



อิทธิพลของรูปแบบอารมณ์ขันต่อความสามารถทางการเจรจาของนักศึกษาสาขาการจัดการ
The Influence of Humor Styles on Negotiation Competence among
Management Students

¹ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี

¹Chaiyaset Promsri

คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร

Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon

¹Corresponding Author, Email: Chaiyaset.p@rmutp.ac.th

Received 19/06/2026 | Revised 19/07/2026 | Accepted 19/07/2026

บทความวิจัย (Research Article)

บทคัดย่อ

การวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) ศึกษาระดับรูปแบบอารมณ์ขันและความสามารถในการเจรจา 2) เปรียบเทียบรูปแบบอารมณ์ขันจำแนกตามเพศ 3) ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบอารมณ์ขันกับความสามารถทางการเจรจา และ 4) ศึกษาอิทธิพลของรูปแบบอารมณ์ขันที่มีต่อความสามารถทางการเจรจาของนักศึกษาสาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาสาขาการจัดการ จำนวน 185 คน จากประชากรทั้งหมด 333 คน เครื่องมือวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ประกอบด้วยแบบวัดรูปแบบอารมณ์ขัน จำนวน 32 ข้อ และแบบวัดความสามารถทางการเจรจา จำนวน 16 ข้อ วิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงพรรณนา Welch's t-test สหสัมพันธ์เพียร์สัน และการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผลการวิจัยพบว่า นักศึกษามีอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์สูงสุดและมีความสามารถด้านการเตรียมความพร้อมในการเจรจาสูงสุด เมื่อเปรียบเทียบตามเพศ พบว่าเพศชายมีอารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว ($t = 2.657, p = .009$) และอารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง ($t = 2.512, p = .014$) สูงกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์พบว่า อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองมีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถทางการเจรจา ($r = .315, p < .001$) ขณะที่อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวมีความสัมพันธ์เชิงลบ ($r = -.171, p = .020$) ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณพบว่าแบบจำลองมีนัยสำคัญทางสถิติ ($R^2 = .136, F(4,180) = 7.10, p < .001$) โดยอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการเจรจา ($B = 0.300, p < .001$) ส่วนอารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวมีอิทธิพลเชิงลบ ($B = -0.155, p = .046$) ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าอารมณ์ขันไม่ได้ส่งผลต่อความสามารถทางการเจรจาในลักษณะเดียวกันทุกประเภท แต่ขึ้นอยู่กับรูปแบบของอารมณ์ขันที่บุคคลเลือกใช้

คำสำคัญ: รูปแบบอารมณ์ขัน; ความสามารถทางการเจรจา; อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง

Abstract

This study aimed to 1) examine the levels of humor styles and negotiation competence; 2) compare humor styles by gender; 3) investigate the relationships between



humor styles and negotiation competence; and 4) examine the influence of humor styles on negotiation competence among management students at the Faculty of Business Administration, Rajamangala University of Technology Phra Nakhon. The sample consisted of 185 management students from a population of 333 students. Data were collected using an online questionnaire consisting of a 32-item Humor Styles Questionnaire and a 16-item negotiation competence scale. The data were analyzed using descriptive statistics, Welch's t-test, Pearson's correlation, and multiple regression analysis. The findings revealed that affiliative humor was the most prevalent humor style, while negotiation preparation was the most prominent dimension of negotiation competence. Gender comparison showed that male students reported significantly higher levels of aggressive humor ($t = 2.657$, $p = .009$) and self-defeating humor ($t = 2.512$, $p = .014$) than female students. Correlation analysis indicated that self-enhancing humor was positively associated with negotiation competence ($r = .315$, $p < .001$), whereas aggressive humor was negatively associated with negotiation competence ($r = -.171$, $p = .020$). Multiple regression analysis indicated that the model was statistically significant ($R^2 = .136$, $F(4, 180) = 7.10$, $p < .001$). Self-enhancing humor positively influenced negotiation competence ($B = 0.300$, $p < .001$), while aggressive humor negatively influenced negotiation competence ($B = -0.155$, $p = .046$). These findings suggest that humor does not uniformly influence negotiation competence; rather, its effect depends on the type of humor style used.

Keywords: humor styles; negotiation competence; self-enhancing humor

บทนำ

ความสามารถทางการเจรจา (Negotiation Competence) เป็นทักษะสำคัญสำหรับนักศึกษาสาขาการจัดการ เนื่องจากการเจรจาไม่ได้จำกัดอยู่เพียงการต่อรองผลประโยชน์หรือการแก้ไขข้อขัดแย้งเท่านั้น แต่ยังครอบคลุมถึงการสร้างความร่วมมือ การบริหารความสัมพันธ์ การประสานผลประโยชน์ระหว่างบุคคลและองค์กร ตลอดจนการตัดสินใจร่วมกันภายใต้ข้อจำกัดและความแตกต่างของแต่ละฝ่าย การมีความสามารถทางการเจรจาจึงช่วยให้นักศึกษาสามารถจัดการปฏิสัมพันธ์ทางสังคมได้อย่างมีประสิทธิภาพ และเป็นพื้นฐานสำคัญต่อการทำงานด้านบริหารธุรกิจ การจัดการทีม การสื่อสารในองค์กร และการเป็นผู้ประกอบการในอนาคต (Lewicki et al., 2021) ในบริบทของนักศึกษาสาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ความสามารถทางการเจรจามีความสำคัญอย่างยิ่ง เนื่องจากนักศึกษากลุ่มนี้ต้องเตรียมความพร้อมให้ทำงานในบทบาทที่ต้องติดต่อประสานงานกับบุคคลหลากหลายฝ่ายในช่วงของการฝึกสหกิจและทำงานหลังสำเร็จการศึกษา

ในช่วงหลายปีที่ผ่านมา นักวิชาการเริ่มให้ความสนใจกับปัจจัยด้านอารมณ์และความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลที่มีบทบาทต่อความสำเร็จของการเจรจามากขึ้น โดยเฉพาะอารมณ์ขัน (Humor) ซึ่งเป็นเครื่องมือสำคัญในการสื่อสารและการสร้างปฏิสัมพันธ์ทางสังคม Bear และ Miron-Spektor (2024) อธิบายว่าอารมณ์ขันสามารถส่งสัญญาณถึงความฉลาด ความมั่นใจ และความสามารถในการจัดการสถานการณ์ อีกทั้งยังช่วยส่งเสริมความสัมพันธ์เชิงบวกและการยอมรับทางสังคมในบริบทการทำงานและ



ภาวะผู้นำ อารมณ์ขันจึงอาจเป็นทรัพยากรทางสังคมที่ช่วยลดความตึงเครียด สร้างบรรยากาศที่เป็นมิตร และเอื้อต่อการสื่อสารในสถานการณ์ที่มีความซับซ้อนหรือแรงกดดันสูง

