

อิทธิพลภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และความรับผิดชอบต่อสังคมที่มีผลต่อภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นในพระองค์ประเทศไทยในพระราชูปถัมภ์

Influences of Creative Leadership and Social Responsibility on an Image of Amateur Muaythai Association of Thailand under the Patronage of the Royal Crown Prince of Thailand

จุฑาพร ชินทัตพ์¹ และ พิพัฒน์ นนทนาธรณ์²

Chuthaporn Shinnathub¹ and Phiphat Nonthanathorn²

บทคัดย่อ

การศึกษาวิจัยครั้งนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อ 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบต่อสังคมและภาพลักษณ์องค์กร 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ต่อภาพลักษณ์องค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร กลุ่มตัวอย่าง เป็นนักกีฬามวยไทยสมัครเล่น และผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ กลุ่มตัวอย่าง 400 คน ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก

ผลการวิจัยมีค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ระหว่าง 0.525 - 0.791 และมีนัยสำคัญทุกตัวแปรจากการวิเคราะห์ด้วยแบบสมการโครงสร้าง พบว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลต่อความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญและมีค่าความแปรปรวนที่ถูกทำนายโดยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ร้อยละ 77.00 นอกจากนี้ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์องค์กรอย่างมีนัยสำคัญ และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างมีนัยสำคัญและมีค่าความแปรปรวนที่ถูกทำนายโดยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ร้อยละ 86.00 สุดท้ายความรับผิดชอบต่อสังคมมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์องค์กรอย่างมีนัยสำคัญ และมีค่าดัชนีความเหมาะสม $\chi^2 / df = 1.072$, $CFI = 1.00$, $NNFI = 1.00$, $RMSEA = 0.013$ และ $90\% CI$ for $RMSEA = 0.040$

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบต่อสังคม ภาพลักษณ์องค์กร

¹ นิสิตปริญญาโท สาขาบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ e-mail: chuthaporn.sh@ku.ac.th

¹ Master of Business Administration, Major Field: Business Administration, Faculty of Business Administration of Kasetsart University.

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์ email: fbusppn@ku.ac.th

² Assistant Professor, Department of Management, Faculty of Business Administration, Kasetsart University.

Abstract

The objectives of this research were 1) to study the relationship among creative leadership, social responsibility and an image of Amateur Muaythai of Thailand under the Patronage of the Royal Crown Prince of Thailand. 2) to study the influences of creative leadership on an image of Amateur Muaythai Association of Thailand under the Patronage of the Royal Crown Prince of Thailand both direct and indirect via social responsibility. Sample was Thai amateur boxing athlete and those who are involved with Amateur Muaythai Association of Thailand under the Patronage of the Royal Crown Prince of Thailand. Judgmental sampling was randomly, and completely sample size was 400.

The results found that correlation coefficient among observable variables were 0.525 - 0.791; and every variables had a significant level. From structural equation modeling, it found that creative leadership had influenced on social responsibility with significantly and the variance predicted by creative leadership with 77.0 percent. Moreover, creative leadership had direct effect to an image of Amateur Muaythai Association of Thailand under the Patronage of the Royal Crown Prince of Thailand with significantly and had indirect effect via social responsibility with significantly and variance predicted by creative leadership with 86.0 percent. Finally, social responsibility had direct effect to an image of Amateur Muaythai Association of Thailand under the Patronage of the Royal Crown Prince of Thailand with significantly. Fit indices of the model were $\chi^2 / df = 1.072$; $CFI = 1.00$; $NNFI = 1.00$; $RMSEA = 0.013$ and 90% CI for $RMSEA = 0.040$

Key words: creative leadership, social responsibility, an association image.

ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ปัจจุบันสุขภาพเป็นเรื่องที่ผู้คนให้ความสนใจกันมาก ทำให้มีการรณรงค์ให้คนมีสุขภาพดี ด้วยการออกกำลังกายและเล่นกีฬาเพื่อให้สุขภาพแข็งแรงตลอดจนพัฒนาไปสู่การเล่นเพื่อการสร้างอาชีพ สร้างชื่อเสียง เกียรติยศ และฐานะทางสังคม แต่การเล่นเพื่อความเป็นเลิศจำเป็นต้องอาศัยเทคนิคการเล่นระดับสูงวิทยาศาสตร์การกีฬาที่ทันสมัยตลอดจนการบริหารจัดการที่ผู้มีส่วนเกี่ยวข้องเข้ามามีส่วนร่วมในการบริหารจัดการ มีการวางแผนการพัฒนาที่เป็นระบบ

