมจากการใช้เทคโนโลยี ส่งผลให้ผู้บริโภคเกิดความต้องการ การพักผ่อน ความสงบ [14] ด้านความมั่นคงทางอารมณ์ ที่มากขึ้นหลังจากใช้เทคโนโลยีมาแล้วทั้งวัน

การสะท้อนจิตวิญญาณแห่งยุคสมัย (Zeitgeist) ภายใต้สภาวะความเหนื่อยล้าจากความรวดเร็วของปัญญาประดิษฐ์ (AI Overload) สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแทนของกระแสการใช้ชีวิตอย่างช้า และการบริโภคอย่างมีสติ โดยทำหน้าที่เป็นจุดพักทางสายตาที่ช่วยลดทอนความเร่งรีบในโลกดิจิทัล และเปลี่ยนนิยามของความหรูหราให้กลายเป็นความเรียบง่ายที่หรูหรา ซึ่งเน้นความรู้สึกเรียบหรูมากกว่าการสื่อสารอย่างโจ่งแจ้ง จึงมีการใช้การใช้โทนสีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) ในการออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยีที่มากขึ้นและนำเสนอเทคโนโลยีผ่านการตลาดในนิยามใหม่



รูปที่ 8 การใช้โทนสีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์ด้านเทคโนโลยี
ที่มา:
https://www.pantone.com/media/wysiwyg/color-of-the-year/2025/img/microsite/pantone-color-of-the-year-2025-partner-motorola-k.webp

4.1.2 ทฤษฎีสัญวิทยา (Semiotics) ในเชิงสัญวิทยาการวิเคราะห์รหัสสัญลักษณ์ (Signified) ของสีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) สามารถจำแนกออกเป็นสองมิติสำคัญ [15] สัญลักษณ์ทางธรรมชาติ การเชื่อมโยงกับโลกและดิน สื่อสารถึงต้นกำเนิด ความถ่อมตัว และความเป็นสากลของธรรมชาติ ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่สร้างความไว้วางใจ สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมการบริโภค การเชื่อมโยงกับ กาแฟและช็อกโกแลต สื่อถึงรหัสของ รางวัลของชีวิต และความรื่นรมย์ในระดับบุคคล สัญลักษณ์เหล่านี้ทำให้สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) ไม่ใช่เพียงแค่สีที่มองเห็น แต่เป็นสีที่สัมผัสได้ถึงอารมณ์ มอบความรู้สึก ความสบายที่จับต้องได้ ซึ่งเป็นปัจจัยสำคัญในการตัดสินใจเลือกซื้อสินค้าและบริการ ของนักออกแบบกราฟิกในปัจจุบัน การผสานกันระหว่างจิตวิทยาและสัญวิทยาชี้ให้เห็นว่าสีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) ไม่ได้เป็นเพียง เทรนด์ความงามระยะสั้น แต่เป็นภาษาภาพ (Visual Language) ที่นักออกแบบใช้เพื่อสื่อสารคุณค่าของความยั่งยืน ความจริงใจ และความเข้าถึงง่าย ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการสื่อสารในยุคหลังดิจิทัล (Post-Digital Era)



รูปที่ 9 การใช้โทนสี มอคค่ามูส (Mocha Mousse) ร่วมกับสีสื่อสัมพันธ์ธรรมชาติ ในงานออกแบบผลิตภัณฑ์. ที่มา:
https://www.pantone.com/media/wysiwyg/color-of-the-year/2025/img/microsite/pantone-color-of-the-year-2025-landing-page-harmonies-hero-floral-pathways.webp

4.2 การวิเคราะห์ด้านการเลือกใช้โทนสี

มอคค่ามูส (Mocha Mousse) ร่วมกับสีอื่นในโทนธรรมชาติการเลือก Mocha Mousse ไม่ได้เกิดขึ้นโดยบังเอิญ แต่ผ่านการวิเคราะห์ข้อมูลระดับมหภาค (Macro Analysis) ดังนี้

4.2.1 เกณฑ์ด้านสังคมวัฒนธรรม (Socio-Cultural Criteria)

จากการวิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคเชิงลึก พบว่าสังคมในปี 2025 ตกอยู่ในสภาวะ Digital Fatigue สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชิงสัญลักษณ์ที่เชื่อมต่อระหว่างวิถีชีวิตสมัยใหม่กับความเป็นธรรมชาติ [14] ความล้าจากการใช้ชีวิตบนโลกออนไลน์ที่รวดเร็วเกินไป ส่งผลให้เกิดความเคลื่อนไหวทางวัฒนธรรมที่เน้นสุขภาพกาย และสุขภาพจิตที่ดี คือผู้คนให้ความสำคัญกับการเปลี่ยนที่พักอาศัยให้เป็นพื้นที่ปลอดภัยเพื่อการฟื้นฟูจิตใจ

The Bridge to Nature สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) ทำหน้าที่เป็นตัวกลางเชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Bridge) ที่เชื่อมต่อระหว่างวิถีชีวิตสมัยใหม่กับความเป็นธรรมชาติที่จับต้องได้ มอบความรู้สึกที่มั่นคง (Grounded) และการปลอบประโลม (Nurturing)



รูปที่ 10 การใช้โทนสีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) ในงานออกแบบพื้นที่พักอาศัย
ที่มา: https://www.pantone.com/color-of-the-year/2025/partner/joybird

4.2.2 เกณฑ์ด้านความยั่งยืนและวัสดุศาสตร์ (Sustainability & Material Science) อุตสาหกรรมการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์ (Packaging Design) มีการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้างจากความนิยมสีสังเคราะห์ (Synthetic Brights) สู่การใช้สีที่สะท้อนถึงต้นกำเนิดของวัสดุ การใช้วัสดุวัตถุดิบธรรมชาติ (Natural Raw Materials) สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) สอดคล้องกับภาพลักษณ์ของวัสดุพื้นผิวธรรมชาติ เช่น กระดาษรีไซเคิล หนังวีแกน และเม็ดสีจากพืช รวมทั้งการมุ่งเน้น ในเชิงจิตวิทยาการตลาด (Eco-friendly Perception) [16] สีน้ำตาลโทนนี้ช่วยสร้างความเชื่อมั่นให้กับผู้บริโภคว่าผลิตภัณฑ์นั้นๆ เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและมีความเป็นออร์แกนิก โดยไม่ต้องใช้คำบรรยาย