ในบริบทของการเจรจา งานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่าอารมณ์ขันมีบทบาทมากกว่าการสร้าง ความสนุกสนาน Vuorela (2005) พบว่าอารมณ์ขันสามารถใช้เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการเจรจาธุรกิจ โดยช่วยลดความตึงเครียด บรรเทาความขัดแย้ง และเอื้อให้เกิดการพูดคุยในประเด็นที่ยากต่อการสื่อสาร ขณะที่ Maemura และ Horita (2012) พบว่าอารมณ์ขันช่วยสร้างความไว้วางใจ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และบรรยากาศแห่งความร่วมมือในสถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง นอกจากนี้ Bonaiuto et al. (2003) ยังชี้ให้เห็นว่าอารมณ์ขันสามารถทำหน้าที่ทั้งในด้านการส่งเสริมการสื่อสารและการจัดการข้อโต้แย้งระหว่างคู่ปฏิสัมพันธ์ได้ ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนว่าอารมณ์ขันอาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของกระบวนการเจรจาผ่านกลไกด้านความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และการลดความตึงเครียดระหว่างบุคคล อย่างไรก็ตาม บทบาทของอารมณ์ขันจำเป็นต้องพิจารณาพร้อมกับบริบททางวัฒนธรรม เนื่องจากความหมาย ความเหมาะสม และผลกระทบของอารมณ์ขันอาจแตกต่างกันไปตามบรรทัดฐานทางสังคม ในบริบทไทย การสื่อสารระหว่างบุคคลมักให้ความสำคัญกับกาลเทศะ ความสุภาพ ความเกรงใจ การรักษาหน้า และการรักษาความสัมพันธ์อันกลมกลืนระหว่างบุคคล (Chayakonvikom et al., 2016)

อารมณ์ขันไม่ได้เป็นลักษณะที่มีรูปแบบเดียว แต่สามารถแสดงออกได้หลายลักษณะ Martin et al. (2003) ได้เสนอแนวคิดรูปแบบอารมณ์ขัน (Humor Styles) ซึ่งประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ อารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (Affiliative Humor) อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง (Self-Enhancing Humor) อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว (Aggressive Humor) และอารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง (Self-Defeating Humor) โดยอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์และอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองมักเกี่ยวข้องกับการสร้างปฏิสัมพันธ์เชิงบวก ขณะที่อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวและอารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเองอาจเกี่ยวข้องกับความเสี่ยงต่อคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างบุคคลมากกว่า แนวคิดดังกล่าวช่วยให้การศึกษาอารมณ์ขันมีความชัดเจนขึ้น เนื่องจากไม่ได้มองอารมณ์ขันเป็นคุณลักษณะเชิงบวกโดยอัตโนมัติ แต่พิจารณาว่ารูปแบบของอารมณ์ขันแต่ละประเภทอาจส่งผลกระทบต่อพฤติกรรมทางสังคมแตกต่างกัน

แม้งานวิจัยที่ผ่านมาได้แสดงให้เห็นว่าอารมณ์ขันมีบทบาทต่อการสร้างความสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และบรรยากาศแห่งความร่วมมือในกระบวนการเจรจา แต่การศึกษาส่วนใหญ่ยังมุ่งเน้นการวิเคราะห์อารมณ์ขันที่เกิดขึ้นระหว่างสถานการณ์การเจรจา มากกว่าการศึกษารูปแบบอารมณ์ขันของบุคคลในฐานะคุณลักษณะทางจิตวิทยาและสังคมที่อาจเกี่ยวข้องกับความสามารถทางการเจรจาโดยรวม นอกจากนี้ งานวิจัยที่ตรวจสอบความสัมพันธ์และอิทธิพลของรูปแบบอารมณ์ขันต่อความสามารถทางการเจรจาโดยตรงยังพบได้จำกัด โดยเฉพาะในกลุ่มนักศึกษาสาขาการจัดการในบริบทประเทศไทย ช่องว่างดังกล่าวทำให้ยังขาดหลักฐานเชิงประจักษ์ที่ช่วยอธิบายว่ารูปแบบอารมณ์ขันแต่ละประเภทมีบทบาทต่อการพัฒนาความสามารถทางการเจรจาแตกต่างกันอย่างไร และยังไม่ชัดเจนว่ารูปแบบอารมณ์ขันใดควรได้รับการส่งเสริมหรือควรระมัดระวังในการพัฒนาทักษะการเจรจาของนักศึกษาด้านการจัดการ

ด้วยเหตุนี้ การวิจัยครั้งนี้จึงมุ่งศึกษาระดับของรูปแบบอารมณ์ขันและความสามารถทางการเจรจาเปรียบเทียบรูปแบบอารมณ์ขันจำแนกตามเพศ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบอารมณ์ขันกับความสามารถทางการเจรจา และศึกษาอิทธิพลของรูปแบบอารมณ์ขันที่มีต่อความสามารถทางการเจรจาของนักศึกษาสาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร ผลการศึกษาจะช่วยขยายองค์ความรู้เกี่ยวกับบทบาทของอารมณ์ขันในบริบทการเจรจา



วัตถุประสงค์การวิจัย

1. เพื่อศึกษาระดับรูปแบบอารมณ์ขันและความสามารถในการเจรจาของนักศึกษาสาขาการจัดการ
2. เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบอารมณ์ขันของนักศึกษาสาขาการจัดการ จำแนกตามเพศ
3. เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบอารมณ์ขันกับความสามารถในการเจรจาของนักศึกษาสาขาการจัดการ
4. เพื่อศึกษาอิทธิพลของรูปแบบอารมณ์ขันที่มีต่อความสามารถในการเจรจาของนักศึกษาสาขาการจัดการ

สมมติฐานการวิจัย

H1: นักศึกษาเพศชายมีคะแนนอารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวและอารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเองสูงกว่านักศึกษาเพศหญิง

H2: รูปแบบอารมณ์ขันมีความสัมพันธ์กับความสามารถในการเจรจาของนักศึกษาสาขาการจัดการ

H3a: อารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการเจรจา

H3b: อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถในการเจรจา

H3c: อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวมีอิทธิพลเชิงลบต่อความสามารถในการเจรจา

H3d: อารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเองมีอิทธิพลเชิงลบต่อความสามารถในการเจรจา

การทบทวนวรรณกรรม

1. รูปแบบอารมณ์ขัน (Humor Styles)

อารมณ์ขัน (Humor) เป็นรูปแบบหนึ่งของการสื่อสารและปฏิสัมพันธ์ทางสังคมที่ช่วยสร้างความเพลิดเพลิน ลดความตึงเครียด และส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Bear & Miron-Spektor, 2024) งานวิจัยของ Martin et al. (2003) ได้เสนอแนวคิดรูปแบบอารมณ์ขัน (Humor Styles) เพื่ออธิบายความแตกต่างในการใช้อารมณ์ขันของบุคคล โดยแบ่งออกเป็น 4 รูปแบบ ได้แก่ (1) อารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (Affiliative Humor) หมายถึง การใช้อารมณ์ขันเพื่อสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตร ลดความตึงเครียด และส่งเสริมความสัมพันธ์กับผู้อื่น (2) อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง (Self-Enhancing Humor) หมายถึง การมองสถานการณ์ต่าง ๆ ในเชิงบวกและใช้อารมณ์ขันเป็นกลไกในการจัดการความเครียด (3) อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว (Aggressive Humor) หมายถึง การใช้อารมณ์ขันในลักษณะประชด เสียดสี หรือล้อเลียนผู้อื่น และ (4) อารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง (Self-Defeating Humor) หมายถึง การสร้างเสียงหัวเราะโดยการวิพากษ์หรือลดคุณค่าของตนเองเพื่อให้ผู้อื่นยอมรับ