“มวยไทย” เป็นกีฬาประเภทหนึ่งที่ทั้งชาวไทยและชาวต่างประเทศให้ความสนใจและความสนใจอย่างต่อเนื่องจากผู้คนในสังคม ไม่ว่าจะด้วยเหตุผลที่มวยไทยสามารถดึงความสนใจของผู้คนหลากหลายชนชั้นโดยเฉพาะอย่างยิ่งเยาวชนให้ออกห่างจากอบายมุขและสิ่งหมกมุ่น เช่น ยาเสพติด เป็นต้น หรือด้วยเหตุผลที่มวยไทยเป็นศิลปะการต่อสู้ป้องกันตัวประจำชาติ ศิลปวัฒนธรรม และประเพณี

การแข่งขันที่เป็นแบบฉบับและเอกลักษณ์เฉพาะของชาติ รวมทั้งเหตุผลด้านเกียรติภูมิของชาติในฐานะที่มวยไทยเป็นประติษฐานกรรมการต่อสู้จากภูมิปัญญาของบรรพบุรุษไทยและความมุ่งมั่นที่จะส่งเสริมสนับสนุน “มวยไทย” ไว้ให้เป็นมรดกของชาติและมรดกของโลกสืบไป ขอบเขตการดำเนินการผลักดันมวยไทยจึงขยายออกไปสู่โลกภายนอก

สมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ จึงเป็นอีกหนึ่งทางเลือกสำหรับผู้ที่สนใจในกีฬามวยไทย สมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ เป็นองค์การบริหารหลักระดับประเทศสำหรับกีฬามวยไทยสมัครเล่นในประเทศไทย องค์การนี้ทำหน้าที่จัดอันดับนักมวยไทยแชมป์ประเทศไทย และส่งเสริมความร่วมมือระหว่างบุคคลในวงการมวย รวมไปถึงการจัดกิจกรรมการแข่งขัน ส่งเสริม สร้างสรรค์นักกีฬามวยไทยที่มีความสามารถให้สามารถไปแข่งขันในระดับโลกได้ ซึ่งสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย เป็นองค์การที่ไม่แสวงหาผลกำไร เป็นองค์การที่มีค่านึงถึงสังคม

และมีความรับผิดชอบต่อสังคมในการสร้างสรรค์ เพื่อผลประโยชน์ต่อวงการกีฬาไทย (สมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์, 2559) ประกอบกับสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์นั้น เป็นสมาคมที่มีการพัฒนาส่งเสริมเยาวชนให้มีกิจกรรมและอาชีพที่รับรอง สามารถสร้างรายได้ให้แก่ครอบครัว เป็นประโยชน์ต่อสังคม และประเทศชาติในการสร้างชื่อเสียงทางการกีฬามวยไทยให้เป็นที่รู้จักทั่วโลกมากขึ้น

ภาวะผู้นำมีความสำคัญต่อความสำเร็จและการดำรงอยู่ขององค์กรเป็นอย่างมาก นอกจากนี้ภาวะผู้นำยังช่วยพัฒนาองค์กรไปในทิศทางใหม่ๆ เพื่อมุ่งไปสู่ทิศทางตามเป้าหมายนั้นได้และเป็นปัจจัยที่สำคัญในการบริหารงาน ผู้นำเปรียบประดุจดวงประทีปขององค์กร เป็นสัญลักษณ์ เป็นตัวแทนขององค์กร และเป็นจุดรวมพลังของทุกคนในองค์กร ฉะนั้นผู้นำย่อมเป็นหลักที่มีความสำคัญยิ่งต่อหน่วยงานต่อผู้ใต้บังคับบัญชา และต่อผลงานอันเป็นส่วนรวม คุณภาพและคุณลักษณะของผู้นำย่อมมีผลสะท้อนต่อวิถีปฏิบัติงาน และผลงานขององค์กรหรือหน่วยงานแต่ละแห่งเป็นอันมาก ดังนั้น การที่ผู้นำมีความคิดสร้างสรรค์ จึงนับว่าเป็นสิ่งจำเป็นสำหรับองค์กรเป็นอย่างมาก เพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันและบรรลุเป้าหมายทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพ

ประกอบกับกระแสโลกาภิวัตน์และการแข่งขันสร้างแรงกดดันต่อองค์กรอย่างมาก ทำให้องค์กรต้องพยายามใช้ความคิดสร้างสรรค์ต่างๆ เท่าที่สามารถค้นหาได้ในการปรับปรุงกระบวนการผลิต สร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ที่ดีกว่ารวมทั้งประสิทธิภาพและประสิทธิผลที่ยอดเยี่ยมกว่าเพื่อความอยู่รอดและเติบโตขององค์กรในสภาพแวดล้อมที่มีความสับสนวุ่นวาย ปัจจัยสำคัญที่จะนำไปสู่ความสำเร็จของบุคคลและองค์กรธุรกิจ ในสังคมปัจจุบัน จึงไม่ใช่แค่เพียงการมีความรู้เท่านั้น องค์กรหรือหน่วยงานจะเป็นองค์กรที่ดีได้หรือเป็นหน่วยงานที่มีคุณค่านั้น ต้องมีความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (Corporate Social Responsibility - CSR) ซึ่งความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรนั้นได้กลายเป็นประเด็นสำคัญที่องค์กรต่างๆ ทั้งในระดับโลกและระดับประเทศให้ความสนใจและมีการนำเอาเรื่องความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการนี้มาบรรจุไว้เป็นพันธกิจที่องค์กรต้องปฏิบัติด้วยเช่นกัน