รูปที่ 11 การใช้โทนสีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) ในงานออกแบบ TEALEAVES ผู้จำหน่ายชาหรูที่มีชื่อเสียงในด้านความมุ่งมั่นในการสร้างสรรค์ชาชั้นเลิศ
ที่มา: https://www.tealeaves.com/products/pantone-color-of-the-year-2025?utm_source=shopify&utm_medium=website&utm_campaign=_-Pantone-COY-2025-Promo&utm_content=&utm_term=&variant=43879342080173

4.2.3 การวัดผลจากพฤติกรรมดิจิทัล Pantone วิเคราะห์การใช้สีในโลกออนไลน์และ AI-Generated Content พบว่า Warm Earthy Tones มีอัตราการเพิ่มขึ้นของความนิยม (Trend Velocity) อย่างต่อเนื่องตั้งแต่ช่วงปลายปี 2024 อย่างมีนัยสำคัญ [17] กระบวนการเลือก สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) จึงเป็นการผสานระหว่างสัญชาตญาณทางศิลปะ และ วิทยาศาสตร์ข้อมูล โดยใช้เกณฑ์ด้านความรู้สึกทางสังคมเป็นตัวตั้ง และใช้สถิติทางดิจิทัลเป็นตัวพิสูจน์เพื่อให้มั่นใจว่าสีประจำปี 2025 จะสามารถตอบสนองต่อความต้องการของผู้บริโภคทั่วโลกได้อย่างแท้จริง

4.3 นิยามและองค์กรผู้อยู่เบื้องหลัง (Definition & Organization)

4.3.1 นิยามของ Pantone (แพนโทน) ไม่ได้เป็นเพียงชื่อเรียกกลุ่มสี แต่คือ ระบบมาตรฐานสีสากล (Pantone Matching System - PMS) ที่จัดทำโดยบริษัท Pantone LLC ซึ่งเป็นหน่วยงานที่มีอำนาจสูงสุดในการกำหนดมาตรฐานการสื่อสารทางสายตา ปัจจุบันเป็นบริษัทในเครือ

ของ Danaher Corporation หน้าที่หลัก ทำหน้าที่เป็นภาษากลางของสี (The Universal Language of Color) เพื่อขจัดปัญหาความคลาดเคลื่อนในการมองเห็นและการเรียกชื่อสีที่แตกต่างกันในแต่ละบุคคล

กลไกการทำงาน ใช้การกำหนด รหัสตัวเลขเฉพาะ (Specific Numeric Codes) ให้กับสีแต่ละเฉด เพื่อให้ผู้ออกแบบ ผู้ผลิต และโรงพิมพ์ทั่วโลกสามารถผลิตสีได้ตรงตามค่ามาตรฐานไม่ว่าจะผลิตที่ไหนหรือใช้เทคนิคใดก็ตาม

4.3.2. ความสำคัญและหน้าที่เชิงยุทธศาสตร์ ในบริบทของการศึกษาวิจัย ระบบ Pantone มีความสำคัญต่อกระบวนการทำงานในอุตสาหกรรมสร้างสรรค์ 4 ด้านหลัก ดังนี้

การสร้างมาตรฐานการสื่อสารสากล (Global Standardization) ระบบ Pantone ช่วยเปลี่ยนคำบรรยายสีที่ mang (Subjective) เช่น สีฟ้าอมเขียว หรือ สีน้ำตาลอ่อน ให้กลายเป็นค่ารหัสที่ชัดเจน (Objective) เช่น PANTONE 17-1230 ทำให้เกิดความเข้าใจตรงกัน 100% ระหว่างผู้สั่งงานและผู้ผลิต ลดความเสี่ยงจากการตีความผิดพลาด

ความแม่นยำในการข้ามแพลตฟอร์ม (Cross-Platform Accuracy) ช่วยให้นักออกแบบสามารถควบคุมคุณภาพสีได้ตั้งแต่หน้าจอคอมพิวเตอร์ไปจนถึงชิ้นงานจริง Digital to Physical การแปลงค่าจากระบบแสง (RGB) สู่ระบบหมึกพิมพ์ (CMYK) Spot Color การใช้สีพิเศษที่เกิดจากการผสมหมึกเฉพาะเจาะจง เพื่อให้ได้สีที่สดและแม่นยำกว่าการพิมพ์ 4 สีทั่วไป

เครื่องมือควบคุมการผลิต (Technical Control Tools) Pantone จัดทำเครื่องมือเพื่อรองรับเทคนิคการผลิตที่หลากหลาย อาทิ Formula Guide คู่มือผสมหมึกสำหรับงานพิมพ์ระบบออฟเซ็ต (Offset) และการเลือกสีพิเศษ Color Bridge คู่มือสำหรับเปรียบเทียบสีพิเศษ (Spot Color) เมื่อต้องพิมพ์ในระบบ 4 สี (CMYK) เพื่อดูเปอร์เซ็นต์ความใกล้เคียง

การกำหนดทิศทางอุตสาหกรรม (Trend Leadership) ผ่านหน่วยงาน Pantone Color Institute มีหน้าที่วิเคราะห์พฤติกรรมผู้บริโภคและสังคมเพื่อประกาศ Pantone Color of the Year ในทุกปี ซึ่งทำหน้าที่เป็นเข็มทิศ (Trendsetter) ให้กับวงการแฟชั่น ผลิตภัณฑ์กราฟิก และการตลาดระดับโลก Pantone ไม่ได้เป็นเพียงผู้จำหน่ายสินค้าเกี่ยวกับสี แต่เป็นผู้ควบคุมมาตรฐานเชิงเทคนิคและผู้ทรงอิทธิพลเชิงจิตวิทยาสังคม การศึกษาสถิติการใช้สีประจำปี 2025 จึงไม่ใช่แค่การศึกษาความนิยม แต่คือการศึกษาความสำเร็จของระบบมาตรฐานที่เชื่อมโยงระหว่างจินตนาการของนักออกแบบ กับ ความเป็นจริงทางการผลิต โดยมี Pantone เป็นตัวกลางที่ทำให้ความซับซ้อนของค่าสีกลายเป็นข้อมูลที่วัดผลได้ในเชิงสถิติ