ในบริบทประเทศไทย Chaigusin และ Promsri (2020) พบว่านักศึกษาสาขาการบัญชีมีแนวโน้มใช้อารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์มากที่สุด ขณะที่อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวเป็นรูปแบบที่มีการใช้น้อยที่สุด สะท้อนให้เห็นถึงแนวโน้มการใช้อารมณ์ขันเชิงบวกในกลุ่มนักศึกษาด้านบริหารธุรกิจ งานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นว่ารูปแบบอารมณ์ขันแต่ละประเภทมีผลต่อปฏิสัมพันธ์ทางสังคมแตกต่างกัน โดยอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์และอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองมักเกี่ยวข้องกับผลลัพธ์เชิงบวก ขณะที่อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวและอารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเองมักเกี่ยวข้องกับความสัมพันธ์เชิงลบหรือปัญหาในการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Martin et al., 2003; Kokkinos & Voulgaridou, 2026)

2. ความสามารถในการเจรจา (Negotiation Competence)



ความสามารถทางการเจรจา (Negotiation Competence) หมายถึง ความสามารถของบุคคลในการเตรียมความพร้อม สร้างความสัมพันธ์ ใช้กลยุทธ์ และเรียนรู้จากกระบวนการเจรจา เพื่อให้สามารถบริหารความขัดแย้ง ประสานผลประโยชน์ และบรรลุผลลัพธ์ที่เป็นประโยชน์ร่วมกัน (Lewicki et al., 2021) ความสามารถดังกล่าวเป็นสมรรถนะสำคัญของนักบริหารและบุคลากรในองค์กร เนื่องจากช่วยให้สามารถจัดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล การแก้ไขปัญหา และการตัดสินใจร่วมกันได้อย่างมีประสิทธิภาพ

สำหรับการศึกษาค้นคว้าครั้งนี้ ได้ยึดแนวคิดของ Lewicki et al. (2021) ที่เสนอว่า ความสามารถทางการเจรจาประกอบด้วย 4 มิติ ได้แก่ การเตรียมความพร้อมในการเจรจา (Negotiation Preparation) การสร้างความสัมพันธ์ระหว่างคู่เจรจา (Relationship Building) การใช้กลยุทธ์ในการเจรจา (Negotiation Tactics) และการเรียนรู้จากประสบการณ์การเจรจา (Negotiation Learning) ซึ่งเป็นองค์ประกอบสำคัญที่สะท้อนประสิทธิภาพของนักเจรจาในการดำเนินกระบวนการเจรจาให้ประสบความสำเร็จ

3. รูปแบบอารมณ์ขันและความสามารถทางการเจรจา

แม้ว่างานวิจัยเกี่ยวกับอารมณ์ขันและการเจรจายังมีจำนวนไม่มากนัก แต่ผลการศึกษาที่ผ่านมาชี้ให้เห็นว่าอารมณ์ขันมีบทบาทสำคัญต่อคุณภาพของกระบวนการเจรจา Vuorela (2005) พบว่าอารมณ์ขันสามารถใช้เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการเจรจาธุรกิจ โดยช่วยลดความตึงเครียด บรรเทาความขัดแย้ง และส่งเสริมการสื่อสารระหว่างคู่เจรจา ขณะที่ Maemura และ Horita (2012) พบว่าอารมณ์ขันช่วยสร้างความไว้วางใจ ความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน และบรรยากาศแห่งความร่วมมือในสถานการณ์ที่มีความขัดแย้ง นอกจากนี้ Williams (2025) ยังเสนอว่าอารมณ์ขันสามารถช่วยพัฒนาความสัมพันธ์และสร้างความพึงพอใจต่อกระบวนการเจรจาได้

เมื่อพิจารณาจากแนวคิดและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง อารมณ์ขันสามารถส่งผลต่อความสามารถทางการเจรจาผ่านกลไกด้านความสัมพันธ์และการสื่อสาร โดยอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์และอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองมีแนวโน้มช่วยส่งเสริมความไว้วางใจ ความร่วมมือ และบรรยากาศเชิงบวกระหว่างคู่เจรจา (Maemura & Horita, 2012; Williams, 2025) ในทางตรงกันข้าม อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวอาจลดคุณภาพของความสัมพันธ์และนำไปสู่ความขัดแย้งระหว่างบุคคล (Bonaiuto et al., 2003; Kokkinos & Voulgaridou, 2026) ขณะที่ Wu et al. (2016) พบว่าอารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวมีความสัมพันธ์กับระดับความเห็นอกเห็นใจที่ต่ำกว่า ซึ่งอาจส่งผลต่อความสามารถในการเข้าใจมุมมองและความต้องการของคู่ปฏิสัมพันธ์

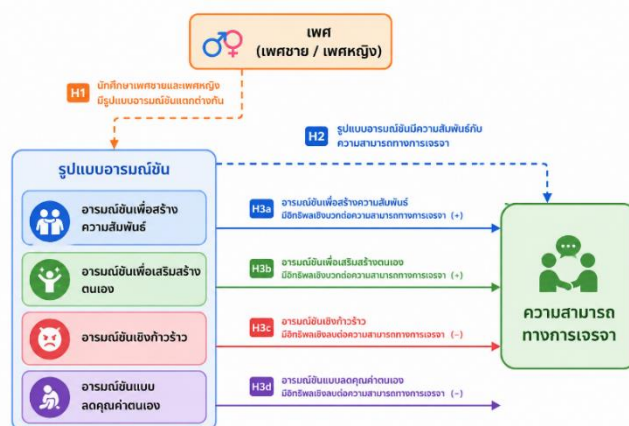
นอกจากนี้ Salavera et al. (2020) ยังพบว่ารูปแบบอารมณ์ขันมีความสัมพันธ์กับทักษะทางสังคมหลายมิติ ขณะที่ Teng-Calleja et al. (2015) พบว่าอารมณ์ขันช่วยเอื้อต่อการจัดการปฏิสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มที่มีความแตกต่างด้านอำนาจ ซึ่งสะท้อนบทบาทของอารมณ์ขันต่อการสร้างความร่วมมือและการรักษาความสัมพันธ์ในบริบทการเจรจา ดังนั้น จึงอาจคาดได้ว่ารูปแบบอารมณ์ขันแต่ละประเภทมีความสัมพันธ์และอิทธิพลต่อความสามารถทางการเจรจาแตกต่างกัน

4. เพศกับรูปแบบอารมณ์ขัน

ประเด็นความแตกต่างระหว่างเพศในการใช้อารมณ์ขันเป็นอีกประเด็นหนึ่งที่มีการศึกษาอย่างต่อเนื่อง เนื่องจากรูปแบบการใช้อารมณ์ขันของบุคคลอาจเกี่ยวข้องกับการขัดเกลาทางสังคม บทบาททางสังคม และบรรทัดฐานเกี่ยวกับการแสดงออกทางอารมณ์และการสื่อสาร Evans (2023) สรุปว่า งานวิจัยที่ผ่านมาโดยภาพรวมพบว่าเพศชายมีแนวโน้มใช้อารมณ์ขันหลายรูปแบบมากกว่าเพศหญิง โดยเฉพาะอารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว

กรอบแนวคิดการวิจัย

กรอบแนวคิดการวิจัยนี้พัฒนาจากแนวคิดรูปแบบอารมณ์ขันของ Martin et al. (2003) และแนวคิดความสามารถทางการเจรจาของ Lewicki et al. (2021) โดยกำหนดให้รูปแบบอารมณ์ขัน 4 ด้าน ได้แก่ อารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว และ อารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง เป็นตัวแปรต้น ส่วนความสามารถทางการเจรจาเป็นตัวแปรตาม