ภาพลักษณ์ขององค์กร กล่าวคือ ภาพที่เกิดขึ้น

จากความคิดของประชาชนที่มีต่อองค์กรหรือสถาบันซึ่งเน้นเฉพาะภาพที่เกิดขึ้นกับตัวสถาบันหรือองค์การเพียงส่วนเดียว ดังนั้นภาพลักษณ์ประเภทนี้จึงเป็นภาพที่สะท้อนถึงการบริหารและการดำเนินงานขององค์การทั้งในแง่ระบบบริหาร คือ ด้านผู้บริหาร ธรรมมาภิบาล ความรับผิดชอบต่อสังคม และความมั่นคงขององค์การ (Kotler, 2014) การเป็นองค์การที่แสดงความรับผิดชอบต่อสังคมจากกิจกรรมที่สื่อสารเผยแพร่ออกมา การดำเนินธุรกิจที่โปร่งใสตรวจสอบได้ ตรงไปตรงมา รวมถึงโครงสร้างทางกายภาพขององค์การ ซึ่งเป็นข้อเท็จจริงส่วนหนึ่งและจากการประเมินผลการรับรู้ของตนเองส่วนหนึ่ง จากการให้บริการ ได้รับข้อมูลข่าวสารจากสื่อ หรือการโฆษณาประชาสัมพันธ์ ทั้งนี้ประเภทของภาพลักษณ์ของบริษัทสามารถแสดงหรือดูได้จากตัวบริษัทหรือองค์การ คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคต่อองค์กรนั้น ดูจากสินค้าหรือบริการ คือภาพที่เกิดขึ้นในใจของผู้บริโภคที่มีต่อสินค้าหรือบริการอย่างเดียวไม่ได้มองตัวองค์กรหรือสถาบัน และดูจากตราสินค้า (Brand Image) ยี่ห้อใดยี่ห้อหนึ่งของบริษัท ซึ่งบริษัทสามารถมีสินค้าได้หลายชนิด แต่ไม่จำเป็นต้องมีภาพลักษณ์ที่เหมือนกัน

ด้วยเหตุผลดังกล่าวข้างต้นผู้วิจัยจึงสนใจในประเด็นของอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และความรับผิดชอบต่อสังคมที่ส่งผลต่อภาพลักษณ์องค์กร เพื่อเป็นแนวทางในการปรับปรุงและพัฒนา เพิ่มประสิทธิภาพองค์กร และก่อให้เกิดประโยชน์แก่องค์กรต่อไป

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

- 1) เพื่อศึกษาความสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบต่อสังคมและภาพลักษณ์องค์กร
- 2) เพื่อศึกษาอิทธิพลของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ที่มีผลต่อภาพลักษณ์องค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความรับผิดชอบต่อสังคม

ประโยชน์ที่คาดว่าจะได้รับ

1. สมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ สามารถนำผลที่ได้จากการวิจัยใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนและพัฒนาบุคลากรให้ดียิ่งขึ้น เพื่อบรรลุเป้าหมายของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์รวมถึงสามารถสร้างภาพลักษณ์ที่ดีต่อ

องค์การ

2. เป็นข้อมูลสำหรับนักวิจัยอื่นได้ใช้เป็นแนวทางในการทำวิจัยในประเด็นที่เกี่ยวข้องกับอิทธิพลที่มีผลต่อสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ต่อไปในอนาคต

กรอบทฤษฎี

ในการศึกษาครั้งนี้ผู้วิจัยประยุกต์แนวคิดภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (Creative Leadership : CL) จากแนวคิดของ Robinson (2007) เนื่องจากเป็นคุณลักษณะของผู้นำที่มีความเหมาะสมในการบริหารและส่งเสริมองค์การในยุคของการเปลี่ยนแปลงและแข่งขัน ประกอบด้วยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ด้านการมีวิสัยทัศน์ (Vision : CL_VS) ด้านการคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล (Individuality Consideration : CL_ID) ด้านมีความยืดหยุ่นและปรับตัว (Flexibility and Adaptability : CL_FX) ด้านมีความคิดสร้างสรรค์ (Creative : CL_CT) และด้านการทำงานเป็นทีม (Teamwork : CL_TM)

แนวคิดความรับผิดชอบต่อสังคม (Social Responsibility: SR) ผู้วิจัยได้ประยุกต์จากแนวคิดของ Archie B. Carroll (1991) ประกอบด้วยด้านเศรษฐกิจ (Economic Responsibility : SR_EC) ด้านกฎหมาย (Law Responsibility : SR_LG) ด้านจริยธรรม (Ethical Responsibility : SR_ET) และด้านการเสียสละเพื่อสังคม (Philanthropic Responsibility : SR_SO)