4.4 ประเภทหลักของระบบสี Pantone และการประยุกต์ใช้ในงานวิจัย

ในการศึกษาสถิติการใช้งานสีประจำปี 2025 นักออกแบบจำเป็นต้องปฏิสัมพันธ์กับระบบ Pantone ผ่าน 3 รูปแบบหลัก เพื่อควบคุมคุณภาพงานออกแบบให้มีความสม่ำเสมอ (Consistency) ดังนี้

4.4.1 PANTONE Formula Guide (Solid Coated / Uncoated)

ถือเป็นเครื่องมือมาตรฐานสูงสุด (Gold Standard) ในอุตสาหกรรมการพิมพ์ ใช้สำหรับการระบุสีพิเศษ (Spot Color) ที่เกิดจากการผสมหมึกตามสูตรเฉพาะSolid Coated (C) ใช้สำหรับกระดาษที่มีการเคลือบผิว (มัน/กึ่งมัน) สีจะมีความสดใสและอิ่มตัวสูงเนื่องจากหมึกไม่ซึมลงในเนื้อกระดาษ Solid Uncoated (U) ใช้สำหรับกระดาษที่ไม่มีการเคลือบผิว (กระดาษปอนด์/กระดาษหยาบ) สีจะดูตุ่นและซอฟต์ลงเนื่องจากหมึกซึมเข้าสู่เส้นใยกระดาษสามารถใช้เป็นจุดอ้างอิง (Physical Reference) เพื่อวัดความแม่นยำของสี มอคค่ามูส (Mocha Mousse) บนวัสดุที่แตกต่างกันในการออกแบบบรรจุภัณฑ์หรือสื่อสิ่งพิมพ์



รูปที่ 12 การกำหนดมาตรฐานใช้โทนสี มอคค่ามูส (Mocha Mousse)

ที่มา: https://www.pantone.com/color-of-the-year/2025?srsltid=AfmBOoqtTetuYfc7ZoYyZ6cpV5zhr2Z4TLKaiuL3S3fqoYBD35MOeMBy

4.4.2 PANTONE Color Bridge

เป็นเครื่องมือสำหรับการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบ (Comparative Analysis) ระหว่างสีพิเศษกับระบบการพิมพ์ 4 สีทั่วไป หน้าที่หลัก แสดงผลลัพธ์การแปลงค่าสีจาก Pantone (Solid) ไปเป็นค่าสี CMYK (Process Color) เพื่อให้นักออกแบบเห็นภาพก่อนการผลิตจริงว่าหากพิมพ์ในระบบดิจิทัลหรือออฟเซ็ต 4 สี สีจะมีความผิดเพี้ยนไปจากสีต้นฉบับเพียงใด สามารถใช้สำหรับการวิเคราะห์สถิติความคุ้มค่า (Cost-effectiveness) และข้อจำกัดในการผลิต หากนักออกแบบเลือกใช้สี Mocha Mousse ในระบบ 4 สี แทนการใช้สีพิเศษ

4.4.3 PANTONE Connect (Digital)

เป็นระบบนิเวศดิจิทัล (Digital Ecosystem) ที่เชื่อมโยงค่าสีเข้ากับซอฟต์แวร์การออกแบบสมัยใหม่ เช่น Adobe Creative Cloud (Illustrator, Photoshop, InDesign) หน้าที่หลัก ช่วยให้นักออกแบบสามารถดึงค่าสีที่เป็นมาตรฐานล่าสุดมาใช้ในงาน Digital Graphic, UI/UX และการจำลองภาพ 3 มิติ (Mockup) ได้อย่างรวดเร็ว พร้อมทั้งให้ค่าสีในระบบ RGB และ Hex Code ที่แม่นยำ เป็นเครื่องมือหลักในการเก็บข้อมูลสถิติการใช้งานในกลุ่มนักออกแบบยุคใหม่ (Digital Natives) และใช้สำหรับตรวจสอบพฤติกรรมการเลือกใช้สีผ่านเครื่องมือค้นหาดิจิทัล

4.5 การจำแนกประเภทการเลือกใช้งานสี pantone ประจำปี

4.5.1 งานด้านอัตลักษณ์แบรนด์ (Branding) กับ PANTONE Formula Guide ในงานระดับแบรนด์ความสม่ำเสมอของสี (Color Consistency) คือตัวแทนของความน่าเชื่อถือและความหรูหรา เน้นสีพิเศษ (Spot Color) นักออกแบบจะระบุรหัสสี เช่น PANTONE 17-1230 โดยตรงลงในคู่มือแบรนด์ (Brand Guidelines) เพื่อใช้ระบบการพิมพ์แบบสีพิเศษ ซึ่งเป็นการผสมหมึกจริงขึ้นมาใหม่ตามสูตร (Formula) ไม่ใช่การพิมพ์ 4 สีทั่วไป ในมิติของความหรูหรา สี Mocha Mousse เมื่อพิมพ์ด้วยสีพิเศษจะให้เนื้อสีที่เนียน เรียบแน่น และคงที่ ไม่ว่าจะพิมพ์บนนามบัตร ถุงกระดาษ หรือบรรจุภัณฑ์ระดับพรีเมียม แบรนด์ระดับสูงมักมีค่าใช้จ่ายในส่วนนี้สูงกว่าปกติ เพื่อแลกกับภาพลักษณ์ที่ดูแพง และเป็นเอกลักษณ์เฉพาะตัว