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดการวิจัย

วิธีดำเนินการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ (Quantitative Research) แบบภาคตัดขวาง (Cross-sectional Research) มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาระดับของรูปแบบอารมณ์ขันและความสามารถในการเจรจา เปรียบเทียบรูปแบบอารมณ์ขันจำแนกตามเพศ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบอารมณ์ขันกับความสามารถทางการเจรจา และศึกษาอิทธิพลของรูปแบบอารมณ์ขันที่มีต่อความสามารถทางการเจรจาของนักศึกษาสาขาการจัดการ

1. ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัย ได้แก่ นักศึกษาสาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร จำนวน 333 คน ซึ่งเป็นจำนวนนักศึกษาที่อยู่ในกลุ่มประชากรเป้าหมายของการวิจัยในช่วงเวลาที่ดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูล กลุ่มตัวอย่างที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ นักศึกษาสาขาการจัดการที่ตอบแบบสอบถามครบถ้วนและสามารถนำข้อมูลไปใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติได้ จำนวน 185 คน

การกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างพิจารณาจากจำนวนประชากรทั้งหมด 333 คน โดยจำนวนกลุ่มตัวอย่าง 185 คนถือว่าเพียงพอต่อการวิเคราะห์ทางสถิติที่ใช้ในการวิจัย และสูงกว่าขนาดกลุ่มตัวอย่างขั้นต่ำตามแนวทางการกำหนดขนาดกลุ่มตัวอย่างของ Krejcie และ Morgan (1970) ที่ระดับความเชื่อมั่น 95% และค่าความคลาดเคลื่อน .05

เกณฑ์การคัดเข้า ได้แก่ 1) เป็นนักศึกษาสาขาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครในช่วงเวลาที่ดำเนินการวิจัย 2) สมัครใจเข้าร่วมการวิจัย และ 3) ตอบแบบสอบถามได้ครบถ้วน ส่วนเกณฑ์การคัดออก ได้แก่ 1) ไม่ยินยอมเข้าร่วมการวิจัย 2) ตอบแบบสอบถามไม่ครบถ้วน หรือ 3) มีข้อมูลไม่สมบูรณ์จนไม่สามารถนำไปใช้ในการวิเคราะห์ทางสถิติได้



ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลโดยส่งแบบสอบถามออนไลน์ไปยังนักศึกษาที่อยู่ในกลุ่มประชากรเป้าหมาย และนำเฉพาะแบบสอบถามที่ตอบครบถ้วนมาใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล จำนวน 185 ชุด

2. เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยเป็นแบบสอบถามออนไลน์ ประกอบด้วย 3 ส่วน ได้แก่

ส่วนที่ 1 แบบสอบถามข้อมูลทั่วไปของผู้ตอบแบบสอบถาม ได้แก่ เพศ และผลการเรียนเฉลี่ยสะสม

ส่วนที่ 2 แบบวัดรูปแบบอารมณ์ขัน (Humor Styles Questionnaire: HSQ) ของ Martin et al. (2003) ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 32 ข้อ ครอบคลุมรูปแบบอารมณ์ขัน 4 ด้าน ได้แก่ อารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว และอารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง

ส่วนที่ 3 แบบวัดความสามารถทางการเจรจา ผู้วิจัยพัฒนาขึ้นจากการสังเคราะห์แนวคิดและวรรณกรรมด้านการเจรจาต่อรองของ Lewicki et al. (2021) ประกอบด้วยข้อคำถามจำนวน 16 ข้อ ครอบคลุม 4 มิติ ได้แก่ การเตรียมความพร้อมในการเจรจา การสร้างความสัมพันธ์ในการเจรจา การใช้กลยุทธ์การเจรจา และการเรียนรู้จากการเจรจา

แบบสอบถามใช้มาตราประมาณค่า 5 ระดับ ตั้งแต่ 1 หมายถึง เห็นด้วยน้อยที่สุด ถึง 5 หมายถึง เห็นด้วยมากที่สุด โดยแปลผลค่าเฉลี่ยตามเกณฑ์ของ Best (1977) ดังนี้ 1.00–1.49 หมายถึง น้อยที่สุด 1.50–2.49 หมายถึง น้อย 2.50–3.49 หมายถึง ปานกลาง 3.50–4.49 หมายถึง มาก และ 4.50–5.00 หมายถึง มากที่สุด

3. การตรวจสอบคุณภาพเครื่องมือ

ผู้วิจัยตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ของแบบสอบถามโดยผู้ทรงคุณวุฒิ จำนวน 3 ท่าน และคำนวณค่าดัชนีความสอดคล้องระหว่างข้อคำถามกับวัตถุประสงค์ของการวิจัย (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ตามแนวทางของ Rovinelli และ Hambleton (1977) พบว่า ข้อคำถามทุกข้อมีค่า IOC อยู่ระหว่าง 0.67–1.00 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ยอมรับได้ที่ 0.50 จากนั้น ผู้วิจัยนำแบบสอบถามไปตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) โดยพิจารณาทั้งค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach's alpha) และค่าสัมประสิทธิ์โอเมกาของแมคโดนัลด์ (McDonald's omega) ผลการวิเคราะห์พบว่า แบบวัดรูปแบบอารมณ์ขันมีค่า Cronbach's alpha เท่ากับ .830 และค่า McDonald's omega เท่ากับ .833 ขณะที่แบบวัดความสามารถทางการเจรจามีค่า Cronbach's alpha เท่ากับ .853 และค่า McDonald's omega เท่ากับ .860 ซึ่งสูงกว่าเกณฑ์ขั้นต่ำที่ยอมรับได้ที่ .70 (Hayes & Coutts, 2020; Nunnally & Bernstein, 1994)

4. การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยดำเนินการเก็บรวบรวมข้อมูลผ่านระบบแบบสอบถามออนไลน์ โดยชี้แจงวัตถุประสงค์ของการวิจัย สิทธิของผู้เข้าร่วมการวิจัย และการรักษาความลับของข้อมูลก่อนเริ่มตอบแบบสอบถาม ข้อมูลที่ได้รับถูกจัดเก็บในลักษณะไม่ระบุตัวตน (Anonymous Survey) และใช้เพื่อการวิจัยเท่านั้น

ก่อนการวิเคราะห์ข้อมูล ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อมูลสูญหาย ค่าผิดปกติ และความสมบูรณ์ของข้อมูล พบว่าข้อมูลมีความสมบูรณ์และเหมาะสมสำหรับการวิเคราะห์ทางสถิติ จึงนำข้อมูลจากแบบสอบถามที่สมบูรณ์จำนวน 185 ชุดเข้าสู่กระบวนการวิเคราะห์ข้อมูล

5. การวิเคราะห์ข้อมูล

วิเคราะห์ข้อมูลด้วยโปรแกรม Jamovi โดยใช้สถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่ ร้อยละ ค่าเฉลี่ย และส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน เพื่ออธิบายลักษณะของกลุ่มตัวอย่างและระดับของตัวแปรที่ศึกษา ใช้ Welch's t-test เพื่อเปรียบเทียบรูปแบบอารมณ์ขันจำแนกตามเพศ ใช้สหสัมพันธ์เพียร์สัน (Pearson's Correlation Coefficient) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร และใช้การวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ (Multiple Regression Analysis) เพื่อศึกษาอิทธิพลของรูปแบบอารมณ์ขันที่มีต่อความสามารถทางการเจรจา โดยกำหนดระดับนัยสำคัญทางสถิติที่ .05