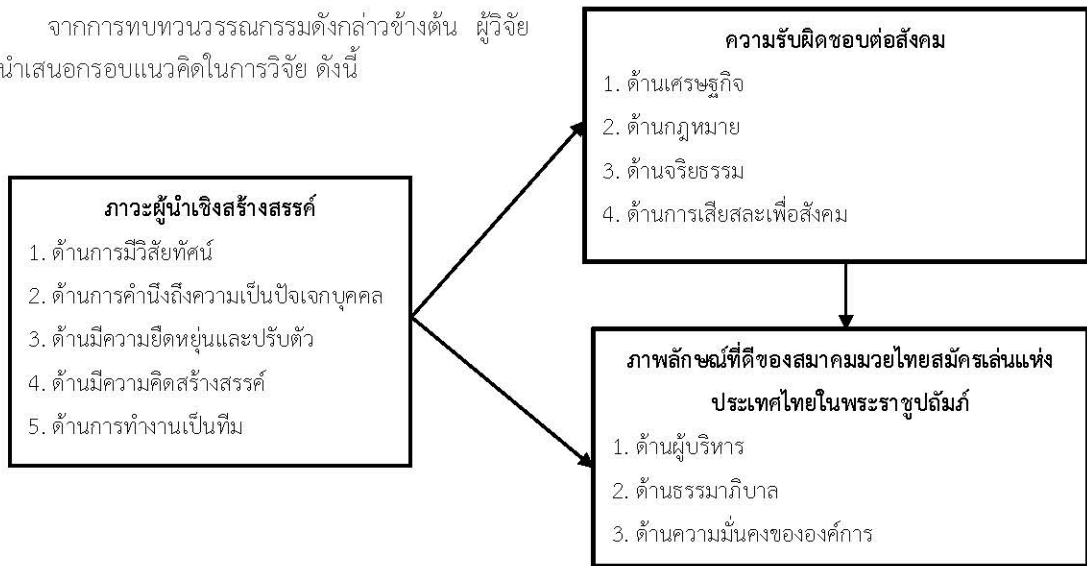
แนวคิดภาพลักษณ์องค์กรผู้วิจัยได้ประยุกต์จากแนวคิดภาพลักษณ์องค์กรของ Philip K. (2014) ประกอบด้วยภาพลักษณ์องค์กรด้านผู้บริหาร (Management : AI_MG) ด้านธรรมาภิบาล (Good Governance : AI_GV) และด้านความมั่นคงขององค์กร (Organization Security : AI_ST)

จากการศึกษาของ Lussier and Achua (2004) พบว่า ผู้นำเป็นปัจจัยที่สำคัญของการบริหารองค์การ องค์การที่มีผลการดำเนินงานที่ประสบความสำเร็จหรือล้มเหลวในการดำเนินงานนั้น ปัจจัยสำคัญที่สุดปัจจัยหนึ่งก็คือภาวะของผู้นำ ถ้าองค์การได้ผู้นำที่มีประสิทธิภาพก็จะสามารถสิ่งการที่เกิดอิทธิพลต่อผู้ใต้บังคับบัญชาให้สามารถปฏิบัติงานตลอดจนทำกิจกรรมต่างๆ ในองค์การให้สำเร็จลุล่วงได้ด้วยดี จากการทบทวนวรรณกรรมข้างต้น จึงสามารถอนุมานได้ว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์

จากการศึกษาของ วาโร เฟ็งสวีส์ตี (2549) พบว่าการพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นตรงของประสิทธิผลภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลกระทบต่อประสิทธิผลของโรงเรียนสอดคล้องกับพงษ์เทพ จันทสุวรรณ (2554) ที่พบว่า ปัจจัยภาวะผู้นำเป็นองค์ประกอบหลักสำคัญที่ส่งผลให้ทุกองค์การดำเนินกิจการได้อย่างมีประสิทธิภาพ จากการงานวิจัยข้างต้น จึงสามารถอนุมานได้ว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์มีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์

จากการศึกษาของสมประสงค์ เรือนไทย (2551) พบว่า ภาวะผู้นำแบบผู้รับใช้ การทำงานเป็นทีม พฤติกรรมการเป็นสมาชิกที่ดีขององค์การมีความสัมพันธ์ทางบวกกับผลการปฏิบัติงาน ของผู้บริหารระดับต้นองค์การและยังสามารถทำนายผลการปฏิบัติงาน ของผู้บริหารระดับต้นได้ จึงสามารถอนุมานได้ว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์และความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การมีความสัมพันธ์กับภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์