4.5.2 งานด้านสื่อสังคมออนไลน์ (Social Media) กับ PANTONE Connect สื่อดิจิทัลมีข้อจำกัดเรื่อง การแสดงผลบนหน้าจอ ที่แต่ละอุปกรณ์มีความสว่างและเฉดสีที่ไม่เท่ากัน เน้นค่า Hex Code และ RGB นักออกแบบจะใช้ PANTONE Connect เพื่อดึงค่าดิจิทัลที่แม่นยำที่สุดสำหรับหน้าจอ เช่น #A47864 เพื่อให้มั่นใจว่าสี Mocha Mousse บน iPhone, Samsung หรือ MacBook มีความใกล้เคียงกันมากที่สุดความสำคัญของกลุ่มเป้าหมายเนื่องจากพฤติกรรมผู้บริโภคปี 2025 อยู่บนสมาร์ทโฟนเป็นหลัก สถิติการใช้งานสีนี้ในงานโซเชียลมีเดีย จึงมักเน้นไปที่การสร้างบรรยากาศที่อบอุ่นนุ่มนวล เพื่อดึงดูดสายตา (Eye-catching) ในขณะที่ผู้ใช้งานกำลังเลื่อนหน้าจออย่างรวดเร็ว การวิเคราะห์เชิงเทคนิค การศึกษาเรื่อง ทฤษฎีสีบนหน้าจอ (Color Psychology on Screen) ว่าสีน้ำตาลโทนนี้เมื่ออยู่ บนจอดิจิทัลช่วยลดความล้าของสายตา และส่งผลต่อยอดการเข้าชม

4.5.3 งานการตลาดสิ่งพิมพ์ (Print Marketing) กับ PANTONE Color Bridge งานโฆษณาในวงกว้าง เช่น ใบปลิว โปสเตอร์ หรือนิตยสาร มักมีข้อจำกัดเรื่องงบประมาณ และ จำนวนการผลิต การควบคุมต้นทุนด้วย CMYK งานพิมพ์จำนวนมากมักใช้ระบบ 4 สี (Cyan, Magenta, Yellow, Black) ซึ่งประหยัดกว่าสีพิเศษมาก นักออกแบบจึงต้องใช้ Color Bridge เพื่อหาค่า CMYK ที่ใกล้เคียงกับ Mocha Mousse ที่สุด

การวิเคราะห์ความเบี่ยงเบน (Color Shift) สถิติในงานวิจัยอาจพบว่า สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) เมื่อแปลงเป็น CMYK อาจจะดูหม่น หรือ อมแดง มากขึ้นกว่าสีจริง นักออกแบบจึงต้องตัดสินใจ (Trade-off) ระหว่างความถูกต้องของสีกับความคุ้มค่าเชิงพาณิชย์ ข้อมูลส่วนนี้แสดงถึงการวิเคราะห์เชิงปฏิบัติ (Practical Analysis) ว่าในเชิงธุรกิจจริง นักออกแบบจัดการกับความคลาดเคลื่อนของสีอย่างไรเพื่อให้งานยังดูมีคุณภาพในงบประมาณที่จำกัด

4.6 โครงสร้างและกระบวนการกำหนดสีประจำปี

โดยสถาบันสีแพนโทน (Pantone Color Institute)การกำหนดสี Pantone Color of the Year ไม่ได้เกิดจากการตัดสินใจของบุคคลใดบุคคลหนึ่ง แต่เป็นกระบวนการวิจัยเชิงคุณภาพ (Qualitative Research) และการพยากรณ์แนวโน้ม (Trend Forecasting) ระดับพรีเมียมที่ดำเนินการโดยคณะทำงานผู้เชี่ยวชาญ

4.6.1 องค์กรผู้กำหนด สถาบันสีแพนโทน (Pantone Color Institute) สถาบันสีแพนโทนประกอบด้วยทีมผู้เชี่ยวชาญด้านสีจากหลากหลายสาขาและภูมิภาคทั่วโลก ทำหน้าที่วิเคราะห์อิทธิพลของสีที่มีต่อจิตวิทยาและอารมณ์ของมนุษย์ โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อคัดเลือกสีที่สามารถสะท้อน จิตวิญญาณแห่งยุคสมัย (Zeitgeist) ได้อย่างแม่นยำ โครงการนี้เริ่มต้นอย่างเป็นทางการตั้งแต่ปี 2000 เป็นต้นมา

4.6.2 กระบวนการคัดเลือกเชิงวิเคราะห์ (The Selection Process) กระบวนการนี้เปรียบเสมือนการทำเหมืองข้อมูลทางวัฒนธรรม การวิเคราะห์แนวโน้มรอบด้าน

ทีมงานจะทำการสำรวจอิทธิพลจากร่องรอยวัฒนธรรมใน 5 มิติหลัก ดังนี้

1. อุตสาหกรรมสร้างสรรค์ (Entertainment & Art) การวิเคราะห์ภาพยนตร์ที่กำลังอยู่ในขั้นตอนการผลิต นิทรรศการศิลปะที่กำลังเดินทางรอบโลก และศิลปินรุ่นใหม่ที่มีอิทธิพลต่อสื่อสายตา

2. แฟชั่นและไลฟ์สไตล์ (Fashion & Design) การสำรวจวัสดุใหม่ๆ บนรันเวย์ระดับสากล และการออกแบบผลิตภัณฑ์ที่เริ่มมีการเปลี่ยนแปลงเชิงสุนทรียภาพ

3. นวัตกรรมและเทคโนโลยี (Technology) การศึกษาวัสดุศาสตร์ เอฟเฟกต์ดิจิทัลในโลกเสมือน และอิทธิพลจากอัลกอริทึมของโซเชียลมีเดีย

4. ปัจจัยมหภาค (Socio-Economic Conditions) การเปลี่ยนแปลงทางการเมือง, สภาพเศรษฐกิจโลก, และความเคลื่อนไหวทางสังคมที่ส่งผลต่อ อารมณ์ร่วม ของคนในสังคม

5. อัตลักษณ์และการเดินทาง การวิเคราะห์จุดหมายปลายทางที่ได้รับความนิยม ซึ่งมักจะนำพาเฉดสีจากท้องถิ่นนั้น ๆ เข้าสู่กระแสหลัก

การให้น้ำหนักและรวบรวมข้อมูล ข้อมูลมหาศาลจากทุกมิติจะถูกนำมาเข้าที่ประชุมลับของผู้เชี่ยวชาญ เพื่อทำการให้น้ำหนัก ว่าปัจจัยใดมีอิทธิพลต่อความรู้สึกของผู้คนมากที่สุดในปีนั้นๆ