ผลการวิจัย

การนำเสนอผลการวิเคราะห์ข้อมูลในการวิจัยครั้งนี้แบ่งออกเป็น 4 ส่วนตามวัตถุประสงค์ของการวิจัย ได้แก่ 1) ผลการวิเคราะห์ระดับรูปแบบอารมณ์ขันและความสามารถในการเจรจาของนักศึกษาสาขาการจัดการ 2) ผลการเปรียบเทียบรูปแบบอารมณ์ขันจำแนกตามเพศ 3) ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบอารมณ์ขันกับความสามารถทางการเจรจา และ 4) ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของรูปแบบอารมณ์ขันที่มีต่อความสามารถทางการเจรจา

1. ผลการวิเคราะห์ระดับรูปแบบอารมณ์ขันและความสามารถในการเจรจาของนักศึกษาสาขาการจัดการ

ตารางที่ 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของรูปแบบอารมณ์ขัน

ตัวแปร	N	ค่าเฉลี่ย (M)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
อารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (Affiliative Humor)	185	3.66	0.67	มาก
อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง (Self-Enhancing Humor)	185	3.58	0.62	มาก
อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว (Aggressive Humor)	185	2.42	0.53	น้อย
อารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง (Self-Defeating Humor)	185	2.81	0.76	ปานกลาง

ตารางที่ 1 พบว่า นักศึกษามีอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (Affiliative Humor) อยู่ในระดับมาก ($M = 3.66$, $SD = 0.67$) และอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง (Self-Enhancing Humor) อยู่ในระดับมาก ($M = 3.58$, $SD = 0.62$) ในทางตรงกันข้าม อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว (Aggressive Humor) มีค่าเฉลี่ยอยู่ในระดับน้อย ($M = 2.42$, $SD = 0.53$) ขณะที่อารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง (Self-Defeating Humor) อยู่ในระดับปานกลาง ($M = 2.81$, $SD = 0.76$) เมื่อเปรียบเทียบระหว่างรูปแบบอารมณ์ขันทั้ง 4 มิติ พบว่าอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์มีค่าเฉลี่ยสูงสุด รองลงมาคืออารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง อารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง และอารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว ตามลำดับ



ตารางที่ 2 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของความสามารถทางการเจรจา

ตัวแปร	N	ค่าเฉลี่ย (Mean)	ส่วนเบี่ยงเบน มาตรฐาน (SD)	ระดับ
การเตรียมความพร้อมในการเจรจา (Negotiation Preparation)	185	4.02	0.70	มาก
การสร้างความสัมพันธ์ในการเจรจา (Negotiation Relationship)	185	3.96	0.60	มาก
การใช้กลยุทธ์การเจรจา (Negotiation Tactics)	185	3.69	0.62	มาก
การเรียนรู้และพัฒนาทักษะการเจรจา (Negotiation Learning)	185	3.62	0.74	มาก
ความสามารถทางการเจรจาโดยรวม (Negotiation Competence)	185	3.85	0.53	มาก

ตารางที่ 2 พบว่า นักศึกษามีความสามารถทางการเจรจาโดยรวมอยู่ในระดับมาก ($M = 3.85$, $SD = 0.53$) เมื่อพิจารณาเป็นรายด้าน พบว่า การเตรียมความพร้อมในการเจรจา (Negotiation Preparation) มีค่าเฉลี่ยสูงที่สุด ($M = 4.02$, $SD = 0.70$) รองลงมาคือ การสร้างความสัมพันธ์ในการเจรจา (Negotiation Relationship) ($M = 3.96$, $SD = 0.60$) การใช้กลยุทธ์การเจรจา (Negotiation Tactics) ($M = 3.69$, $SD = 0.62$) และการเรียนรู้และพัฒนาทักษะการเจรจา (Negotiation Learning) ($M = 3.62$, $SD = 0.74$) ตามลำดับ

2. ผลการเปรียบเทียบรูปแบบอารมณ์ขันจำแนกตามเพศ

ตารางที่ 3 การเปรียบเทียบรูปแบบอารมณ์ขันจำแนกตามเพศ ($n = 185$)

รูปแบบอารมณ์ขัน	ชาย ($n=49$)		หญิง ($n=133$)		Welch's t	df	p	Cohen's d
	M	S.D.	M	S.D.				
อารมณ์ขันเพื่อสร้าง ความสัมพันธ์ (Affiliative)	3.68	0.65	3.65	0.68	0.286	89.9	.775	0.047
อารมณ์ขันเพื่อ เสริมสร้างตนเอง (Self- Enhancing)	3.61	0.57	3.57	0.64	0.461	95.6	.646	0.075
อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว (Aggressive)	2.58	0.42	2.38	0.55	2.657	110.7	.009**	0.417
อารมณ์ขันแบบลด คุณค่าตนเอง (Self- Defeating)	3.03	0.68	2.73	0.78	2.512	98.0	.014*	0.406

จากตารางที่ 3 ผลการทดสอบความแตกต่างระหว่างเพศด้วยสถิติ Welch's t-test พบว่า เพศชาย มีคะแนนอารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว (Aggressive Humor) สูงกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($M = 2.58$, $SD = 0.42$ เทียบกับ $M = 2.38$, $SD = 0.55$; $t = 2.657$, $p = .009$) โดยมีขนาดอิทธิพลระดับเล็กถึงปานกลาง (Cohen's $d = 0.417$) นอกจากนี้ เพศชายยังมีคะแนนอารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง (Self-Defeating Humor) สูงกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($M = 3.03$, $SD = 0.68$ เทียบกับ $M = 2.73$, $SD = 0.78$; $t = 2.512$, $p = .014$) โดยมีขนาดอิทธิพลระดับเล็กถึงปานกลาง (Cohen's $d = 0.406$)

3. ผลการวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบอารมณ์ขันกับความสามารถทางการเจรจา
ตารางที่ 4 ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์เพียร์สันระหว่างรูปแบบอารมณ์ขันและความสามารถทางการเจรจา

ตัวแปร	1	2	3	4	5
1. ความสามารถทางการเจรจา	—				
2. อารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์	.014	—			
3. อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง	.315***	.229**	—		
4. อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว	-.171*	-.225**	-.044	—	
5. อารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง	-.003	.009	.333***	.364***	—

* $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

จากตารางที่ 4 ผลการวิเคราะห์สหสัมพันธ์เพียร์สันพบว่า อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง (Self-Enhancing Humor) มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถทางการเจรจาในระดับต่ำถึงปานกลางอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = .315$, $p < .001$) ในทางตรงกันข้าม อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว (Aggressive Humor) มีความสัมพันธ์เชิงลบกับความสามารถทางการเจรจาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($r = -.171$, $p = .020$)

4. ผลการวิเคราะห์อิทธิพลของรูปแบบอารมณ์ขันที่มีต่อความสามารถทางการเจรจา
ตารางที่ 5 ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณของรูปแบบอารมณ์ขันที่มีต่อความสามารถทางการเจรจา

ตัวแปรพยากรณ์	B	SE	t	p	VIF	Tolerance
ค่าคงที่ (Intercept)	3.567	0.342	10.426	< .001	—	—
อารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (Affiliative Humor)	-0.080	0.057	-1.390	.166	1.11	0.901
อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง (Self-Enhancing Humor)	0.300	0.065	4.614	< .001***	1.22	0.823
อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว (Aggressive Humor)	-0.155	0.077	-2.005	.046*	1.25	0.800
อารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง (Self-Defeating Humor)	-0.044	0.056	-0.784	.434	1.34	0.746