จากการทบทวนวรรณกรรมดังกล่าวข้างต้น ผู้วิจัย
จึงนำเสนอกรอบแนวคิดในการวิจัย ดังนี้



ภาพ 1 กรอบแนวคิด

สมมติฐานในการวิจัย

H1: ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบต่อสังคม และภาพลักษณ์องค์กรมีความสัมพันธ์เชิงบวกอย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ

H2: ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์สามารถอธิบายและทำนายภาพลักษณ์องค์กรทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความรับผิดชอบต่อสังคม

ขอบเขตการวิจัย

- **ขอบเขตด้านเนื้อหา** ด้านผู้นำเชิงสร้างสรรค์จะใช้แนวคิดภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (Creative Leadership) ของ Robinson (2007)

ด้านเนื้อหาความรับผิดชอบต่อสังคมจะใช้แนวคิดของ Archie B. Carroll (1991)

ด้านเนื้อหาภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์จะใช้แนวคิดภาพลักษณ์องค์กรของ Philip K. (2014)

- **ขอบเขตด้านพื้นที่** ประชากรที่ใช้ในการศึกษาครั้งนี้คือนักกีฬามวยไทยสมัครเล่นและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์

- **ขอบเขตด้านเวลา** ในการศึกษาได้ทำการเก็บข้อมูลในช่วงระหว่างเดือน ตุลาคม พ.ศ. 2559 และในช่วงเวลาระหว่างเดือนพฤษภาคม - มิถุนายน พ.ศ. 2560 เป็น

ช่วงทำการวิเคราะห์ข้อมูลและเขียนรายงาน

วิธีการวิจัย

ประชากรที่ใช้ในการศึกษา คือ นักกีฬามวยไทยและผู้ที่มีส่วนเกี่ยวข้องกับสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ ในช่วงตั้งแต่เดือน ตุลาคม พ.ศ. 2559 - เดือน มิถุนายน พ.ศ. 2560 ใช้วิธีการสุ่มตัวอย่างตามสะดวก ดำเนินการเก็บข้อมูลในรูปแบบของการวิจัยเชิงสำรวจด้วยการแจกแบบสอบถามจำนวน 462 ชุด ได้กลับมา 456 ชุด หลังจากตรวจสอบความสมบูรณ์ของข้อมูล เหลือแบบสอบถามที่สมบูรณ์ทั้งสิ้น 400 ชุด และมีการเก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามเป็นเครื่องมือด้วยคำถามแบบอันตรภาคชั้น ช่วงมาตร 5 ระดับ การทดสอบความเชื่อมั่นของแบบสอบถามรวมด้วยค่าอัลฟา ครอนบาคกระทำใน 2 ระดับ คือ 1) ในระดับ 30 ชุดได้ทดสอบความเชื่อมั่นของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ได้ 0.921 ความรับผิดชอบต่อสังคมได้ 0.850 และภาพลักษณ์ขององค์กรได้ 0.878 และ 2) ในระดับ 400 ชุด ทดสอบความเชื่อมั่นของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ได้ 0.961 ความรับผิดชอบต่อสังคมได้ 0.908 และภาพลักษณ์ขององค์กรได้ 0.885 ซึ่งการทดสอบทั้ง 2 ระดับมีค่าความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหาด้วยค่าดัชนีความสอดคล้อง (IOC) อยู่ระหว่าง 0.67 - 1.00 และตรวจสอบความเที่ยงตรงเชิงคู่ (convergent validity) และความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง (composite reliability)

ability) ของตัวแบบมาตรวัด พบว่าตัวแบบมาตรวัดภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (CL) ตัวแบบมาตรวัดความรับผิดชอบต่อสังคม (SR) ตัวแบบมาตรวัดภาพลักษณ์ขององค์กร (AI) มีค่า λ ที่มีนัยสำคัญทางสถิติทุกค่าซึ่งแสดงว่ามีความเที่ยงตรงเชิงสูง และมีค่า AVE (p_v) เท่ากับ 0.683, 0.715 และ 0.723 ตามลำดับ และความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง (p_c) เท่ากับ 0.914, 0.909 และ 0.887 ตามลำดับ

สถิติที่ใช้ในการวิเคราะห์ข้อมูล ได้แก่ ค่าเฉลี่ย ค่าเบี่ยงเบนมาตรฐาน ค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบเพียร์สัน สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์แบบ PHI (ϕ) และตัวแบบสมการโครงสร้าง ดัชนีความเหมาะสม (Fit Indices) ใช้เกณฑ์ ดังนี้ χ^2 (p value) คือ $0.05 < p \leq 1.00$: good fit; $0.01 \leq p \leq .05$: acceptable fit; $\chi^2/df \leq 5.0$; $RMSEA \leq 0.10$; 90% CI on RMSEA คือ left boundary of CI ≤ 0.10 ; CFI ≥ 0.90 ; NNFI (TFI) ≥ 0.90 ; และ SRMR ≤ 0.08 (Hooper, Coughlan and Mullen, 2008)