ตัวอย่าง หากปีนั้นสังคมเผชิญกับความเครียดสูง ปัจจัยด้าน จิตวิทยาการปลอบประโลม จะถูกให้น้ำหนักมากกว่าปัจจัยด้าน ความล้ำสมัยของเทคโนโลยี

การประกาศและสร้างอิทธิพล (Announcement & Implementation) เมื่อได้ข้อสรุปเป็นสีพิเศษเพียงสีเดียว เช่น สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) สำหรับปี 2025 Pantone จะทำการประกาศเพื่อเป็นเข็มทิศเชิงกลยุทธ์ให้กับอุตสาหกรรมต่างๆ ทั่วโลก ตั้งแต่นักออกแบบอิสระไปจนถึงแบรนด์ข้ามชาติ ความน่าเชื่อถือและเสถียรภาพของตัวแปรสีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) ไม่ได้ถูกกำหนดขึ้นอย่างลอย ๆ หรือเกิดจากความพึงพอใจส่วนบุคคล แต่เป็นผลลัพธ์

จากกระบวนการ กลั่นกรองข้อมูลเชิงประจักษ์ ในระดับโลก กระบวนการคัดเลือก ผ่านการวิเคราะห์สถิติจากหลากหลายอุตสาหกรรม ทั้งเชิงสังคม เศรษฐกิจ และเทคโนโลยี เมื่อตัวแปรที่นำมาศึกษามีที่มาที่ชัดเจนและมีมาตรฐานรองรับ จะช่วยให้ผลการวิจัยเชิงสถิติของนักศึกษามีความน่าเชื่อถือสูงและสามารถอ้างอิงกลับไปยังแหล่งข้อมูลปฐมภูมิได้

ความเป็นสากลและขอบเขตการนำไปใช้เนื่องจากกระบวนการคัดเลือกสีประจำปีครอบคลุมการเก็บข้อมูลจากทุกทวีปทั่วโลก ทำให้ตัวแปรนี้มีความเป็นสากล การเปรียบเทียบในระดับสากลผลการวิจัยที่นักศึกษาค้นพบ เช่น สถิติการใช้งานในประเทศไทย สามารถนำไปเปรียบเทียบกับผลการวิจัยหรือพฤติกรรมการออกแบบในภูมิภาคอื่น ๆ ทั่วโลกได้ ความกว้างข้อมูล ข้อมูลวิจัยจะไม่ได้จำกัดอยู่เพียงกลุ่มตัวอย่างขนาดเล็ก แต่สามารถนำไปประยุกต์ใช้เพื่ออธิบายทิศทางการออกแบบในระดับอุตสาหกรรมข้ามชาติได้

5. ข้อมูลผลงานออกแบบ

5.1 คุณลักษณะเชิงเทคนิคและการตีความคุณค่าเฉดสี PANTONE 17-1230 Mocha Mousse

คือกลุ่มสีน้ำตาลโทนอุ่นที่ให้ความรู้สึกเรียบง่าย อบอุ่น และผ่อนคลาย มีพิกัดสีเชิงดิจิทัลและระบบการพิมพ์ที่เป็นมาตรฐานสากล (Hex: #A47864, RGB: 164, 120, 100, CMYK: 0, 27, 39, 36) การกำหนดค่าเหล่านี้ทำให้เกิด "ภาษากลางของสี" ที่จัดทำโดยระบบมาตรฐานสีสากล (Pantone Matching System - PMS) ขจัดความคลาดเคลื่อนในการมองเห็นและการเรียกชื่อสีที่แตกต่างกันข้ามแพลตฟอร์ม ในเชิงศิลปะประยุกต์ เฉดสีนี้ได้รับแรงบันดาลใจจากสุนทรียศาสตร์ ของกาแฟและช็อกโกแลต นำมาซึ่งการตีความคุณค่าในมิติของความสุขที่เรียบง่ายและความเป็นออร์แกนิก [3]

5.2 การวิเคราะห์บริบทแวดล้อมมหภาค (Macro-Contextual Analysis)

กระบวนการเลือกเฉดสีของ Pantone ผ่านกระบวนการคาดการณ์แนวโน้มรอบด้านและการสำรวจสิ่งแวดล้อม ซึ่งสามารถจำแนกบริบทแวดล้อมที่มีอิทธิพลต่อการเลือกใช้สีของนักออกแบบเป็น 4 ปัจจัย

5.2.1 บริบทด้านสังคมและจิตวิทยา (Social & Psychological Factors) การวิเคราะห์ข้อมูลความเครียดสะสมทั่วโลก (Global Stress Index) พบว่าผู้บริโภคมีความต้องการ Emotional Comfort หรือความสบายใจทางอารมณ์ที่สูงขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ สีน้ำตาลโทนอุ่นจึงถูกเลือกเข้ามาเพื่อทำหน้าที่ปลอบประโลมและสร้างความรู้สึกปลอดภัยให้กับผู้บริโภค [8]

5.2.2 บริบทด้านเศรษฐกิจ (Economic Factors) ภาวะความผันผวนทางเศรษฐกิจส่งผลให้เกิดการเปลี่ยนผ่านทางค่านิยมจากความหรูหราฟุ่มเฟือย สู่กระแสความหรูหราที่ไม่โจ่งแจ้ง สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) สะท้อนถึงความคลาสสิก ความยั่งยืน และการลงทุนกับสิ่งที่มีอายุการใช้งานยาวนาน

5.2.3 บริบทด้านความยั่งยืนและวัสดุศาสตร์ (Sustainability & Material Science) อุตสาหกรรมการออกแบบกราฟิกและบรรจุภัณฑ์เกิดการเปลี่ยนแปลงเชิงโครงสร้าง จากเดิมที่นิยมใช้สีสังเคราะห์ฉูดฉาด (Synthetic Brights) ปรับเปลี่ยนมาสู่เฉดสีที่สะท้อนผิวสัมผัสแท้จริงของวัสดุ (Natural Raw Materials) เช่น กระดาษรีไซเคิล หนังวีแกน และเม็ดสีจากธรรมชาติ