$R = .369$, $R^2 = .136$, Adjusted $R^2 = .117$, $F(4,180) = 7.10$, $p < .001$, Durbin-Watson = 1.97

* $p < .05$, *** $p < .001$

ก่อนการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณ ผู้วิจัยได้ตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นของการวิเคราะห์ พบว่าค่า Durbin-Watson เท่ากับ 1.97 และไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p = .798$) สะท้อนว่าค่าคลาดเคลื่อนของแบบจำลองมีความเป็นอิสระต่อกัน นอกจากนี้ ผลการทดสอบ Shapiro-Wilk ของค่าคลาดเคลื่อนมาตรฐานพบว่าไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ($W = .987$, $p = .093$) และจากการพิจารณา Q-Q Plot พบว่าค่าคลาดเคลื่อนส่วนใหญ่อยู่ใกล้แนวเส้นทแยงมุม จึงสะท้อนว่าการแจกแจงของค่าคลาดเคลื่อนมีความใกล้เคียงปกติในระดับที่ยอมรับได้

ผลการวิเคราะห์การถดถอยพหุคูณเพื่อศึกษาผลของรูปแบบอารมณ์ขันต่อความสามารถทางการเจรจา พบว่าแบบจำลองการถดถอยมีนัยสำคัญทางสถิติ ($F(4,180) = 7.10$, $p < .001$) โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความสามารถทางการเจรจาได้ร้อยละ 13.6 ($R^2 = .136$, Adjusted $R^2 = .117$) เมื่อพิจารณารายตัวแปร พบว่า อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง (Self-Enhancing Humor) มีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการเจรจาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = 0.300$, $t = 4.614$, $p < .001$) แสดงให้เห็นว่านักศึกษาที่มีแนวโน้มใช้อารมณ์ขันเพื่อรักษาทัศนคติเชิงบวกและจัดการสถานการณ์ต่าง ๆ อย่างสร้างสรรค์ มีแนวโน้มที่จะมีความสามารถทางการเจรจาสูงขึ้น ในทางตรงกันข้าม อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าว (Aggressive Humor) มีอิทธิพลเชิงลบต่อความสามารถทางการเจรจาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($B = -0.155$, $t = -2.005$, $p = .046$) สะท้อนให้เห็นว่าการใช้อารมณ์ขันในลักษณะเสียดสี เยาะเย้ย หรือสร้างความเหนือกว่าผู้อื่น อาจส่งผลกระทบต่อคุณภาพของปฏิสัมพันธ์และลดประสิทธิภาพในการเจรจา อย่างไรก็ตาม ไม่พบว่าอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์ (Affiliative Humor) และอารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง (Self-Defeating Humor) มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการเจรจาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($p > .05$)

อภิปรายผล

สรุปผลการวิจัยและอภิปรายผลตามประเด็นต่อไปนี้

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 1 พบว่า นักศึกษาสาขาการจัดการมีความสามารถทางการเจรจาโดยรวมอยู่ในระดับมาก นอกจากนี้ ผลการศึกษายังพบว่านักศึกษามีอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์และอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองอยู่ในระดับมาก ขณะที่อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวอยู่ในระดับน้อย และอารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเองอยู่ในระดับปานกลาง ข้อค้นพบนี้สอดคล้องกับผลการศึกษาของ Chaigusin และ Promsri (2020) เฉพาะในประเด็นแนวโน้มของรูปแบบอารมณ์ขันในกลุ่มนักศึกษาด้านบริหารธุรกิจของไทย ซึ่งพบว่านักศึกษามีคะแนนอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์สูงสุด รองลงมาคืออารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเอง อารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง และอารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวตามลำดับ ผลดังกล่าวสะท้อนว่านักศึกษาด้านบริหารธุรกิจในบริบทไทยมีแนวโน้มใช้อารมณ์ขันเชิงบวกมากกว่าอารมณ์ขันเชิงลบ

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 2 พบว่านักศึกษาเพศชายและเพศหญิงมีความแตกต่างกันอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติในด้านอารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวและอารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเอง โดยนักศึกษาเพศชายมีคะแนนเฉลี่ยสูงกว่านักศึกษาเพศหญิง ขณะที่อารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์และอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองไม่พบความแตกต่างอย่างมีนัยสำคัญ ผลการศึกษาดังกล่าวสอดคล้องกับ Evans (2023) ที่สรุปจากงานวิจัยจำนวนมากว่าผู้ชายมีแนวโน้มใช้อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวมากกว่าผู้หญิง รวมถึง

สอดคล้องกับ Wu et al. (2016) ที่พบว่าเพศชายมีแนวโน้มใช้อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวและอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองสูงกว่าเพศหญิง ผลการศึกษานี้อาจอธิบายได้จากความคาดหวังทางสังคมเกี่ยวกับบทบาททางเพศ ซึ่งมักเปิดโอกาสให้ผู้ชายแสดงพฤติกรรมเชิงแข่งขัน การล้อเลียน หรือการแสดงออกเชิงตรงไปตรงมามากกว่าผู้หญิง (Bear & Miron-Spektor, 2024)

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 3 พบว่ารูปแบบอารมณ์ขันมีความสัมพันธ์กับความสามารถทางการเจรจาในทิศทางที่แตกต่างกัน โดยเฉพาะอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์และอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองที่มีความสัมพันธ์เชิงบวกกับความสามารถทางการเจรจา ขณะที่อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวมีความสัมพันธ์เชิงลบ ผลการศึกษาดังกล่าวสนับสนุนแนวคิดที่มองว่าอารมณ์ขันเป็นทรัพยากรทางสังคมที่ส่งผลกระทบต่อคุณภาพของปฏิสัมพันธ์ระหว่างบุคคล ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Vuorela (2005) ที่พบว่าอารมณ์ขันสามารถใช้เป็นเครื่องมือเชิงกลยุทธ์ในการลดความตึงเครียดและส่งเสริมการสื่อสารระหว่างคู่เจรจา รวมทั้งสอดคล้องกับ Maemura & Horita (2012) ที่พบว่าอารมณ์ขันช่วยสร้างความไว้วางใจ ความร่วมมือ และความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกันระหว่างคู่ปฏิสัมพันธ์ นอกจากนี้ Salavera et al. (2020) ยังพบว่ารูปแบบอารมณ์ขันมีความสัมพันธ์กับทักษะทางสังคมหลายมิติ ซึ่งสะท้อนว่าอารมณ์ขันอาจมีบทบาทสำคัญต่อการสร้างความสัมพันธ์ การสื่อสาร และการบริหารปฏิสัมพันธ์ อันเป็นองค์ประกอบพื้นฐานของความสามารถทางการเจรจา