สำหรับการตีความความเข้มแข็งของค่าอิทธิพลระหว่างตัวแปรใน R Family สามารถตีความว่า R หมายถึง ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้ (r) ค่าสหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง (ϕ) ค่าสัมประสิทธิ์ γ และ β ซึ่งค่า R มีความสัมพันธ์ต่ำ ปานกลาง สูง และสูงมาก เมื่อมีค่าเท่ากับ 0.10- 0.35, 0.36-0.50, 0.51-0.69 และ 0.70+ ตามลำดับ ส่วน R^2 มีอำนาจในการอธิบายและทำนายต่ำ ปานกลาง สูง และสูงมาก เมื่อมีค่าเท่ากับ 0.01-0.12, สังเกตได้

0.13-0.25, 0.26-0.48 และ 0.49+ ตามลำดับ (Leech, Barrett and Morgan, 2005)

ผลการวิจัย

การวิเคราะห์ความสัมพันธ์ระหว่างตัวแปร

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ (CL) ความรับผิดชอบต่อสังคม (SR) และภาพลักษณ์ขององค์กร (AI) ตามตาราง 1 มีค่าเฉลี่ยอยู่ระหว่าง 3.652 - 3.784 ซึ่งเป็นค่าระดับปานกลาง เมื่อพิจารณาตัวแปรสังเกตได้ตามตาราง 2 พบว่าค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ (AI) กับความรับผิดชอบต่อสังคม (SR) มีค่าระหว่าง 0.617-0.730 และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทุกตัวแปร ส่วนค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กร (CL) กับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (SR) มีค่าระหว่าง 0.551-0.686 โดยมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทุกตัวแปร และค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ (AI) กับภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กร (CL) มีค่าระหว่าง 0.565-0.715 และมีความสัมพันธ์อย่างมีนัยสำคัญทุกตัวแปร จึงยอมรับสมมติฐานข้อที่ 1 ที่ว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ ความรับผิดชอบต่อสังคม และภาพลักษณ์สมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ มีความสัมพันธ์เชิงบวก

ตาราง 1 ค่าเฉลี่ยและส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐานของตัวแปร

	ตัวแปร	ค่าเฉลี่ย	ส่วนเบี่ยงเบนมาตรฐาน
CL	ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์	3.712	0.601
	CL_VS	3.674	0.656
	CL_ID	3.652	0.698
	CL_FX	3.751	0.670
	CL_CT	3.715	0.701
	CL_TM	3.770	0.769
	SR	ความรับผิดชอบต่อสังคม	3.729
SR_EC		3.716	0.734
SR_LG		3.751	0.760
SR_ET		3.662	0.746
SR_SO		3.789	0.701
AI	ภาพลักษณ์สมาคมมวยไทยสมัครเล่น	3.784	0.650
	AI_MG	3.783	0.699
	AI_GV	3.784	0.743
	AI_ST	3.784	0.721

หมายเหตุ ระดับต่ำ = 1.00-2.33; ระดับปานกลาง = 2.34-3.67; และระดับสูง = 3.68-5.00

ตาราง 2 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรสังเกตได้

	CL_VS	CL_ID	CL_FX	CL_CT	CL_TM	SR_EC	SR_LG	SR_ET	SR_SO	AI_MG	AI_GV	AI_ST
CL_VS	1											
CL_ID	.741**	1										
CL_FX	.724**	.766**	1									
CL_CT	.649**	.687**	.777**	1								
CL_TM	.525**	.605**	.597**	.696**	1							
SR_EC	.624**	.666**	.686**	.683**	.680**	1						
SR_LG	.551**	.641**	.640**	.635**	.670**	.791**	1					
SR_ET	.632**	.628**	.633**	.630**	.557**	.650**	.656**	1				
SR_SO	.614**	.627**	.660**	.672**	.617**	.702**	.724**	.754**	1			
AI_MG	.670**	.657**	.715**	.662**	.566**	.672**	.626**	.630**	.730**	1		
AI_GV	.577**	.642**	.666**	.669**	.625**	.683**	.659**	.630**	.714**	.764**	1	
AI_ST	.618**	.623**	.651**	.654**	.565**	.673**	.617**	.692**	.700**	.691**	.708**	1

หมายเหตุ $N = 400$; * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

ตาราง 3 สัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง

	ตัวแปร	CL	SR	AI
CL	ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กร	1.000		
SR	ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร	0.88**	1.000	
AI	ภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์	0.88**	0.90**	1.000