5.2.4 บริบทด้านพฤติกรรมดิจิทัล (Digital Trend Factors) ผลการวิเคราะห์ข้อมูลความเร็วของแนวโน้ม (Trend Velocity) บนระบบปัญญาประดิษฐ์สร้างสรรค์ชิ้นงาน (AI Generative Tools) แสดงให้เห็นแนวโน้มการใช้คำสั่ง (Prompt) ที่เกี่ยวข้องกับคำว่า Earthy, Softness, และ Natural Texture เพิ่มขึ้นอย่างมีนัยสำคัญ

5.3 การวิเคราะห์เชิงคุณภาพผ่านกรอบทฤษฎี (Qualitative Theoretical Analysis)

ผู้ออกแบบได้ประยุกต์ใช้ทฤษฎีสำคัญเพื่ออธิบายถึงอิทธิพลและความหมายของสีประจำปี 2025 ในฐานะเครื่องมือสื่อสารเชิงสัญลักษณ์และจิตวิทยา ดังนี้

5.3.1 ทฤษฎีจิตวิทยาของสี (Color Psychology) และจิตวิญญาณแห่งยุคสมัย (Zeitgeist) ในทางจิตวิทยาของสี สีน้ำตาลจัดอยู่ในกลุ่มสีแห่ง ความมั่นคง (Stability) และการปกป้อง" (Protection) เนื่องจากมีความเชื่อมโยงทางภาพจำกับผืนดินที่หนักแน่น [8] ในบริบทของปี 2025 เฉดสีนี้ทำหน้าที่เป็นกลไกเชิงจิตวิทยาเพื่อตอบสนองต่อสภาวะความเครียดระดับมหภาค ภายใต้สภาวะ AI Overload หรือความเหนื่อยล้าจากความรวดเร็วของปัญญาประดิษฐ์ สี Mocha Mousse ได้ถูกกำหนดให้เป็นตัวแทนของกระแส Slow Living และการบริโภคอย่างมีสติ (Conscious Consumption) โดยทำหน้าที่เป็น จุดพักทางสายตา (Visual Anchor) ที่ช่วยลดทอนความเร่งรีบในโลกดิจิทัล และเปลี่ยนนิยามของความหรูหราให้กลายเป็น ความเรียบง่ายที่หรูหรา (Sophisticated Simplicity) ซึ่งเน้นความรู้สึกภายในมากกว่าการโอ้อวดภายนอก

5.3.2 ทฤษฎีสัญวิทยา (Semiotics) ตามกรอบทฤษฎีสัญวิทยา การวิเคราะห์รหัสสัญลักษณ์ (Signified) ของสี Mocha Mousse สามารถจำแนกออกเป็นสองมิติสำคัญ [5] ตัวหมายทางธรรมชาติ (Natural Signifier) การเชื่อมโยงกับผืนดินและธรรมชาติ สื่อสารถึงความถ่อมตัว ต้นกำเนิด และความเป็นสากล ซึ่งเป็นสัญลักษณ์ที่สร้างความไว้วางใจ (Trust Architecture) ในยุคที่ผู้คนกังวลเรื่องความแปลกแยกจากสิ่งแวดล้อม

สัญลักษณ์ทางวัฒนธรรมการบริโภค (Cultural Signifier) การเชื่อมโยงกับอัตลักษณ์ของกาแฟและช็อกโกแลต สื่อถึงรหัสของรางวัลของชีวิต และความรื่นรมย์ส่วนบุคคล สัญลักษณ์เหล่านี้ทำให้สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) กลายเป็นสีที่สัมผัสได้ด้วยอารมณ์ (Sensory Color) มอบความรู้สึกสบายที่จับต้องได้ (Tactile Comfort)

5.4 ตารางแผนภาพสรุปการวิเคราะห์

จากการวิเคราะห์รูปแบบการแสดงออกทางศิลปะและการใช้งานของนักออกแบบร่วมสมัยผ่านระบบนิเวศของ Pantone ที่มีเครื่องมือควบคุมคุณภาพแตกต่างกันไปตามประเภทของสื่อ สามารถสรุปเป็นตารางเมทริกซ์การวิเคราะห์และแผนภาพจำลองความสัมพันธ์ได้ดังนี้

ตารางที่ 2 เมทริกซ์การประยุกต์ใช้เฉดสี Mocha Mousse แยกตามอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเครื่องมือทางเทคนิค

ประเภทงานออกแบบ	เครื่องมือทางเทคนิค	บริบทการประยุกต์ใช้และนัยเชิงปฏิบัติการ
อัตลักษณ์แบรนด์ (Branding)	PANTONE Formula Guide (Solid Coated / Uncoated)	ระบุสีพิเศษ (Spot Color - Code C/U) ลงใน Brand Guidelines เพื่อใช้ระบบหมึกผสมเฉพาะเจาะจง สร้างเนื้อสีที่เนียนเรียบแน่น และคงที่ ขจัดความคลาดเคลื่อนในการพิมพ์บนบรรจุภัณฑ์ระดับพรีเมียม สื่อสารถึงภาพลักษณ์ความจริงใจและความหรูหราที่ไม่โจ่งแจ้ง

ตารางที่ 2 เมทริกซ์การประยุกต์ใช้เฉดสี Mocha Mousse แยกตามอุตสาหกรรมสร้างสรรค์และเครื่องมือทางเทคนิค (ต่อ)

ประเภทงานออกแบบ	เครื่องมือทางเทคนิค	บริบทการประยุกต์ใช้และนัยเชิงปฏิบัติการ
สื่อสังคมออนไลน์ (Social Media & UI/UX)	PANTONE Connect (Digital Ecosystem)	ดึงค่าพิกัด Hex/RGB สำหรับหน้าจอดิจิทัล มุ่งเน้นการลดความกระด้างของแสงสีฟ้า (Screen-induced Glare) เพิ่มค่าความลึก (Visual Depth) และสร้างบรรยากาศโดยรวม (Mood & Tone) ที่อบอุ่นนุ่มนวลเพื่อลดความล้าของสายตา
การตลาดสิ่งพิมพ์ (Print Marketing)	PANTONE Color Bridge	แปลงค่าสี Pantone ไปเป็นระบบพิมพ์ 4 สี (CMYK) เพื่อการควบคุมต้นทุนในการผลิตปริมาณมาก นักออกแบบต้องตัดสินใจบริหารความเบี่ยงเบนของสี (Color Shift) ที่อาจจะดูหม่นหรืออมแดงมากขึ้นตามสภาพพื้นผิววัสดุ