ผลการวิจัยตามวัตถุประสงค์ข้อที่ 4 พบว่า อารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองมีอิทธิพลเชิงบวกต่อความสามารถทางการเจรจา ขณะที่อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวมีอิทธิพลเชิงลบต่อความสามารถทางการเจรจา ส่วนอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์และอารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเองไม่พบอิทธิพลอย่างมีนัยสำคัญ เมื่อควบคุมผลร่วมของตัวแปรอื่นในแบบจำลอง ผลการศึกษานี้ยังอธิบายได้ว่าอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองสะท้อนความสามารถในการมองสถานการณ์ในเชิงบวก การจัดการอารมณ์ และการปรับตัวต่อความกดดัน ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่เอื้อต่อการสร้างปฏิสัมพันธ์ที่มีประสิทธิภาพ ในทางตรงกันข้าม อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวมีอิทธิพลเชิงลบต่อความสามารถทางการเจรจา ซึ่งอาจอธิบายได้ว่าอารมณ์ขันลักษณะดังกล่าวมีแนวโน้มสร้างความรู้สึกละอายใจ ลดความไว้วางใจ และส่งผลกระทบต่อคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างคู่เจรจา ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับ Bonaiuto et al. (2003) ที่เสนอว่าอารมณ์ขันสามารถถูกใช้เพื่อลดทอนความชอบธรรมของข้อเสนอหรือความคิดเห็นของผู้อื่น และสอดคล้องกับ Kokkinos & Voulgaridou (2026) ที่พบว่าอารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวมีความสัมพันธ์กับพฤติกรรมการจัดการอารมณ์และการแสวงหาประโยชน์จากผู้อื่น นอกจากนี้ Wu et al. (2016) ยังพบว่าอารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวมีความสัมพันธ์กับระดับความเห็นอกเห็นใจที่ต่ำกว่า ซึ่งอาจส่งผลให้บุคคลเข้าใจความรู้สึกและมุมมองของคู่เจรจาได้ลดลง

ทั้งนี้ ผลการวิจัยที่ไม่พบว่าอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์มีอิทธิพลต่อความสามารถทางการเจรจาอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ เป็นประเด็นที่ควรพิจารณาเพิ่มเติม เนื่องจากอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์มักถูกอธิบายว่าเป็นรูปแบบอารมณ์ขันเชิงบวกที่ช่วยสร้างบรรยากาศที่เป็นมิตร ลดความตึงเครียด และส่งเสริมความสัมพันธ์ระหว่างบุคคล (Martin et al., 2003) อย่างไรก็ตาม ในบริบทของการเจรจา การสร้างบรรยากาศที่ดีหรือความเป็นกันเองเพียงอย่างเดียวอาจยังไม่เพียงพอที่จะสะท้อนความสามารถทางการเจรจาโดยตรง เนื่องจากความสามารถทางการเจรจายังเกี่ยวข้องกับการเตรียมความพร้อม การวิเคราะห์ผลประโยชน์ การเลือกใช้กลยุทธ์ การควบคุมอารมณ์ และการเรียนรู้จากกระบวนการ



เจรจา (Lewicki et al., 2021) ดังนั้น อารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์อาจมีบทบาทในฐานะปัจจัยที่ช่วยสนับสนุนบรรยากาศของการสื่อสาร มากกว่าจะเป็นปัจจัยที่ส่งผลโดยตรงต่อความสามารถทางการเจรจา

ข้อค้นพบสำคัญของการวิจัยครั้งนี้คือ รูปแบบอารมณ์ขันไม่ได้ส่งผลต่อความสามารถทางการเจรจาในลักษณะเดียวกันทุกประเภท โดยอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองเป็นปัจจัยที่ช่วยส่งเสริมความสามารถทางการเจรจา ขณะที่อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวกลับเป็นปัจจัยที่บั่นทอนความสามารถดังกล่าว สะท้อนให้เห็นว่าคุณภาพและลักษณะของอารมณ์ขันมีความสำคัญมากกว่าการมีอารมณ์ขันเพียงอย่างเดียว

องค์ความรู้ใหม่จากการวิจัย

การวิจัยครั้งนี้เสนอองค์ความรู้ใหม่ในเชิงทฤษฎีว่า อารมณ์ขันไม่ควรถูกพิจารณาเป็นปัจจัยเชิงบวกต่อความสามารถทางการเจรจาในลักษณะเหมารวม แต่ควรพิจารณาตาม “รูปแบบของอารมณ์ขัน” ที่บุคคลใช้ ผลการวิจัยชี้ให้เห็นว่าอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองเป็นรูปแบบอารมณ์ขันที่เกี่ยวข้องกับการจัดการตนเอง การรักษาทัศนคติเชิงบวก และการรับมือกับสถานการณ์ที่มีแรงกดดัน ซึ่งเป็นคุณลักษณะที่เอื้อต่อความสามารถทางการเจรจา ขณะที่อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวมีแนวโน้มบั่นทอนคุณภาพของปฏิสัมพันธ์ ความไว้วางใจ และความร่วมมือระหว่างบุคคล ดังนั้น งานวิจัยนี้จึงช่วยขยายความเข้าใจทางวิชาการจากเดิมที่มักมองอารมณ์ขันในฐานะเครื่องมือสร้างบรรยากาศ ไปสู่การอธิบายว่าอารมณ์ขันแต่ละรูปแบบมีบทบาทแตกต่างกันต่อความสามารถทางการเจรจา

ข้อจำกัดและข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยในอนาคต

การวิจัยครั้งนี้มีข้อจำกัดบางประการที่ควรพิจารณาในการตีความผลการวิจัย ประการแรก กลุ่มตัวอย่างเป็นนักศึกษาสาขาการจัดการจากคณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนคร เพียงแห่งเดียว จึงอาจจำกัดการอ้างอิงผลการวิจัยไปยังนักศึกษาต่างสาขาวิชา ต่างสถาบัน ประการที่สอง การวิจัยใช้แบบสอบถามแบบประเมินตนเอง ซึ่งอาจได้รับอิทธิพลจากการรับรู้ของผู้ตอบ ประการที่สาม การวิจัยครั้งนี้เป็นการศึกษาแบบภาคตัดขวาง จึงสามารถอธิบายความสัมพันธ์และอิทธิพลระหว่างตัวแปรได้ในระดับหนึ่ง แต่ยังไม่สามารถยืนยันความสัมพันธ์เชิงเหตุและผลได้อย่างสมบูรณ์

ในด้านการนำผลการวิจัยไปใช้ประโยชน์ ผู้สอนในรายวิชาที่เกี่ยวข้องกับการเจรจาต่อรอง การสื่อสารทางธุรกิจ ภาวะผู้นำ และการพัฒนาทักษะทางสังคมของนักศึกษาสาขาการจัดการ สามารถนำข้อค้นพบไปใช้ในการออกแบบกิจกรรมการเรียนรู้ที่เน้นการพัฒนาอารมณ์ขันเชิงบวกควบคู่กับทักษะการเจรจาได้อย่างเป็นรูปธรรม เช่น การจำลองสถานการณ์การเจรจาโดยกำหนดบทบาทคู่เจรจาที่มีแรงกดดันแตกต่างกัน การฝึกใช้ถ้อยคำและอารมณ์ขันเพื่อคลี่คลายความตึงเครียดโดยไม่ทำให้คู่เจรจาเสียหน้า การวิเคราะห์กรณีตัวอย่างของอารมณ์ขันที่เหมาะสมและไม่เหมาะสมในสถานการณ์การเจรจา และการสะท้อนผลหลังการฝึกปฏิบัติเพื่อให้นักศึกษาเห็นผลกระทบของรูปแบบการสื่อสารของตนเองต่อความไว้วางใจ ความร่วมมือ และคุณภาพของความสัมพันธ์ระหว่างคู่เจรจา