หมายเหตุ $N = 400$; * $p < 0.05$; ** $p < 0.01$

สำหรับค่าสัมประสิทธิ์สหสัมพันธ์ระหว่างตัวแปรแฝง ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กร (CL) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (SR) และภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ (AI) ตามตาราง 3 แสดงว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กร (CL) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมากกับภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ (AI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\phi = 0.88$, $p < 0.01$) และมีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมากกับความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (SR) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\phi = 0.88$, $p < 0.01$) ส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (SR) มีความสัมพันธ์เชิงบวกในระดับสูงมากกับภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ (AI) อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ ($\phi = 0.90$, $p < 0.01$)

การวิเคราะห์หัตถ์แบบสมการโครงสร้าง

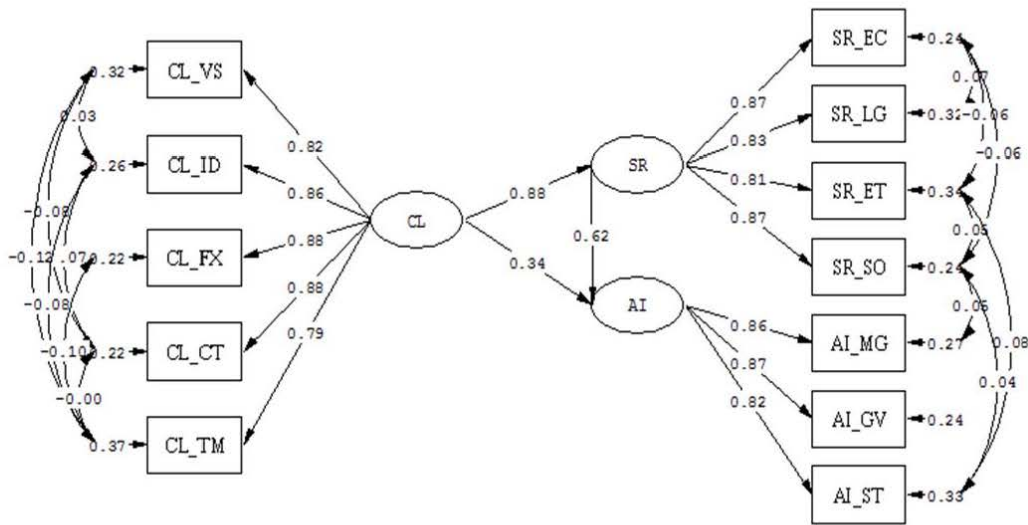
ผลการวิเคราะห์ หัตถ์แบบสมการโครงสร้างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กร (CL) ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (SR) และภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ (AI) ตามภาพ 2 และตาราง 4 พบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กร (CL) มีอิทธิพลต่อ ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (SR) อย่างมีนัยสำคัญ ($DE = 0.88$, $p < 0.01$) และมีค่าความแปรปรวนที่ถูกทำนายโดยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กร (CL) ร้อยละ 77 ($R^2 = 0.77$) ในระดับสูงมาก จึงยอมรับสมมติฐานที่ 2 ที่ว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กรสามารถอธิบายและทำนายความรับผิดชอบต่อสังคมของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์

ส่วนภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กร (CL) มี

อิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ (AI) อย่างมีนัยสำคัญ (DE = 0.34, p<0.01) และมีอิทธิพลทางอ้อมผ่านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (SR) อย่างมีนัยสำคัญ (IE = 0.54, p<0.01) และมีค่าความแปรปรวนที่ถูกทำนายโดยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กร ร้อยละ 86 (R² = 0.86) ในระดับสูงมาก และเมื่อรวมค่าสัมประสิทธิ์อิทธิพลทางตรง 0.34 และทางอ้อม 0.54 รวมเป็น 0.88 ซึ่งหมายความว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กร มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ โดยรวมในระดับสูงมากอย่างมีนัยสำคัญ จึงยอมรับสมมติฐานที่ 3 ที่ว่าภาวะผู้นำ

เชิงสร้างสรรค์ขององค์กรสามารถอธิบายและทำนายภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ ทั้งทางตรงและทางอ้อมผ่านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร

นอกจากนั้นความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร (SR) มีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ (AI) อย่างมีนัยสำคัญ (DE = 0.62, p<0.01) ซึ่งหมายถึงความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรสามารถทำนายภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ อย่างมีนัยสำคัญ ส่วนค่าดัชนีความเหมาะสม $\chi^2 / df = 1.072$, CFI = 1.00, NNFI = 1.00, RMSEA = 0.013, และ 90% CI for RMSEA = 0.040



Chi-Square=32.94, df=31, P-value=0.37226, RMSEA=0.013

ภาพ 2 ตัวแบบสมการโครงสร้างภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์กร ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร และภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์

ตาราง 4 สัมประสิทธิ์ของอิทธิพลโดยรวม (TE) อิทธิพลทางตรง (DE) และอิทธิพลทางอ้อม (IE)

ETA	KSI → ETA	ETA → ETA	DE	IE	TE	R ²
AI ¹	CL → AI		0.34**	0.54*	0.88**	
		SR → AI			0.62**	0.86
SR ²	CL → SR		0.88**		0.88**	0.77