5.5 การวิเคราะห์องค์ประกอบศิลป์และการจัดวางพื้นที่ว่าง (Composition & Negative Space)

จากการประมวลผลเชิงวิเคราะห์ในงานออกแบบร่วมสมัย พบแนวโน้มสำคัญในการจัดวางองค์ประกอบภาพการเปลี่ยนผ่านสีพื้นหลัง (Warm-Tinted Canvases) การลดทอนการใช้สีขาวบริสุทธิ์ #FFFFFF แล้วแทนที่ด้วยเฉดสี Mocha Mousse เพื่อลดทอนความกระด้างของส่วนต่อประสานดิจิทัล (User Interface) และสร้างสุนทรียภาพที่โอบรับผู้ใช้งาน พื้นที่ว่าง (Rhetoric of Negative Space) การผสานสีน้ำตาลโทนอุ่นเข้ากับพื้นที่ว่างขนาดใหญ่ ช่วยขับเน้นระบบการจัดพิมพ์อักษร (Typography) หรือตัวผลิตภัณฑ์ให้มีความโดดเด่นเสมือนงานศิลปะในหอศิลป์ (Curated Gallery Feel) การจับคู่สีเชิงสุนทรียศาสตร์ยุคใหม่ (Contemporary Color Pairing) สถิติการจับคู่สีเผยให้เห็นการตัดกันของขั้วสีระหว่าง สีสากลของผืนดิน และ ความสดใหม่ของยุคดิจิทัล โดยมักจับคู่สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) ร่วมกับโทนสีพาสเทลที่ลดความจัดจ้านลง เช่น สีเขียวใบเสจ (Sage Green) หรือสีฟ้าหม่น (Muted Lavender)

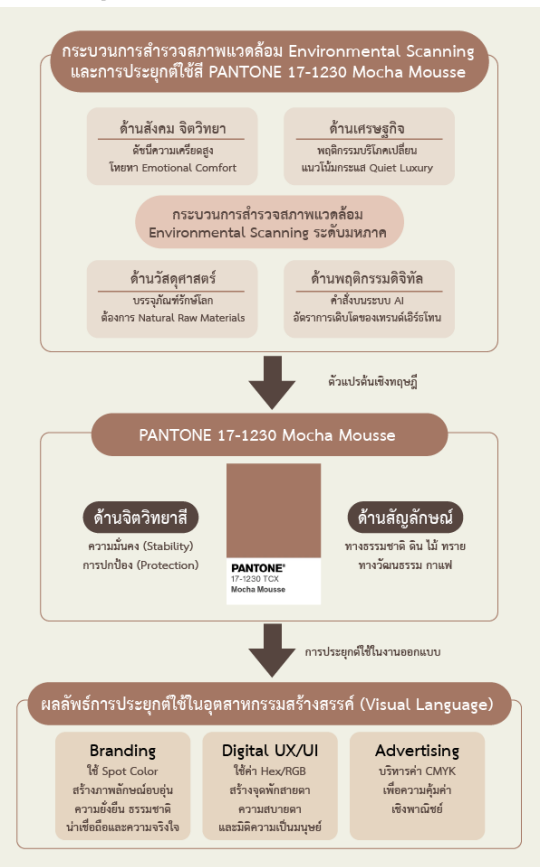
6. อภิปรายผลและสรุป

ผลการศึกษาวิจัยเชิงวิเคราะห์ชี้ให้เห็นว่า กระบวนการกำหนดและประยุกต์ใช้เฉดสีแห่งปี 2025 สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) PANTONE 17-1230 มิได้เป็นเพียงปรากฏการณ์ทางสุนทรียศาสตร์หรือแฟชั่นระยะสั้น หากแต่ทำหน้าที่เป็นภาษาภาพ (Visual Language) และ ดัชนีชี้วัดสภาวะจิตใจของสังคมโลก (Global Psychosocial Index) ที่ถูกถอดรหัสมาจากความต้องการส่วนลึกของสังคม วัฒนธรรม และจิตวิทยาของผู้บริโภค

การที่นักออกแบบกราฟิกและอุตสาหกรรมสร้างสรรค์นำเฉดสีนี้มาประยุกต์ใช้ในสื่อรูปแบบต่าง ๆ เป็นปฏิกิริยาเชิงสะท้อนต่อสภาวะโลกหลังดิจิทัล [14] (Post-Digital Era) ที่ผู้คนต้องการกลับคืนสู่ธรรมชาติและความสงบภายใน ผลการศึกษาแสดงให้เห็นความสัมพันธ์เชิงเหตุผล (Causal Relationship) ที่ชัดเจนระหว่างบริบททางสังคมและจิตวิทยาการเลือกใช้สี กล่าวคือ เมื่อสังคมเกิดภาวะความเหนื่อยล้าจากเทคโนโลยี (AI Overload) นักออกแบบจะหันมาใช้กลุ่มสีโทนอุ่นและเอิร์ธโทนเพื่อสร้างพื้นที่ปลอดภัย (Safe Haven) และสร้างระบบการสื่อสารที่เน้นมนุษย์เป็นศูนย์กลาง (Human-Centric Approach)

ในเชิงธุรกิจและอุตสาหกรรม การเลือกใช้สี Mocha Mousse ไม่ได้จำกัดอยู่เพียงแค่ความสวยงาม แต่เป็นเครื่องมือสร้างความไว้วางใจ (Trust Architecture) ความจริงใจ และความยั่งยืน ซึ่งเป็นหัวใจสำคัญของการตลาดและภาพลักษณ์แบรนด์ในปัจจุบัน [2]

โดยสรุปแผนภาพการวิเคราะห์เชิงโครงสร้างและความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของการประยุกต์ใช้สีแห่งปี 2025 ดังแสดงในรูปที่ 13