สำหรับการวิจัยในอนาคต ควรศึกษากับกลุ่มตัวอย่างที่หลากหลายมากขึ้น เช่น นักศึกษาต่างสาขาวิชา นักศึกษาต่างมหาวิทยาลัย พนักงานในองค์กรธุรกิจ ผู้ประกอบการ หรือผู้ที่มีประสบการณ์ในการเจรจาจริง เพื่อทดสอบความคงทนของข้อค้นพบในบริบทที่แตกต่างกัน นอกจากนี้ ควรพิจารณาใช้ระเบียบวิธีวิจัยแบบผสมผสาน โดยผสานการเก็บข้อมูลเชิงปริมาณกับการสัมภาษณ์เชิงลึก การสนทนากลุ่ม หรือการสังเกตพฤติกรรมในสถานการณ์จำลองการเจรจา เพื่อลดข้อจำกัดจากการประเมินตนเองและช่วยอธิบายให้ชัดเจนขึ้นว่า นักศึกษาใช้อารมณ์ขันแต่ละรูปแบบอย่างไรในสถานการณ์การเจรจาจริง



สรุป

การวิจัยครั้งนี้มุ่งศึกษาระดับรูปแบบอารมณ์ขันและความสามารถในการเจรจา เปรียบเทียบรูปแบบอารมณ์ขันจำแนกตามเพศ ศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบอารมณ์ขันกับความสามารถทางการเจรจา และศึกษาอิทธิพลของรูปแบบอารมณ์ขันที่มีต่อความสามารถทางการเจรจาของนักศึกษาสาขาการจัดการ ผลการศึกษาพบว่า นักศึกษามีอารมณ์ขันเพื่อสร้างความสัมพันธ์และอารมณ์ขันเพื่อเสริมสร้างตนเองอยู่ในระดับมาก และมีความสามารถในการเจรจาโดยรวมอยู่ในระดับมาก เมื่อเปรียบเทียบตามเพศพบว่าเพศชายมีแนวโน้มใช้อารมณ์ขันเชิงก้าวร้าวและอารมณ์ขันแบบลดคุณค่าตนเองสูงกว่าเพศหญิงอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ข้อค้นพบสำคัญของการวิจัยครั้งนี้ชี้ให้เห็นว่า อารมณ์ขันไม่ได้ส่งผลต่อความสามารถทางการเจรจาในลักษณะเดียวกันทุกประเภท แต่ขึ้นอยู่กับรูปแบบของอารมณ์ขันที่บุคคลเลือกใช้ โดยอารมณ์ขันที่ช่วยให้บุคคลรักษาทัศนคติเชิงบวก จัดการความเครียด และปรับตัวต่อสถานการณ์ที่มีแรงกดดัน มีแนวโน้มสนับสนุนความสามารถทางการเจรจามากกว่าอารมณ์ขันที่มุ่งเสียสละ ล้อเลียน หรือสร้างความเหนือกว่าผู้อื่น ดังนั้น การพัฒนานักเจรจารุ่นใหม่จึงไม่ควรมุ่งเน้นเฉพาะเทคนิคการต่อรอง แต่ควรครอบคลุมถึงความสามารถในการใช้อารมณ์ขันอย่างสร้างสรรค์ เพื่อส่งเสริมความไว้วางใจ ความร่วมมือ และคุณภาพของปฏิสัมพันธ์ในกระบวนการเจรจา

กิตติกรรมประกาศ

ผู้วิจัยขอขอบคุณมหาวิทยาลัยเทคโนโลยีราชมงคลพระนครสำหรับการสนับสนุนการทำวิจัยครั้งนี้

เอกสารอ้างอิง

- Bear, J. B., & Miron-Spektor, E. (2024). Understanding the role of gender in humor expression: Directions for future scholarship. *Current Opinion in Psychology*, 55, 101724. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101724>
- Best, J. W. (1977). *Research in education* (3rd ed.). Prentice-Hall.
- Bonaiuto, M., Castellana, E., & Pierro, A. (2003). Arguing and laughing: The use of humor to negotiate in group discussions. *Humor: International Journal of Humor Research*, 16(2), 183–223. <https://doi.org/10.1515/humr.2003.010>
- Chaigusin, S., & Promsri, C. (2020). Academic performance and humor styles of accounting students. *South Asian Research Journal of Humanities and Social Sciences*, 2(3), 193–198. <https://doi.org/10.36346/sarjhss.2020.v02i03.002>
- Chayakonvikom, M., Fuangvut, P., & Cannell, S. (2016). Exploring education culture by employing Hofstede's cultural dimensions to evaluate the effectiveness of the current ERP training approach in Thailand. *Journal of Education and Training Studies*, 4(10), 79–89. <https://doi.org/10.11114/jets.v4i10.1775>
- Evans, J. B. (2023). Gender and humor. *Current Opinion in Psychology*, 54, 101719. <https://doi.org/10.1016/j.copsyc.2023.101719>
- Hayes, A. F., & Coutts, J. J. (2020). Use omega rather than Cronbach's alpha for estimating reliability. *Communication Methods and Measures*, 14(1), 1–24. <https://doi.org/10.1080/19312458.2020.1718629>



- Kokkinos, C. M., & Voulgaridou, I. (2026). Humor styles and emotional manipulation: A person-centered perspective. *Personality and Individual Differences*, 257, 113775. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2026.113775>
- Krejcie, R. V., & Morgan, D. W. (1970). Determining sample size for research activities. *Educational and Psychological Measurement*, 30(3), 607–610. <https://doi.org/10.1177/001316447003000308>
- Lewicki, R. J., Barry, B., & Saunders, D. M. (2021). *Essentials of negotiation* (7th ed.). McGraw-Hill Education.
- Maemura, Y., & Horita, M. (2012). Humour in negotiations: A pragmatic analysis of humour in simulated negotiations. *Group Decision and Negotiation*, 21(6), 821–838. <https://doi.org/10.1007/s10726-011-9251-9>
- Martin, R. A., Puhlik-Doris, P., Larsen, G., Gray, J., & Weir, K. (2003). Individual differences in uses of humor and their relation to psychological well-being: Development of the Humor Styles Questionnaire. *Journal of Research in Personality*, 37(1), 48–75. [https://doi.org/10.1016/S0092-6566\(02\)00534-2](https://doi.org/10.1016/S0092-6566(02)00534-2)
- Nunnally, J. C., & Bernstein, I. H. (1994). *Psychometric theory* (3rd ed.). McGraw-Hill.
- Rovinelli, R. J., & Hambleton, R. K. (1977). On the use of content specialists in the assessment of criterion-referenced test item validity. *Dutch Journal of Educational Research*, 2, 49–60. <https://eric.ed.gov/?id=ED121845>
- Salavera, C., Usán, P., & Jarie, L. (2020). Styles of humor and social skills in students: Gender differences. *Current Psychology*, 39(2), 571–580. <https://doi.org/10.1007/s12144-017-9770-X>
- Teng-Calleja, M., Montiel, C. J., & Baquiano, M. J. (2015). Humour in power-differentiated intergroup wage negotiation. *Journal of Pacific Rim Psychology*, 9(1), 15–27. <https://doi.org/10.1017/prp.2015.2>
- Vuorela, T. (2005). Laughing matters: A case study of humor in multicultural business negotiations. *Negotiation Journal*, 21(1), 105–130. <https://doi.org/10.1111/j.1571-9979.2005.00049.x>
- Williams, E. L. (2025). What's the craic? Humour and negotiations during the Northern Ireland peace process. *Irish Political Studies*, 40(3), 394–417. <https://doi.org/10.1080/07907184.2024.2431017>
- Wu, C.-L., Lin, H.-Y., & Chen, H.-C. (2016). Gender differences in humour styles of young adolescents: Empathy as a mediator. *Personality and Individual Differences*, 99, 139–143. <https://doi.org/10.1016/j.paid.2016.05.018>