รูปที่ 13 แผนภาพสรุปการวิเคราะห์เชิงโครงสร้าง และความสัมพันธ์เชิงเหตุผลของการประยุกต์ใช้สีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) สีแห่งปี 2025
ที่มา: ศกลวรรณ ศรีสังข์

7. ข้อจำกัดการวิจัยและข้อเสนอแนะ

7.1 ข้อจำกัดของการวิจัย

บทความฉบับนี้เป็นกระบวนการวิเคราะห์เชิงคุณภาพที่อาศัยการตีความเชิงบริบทและปรากฏการณ์ในช่วงปี 2024-2025 จึงอาจมีข้อจำกัดด้านการวัดผลทางสถิติเพื่อยืนยันระดับปฏิกิริยาทางอารมณ์ นอกจากนี้บริบททางวัฒนธรรมย่อยในแต่ละภูมิภาคอาจทำให้เกิดการให้ความหมายของสีที่แตกต่างไปจากมาตรฐานสากล

7.2 ข้อเสนอแนะ

7.2.1 ข้อเสนอแนะเชิงวิชาการ

การบูรณาการงานวิจัยเชิงปริมาณ ควรนำเครื่องมือทางประสาทวิทยาหรือเทคโนโลยีติดตามการเคลื่อนไหวของดวงตา (Eye-Tracking Technology) มาใช้ร่วมด้วย เพื่อวัดผลปฏิกิริยาทางกายภาพอย่างเป็นรูปธรรม โดยเฉพาะการประเมินประสิทธิภาพในการลดทอนความล้าของสายตา เมื่อผู้บริโภคมีปฏิสัมพันธ์กับเฉดสีเอิร์ธโทนบนหน้าจอดิจิทัลในระยะเวลาที่กำหนด

การศึกษาข้ามวัฒนธรรม ควรทำการศึกษาเพิ่มเติมเพื่อเปรียบเทียบการรับรู้และความหมายของรหัสสีดังกล่าวระหว่างกลุ่มบริบททางสังคมในประเทศซีกโลกตะวันตกและซีกโลกตะวันออก

7.2.2 ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติการสำหรับการประยุกต์ใช้ในอุตสาหกรรมออกแบบ

สำหรับนักออกแบบอัตลักษณ์และนักการตลาด ควรใช้โทนสีมอคค่ามูส (Mocha Mousse) อย่างมีกลยุทธ์เพื่อสร้างคุณค่าให้แก่แบรนด์ (Brand Value) โดยเฉพาะอย่างยิ่งในแคมเปญที่ต้องการสื่อสารถึงความโปร่งใส ความใส่ใจต่อสิ่งแวดล้อม และสุนทรียศาสตร์แบบหรูหราเรียบง่าย นอกจากนี้ ควรนำสีดังกล่าวไปจับคู่ผสานกับวัสดุจริงที่มีความเป็นธรรมชาติ เพื่อส่งเสริมสัญญะและสื่อความหมายให้เกิดพลังสูงสุด

สำหรับนักออกแบบหน้าจอปฏิสัมพันธ์ (UI/UX) และสื่อดิจิทัล ปัจจุบันผู้บริโภคเผชิญกับความล้าทางสายตาจากแสงสีฟ้า การนำเฉดสีอุ่นนี้มาประยุกต์ใช้ในพื้นที่ว่าง (White Space) หรือพื้นหลังของแอปพลิเคชันและเว็บไซต์จะช่วยสร้างสัมผัสแห่งความผ่อนคลาย ลดความตึงเครียดทางสายตา และช่วยรักษาความสนใจ (Attention Span) ของผู้ใช้งานในระบบนิเวศดิจิทัลได้ยาวนานยิ่งขึ้น

8. กิตติกรรมประกาศ

ขอขอบคุณคณะสถาปัตยกรรมและการออกแบบ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีพระจอมเกล้าพระนครเหนือ

เอกสารอ้างอิง

[1] Barthes, R. (1967). Elements of semiotics (A. Lavers & C. Smith, Trans.). Hill and Wang.

[2] Singh, S. (2006). Impact of color on marketing. Management Decision, 44(6), 783-789.

[3] Pantone Color Institute. (2024). Introducing the color of the year 2025: PANTONE 17-1230 Mocha Mousse. Pantone LLC.

[4] Sriwathana, P. (2025). Digital fatigue and the resurgence of earth tones in user interface design. Journal of Creative Arts, 14(1), 45-60.

[5] Finlay, V. (2002). Color: A natural history of the palette. Random House. [6] Gage, J. (1999). Color and culture: Practice and meaning from antiquity to abstraction. University of California Press.

[6] Pastoureau, M. (2001). Blue: The history of a color. Princeton University Press.

[7] Goethe, J. W. v. (1810). Theory of colours (C. L. Eastlake, Trans.). John Murray.

[8] Elliot, A. J., & Maier, M. A. (2014). Color psychology: Effects of perceiving color on psychological functioning in humans. Annual Review of Psychology, 65(1), 95-120.

[9] Pastoureau, M. (2017). Red: The history of a color. Princeton University Press.

[10] Newark, T. (2007). Camouflage. Thames & Hudson.

[11] Garfield, S. (2001). Mauve: How one man invented a color that changed the world. W. W. Norton & Company.

[12] Schaffer, S. (2006). Reading our lips: The history of lipstick regulation in Western seats of power. Food and Drug Law Journal, 61(1), 165-225.

[13] Heller, E. (2009). Psychology of color: How colors affect meanings and feelings. Princeton Architectural Press.

[14] WGSN. (2024). Future Consumer 2025: Drivers of emotional comfort and macroeconomic shifts. WGSN Trend Forecasting Reports.

[15] Chandler, D. (2017). Semiotics: The basics (3rd ed.). Routledge.

[16] WGSN & Coloro. (2024). Global Color Trends and Consumer Drivers for 2025. WGSN Trend Forecasting.

[17] Creative Intelligence Bureau. (2025). The shift to softness: Data analytics of AI prompt generation in visual arts. International Journal of Digital Design & Synthetics, 12(2), 89-104.