Goodness of Fit Statistics

$\chi^2 = 33.22$; $df = 31$; $\chi^2 / df = 1.072$, CFI = 1.00, NNFI = 1.00, RMSEA = 0.013, และ 90% CI for RMSEA = 0.040

หมายเหตุ N = 400 ; *p < 0.05 ; **p < 0.01

สรุปและข้อเสนอแนะ

สรุป

จากผลการวิจัยพบว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์การมีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์อย่างมีนัยสำคัญทางสถิติ โดยที่ค่าความแปรปรวนของภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ที่ถูกอธิบายโดยภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์การและความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การถึงร้อยละ 86.00 ได้ในระดับสูงมาก และภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อมีอิทธิพลทางตรงต่อความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การ โดยสามารถอธิบายความแปรปรวนของความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การร้อยละ 77.00 มีอำนาจในการอธิบายในระดับสูงมาก

การมีวิสัยทัศน์ การคำนึงถึงความเป็นปัจเจกบุคคล มีความยืดหยุ่นและปรับตัว มีความคิดสร้างสรรค์ และการทำงานเป็นทีมของภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ได้ส่งผลความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การในด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรม และด้านการเสียสละเพื่อสังคมตามลำดับและมีผลต่อภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ในด้านผู้บริหาร ด้านธรรมาภิบาล และด้านความมั่นคงขององค์การ ตามลำดับ

ส่วนความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การนั้นมีอิทธิพลโดยตรงต่อภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ ไม่ว่าจะเป็นด้านเศรษฐกิจ ด้านกฎหมาย ด้านจริยธรรม และด้านการเสียสละเพื่อสังคม ล้วนทำให้เพิ่มภาพลักษณ์ขององค์การ

ข้อเสนอแนะ

ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์การมีอิทธิพลทางตรงต่อภาพลักษณ์ของสมาคมมวยไทยสมัครเล่นแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์และทางอ้อมผ่านความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์การซึ่งมีอิทธิพลโดยรวมในระดับสูงมาก เมื่อพิจารณาด้านภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์การจะเห็นว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์การจะเห็นว่าภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์ขององค์การมีความยืดหยุ่นและปรับตัว และด้านมีความคิดสร้างสรรค์มีน้ำหนักมากที่สุด แสดงให้เห็นว่าผู้นำที่รู้จักผ่อนสั้นผ่อนยาว ไม่ตายตัว เปลี่ยนแปลงได้และอะลุ่มอล่วย จะสามารถเผชิญปัญหาหรือสถานการณ์ที่ไม่พึงปรารถนาได้ดี ยิ่งกว่านั้นถ้าผู้นำมีความคิดสร้างสรรค์ จะสามารถมองเห็นความสัมพันธ์ของสิ่งต่างๆ ได้ดียิ่งขึ้น โดยการขยายขอบเขตความคิดออกไปจากกรอบความคิดเดิมที่มีอยู่สู่ความคิดใหม่ๆ ที่ไม่เคยมีมาก่อน ซึ่งเป็นคุณลักษณะผู้นำที่สำคัญยิ่งที่จะนำสมาคมมวยไทยแห่งประเทศไทย ในพระราชูปถัมภ์ก้าวผ่านการเปลี่ยนแปลงของสถานการณ์ทั้งปัจจุบันและอนาคตได้ด้วยดี จึงสรุปได้ว่า ภาวะผู้นำเชิงสร้างสรรค์เป็นตามแนวคิดทฤษฎีของ Robinson (2007)

สำหรับข้อเสนอแนะในการวิจัยครั้งต่อไป นักวิจัยควรจะมีการศึกษาในประเด็นปัจจัยด้านการบริหารจัดการรูปแบบของภาวะผู้นำ ผลการดำเนินงานของคณะผู้บริหาร และรูปแบบของความรับผิดชอบต่อสังคมที่แตกต่างออกไปว่าอยู่ในระดับใดและมีความสัมพันธ์กับตัวแปรอื่นๆ อย่างไร รวมถึงควรมีการศึกษาซ้ำในกลุ่มประชากรเดิม ในช่วงระยะเวลาประมาณ 3 - 5 ปีข้างหน้า ซึ่งเป็นการศึกษาแบบ Longitudinal Design ซึ่งจะมีตัวแปรด้านเวลาเข้ามาเกี่ยวข้อง โดยเป็นการทดสอบความน่าเชื่อถือและความเที่ยงตรง ของตัวแบบตามทฤษฎีหรือตัวแบบภายใต้บริบทผ่านกาลเวลา และการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อม

เอกสารอ้างอิง

- กรีซ แรงสูงเนิน. (2554). *การวิเคราะห์ปัจจัยด้วย SPSS และ AMOS เพื่อการวิจัย*. กรุงเทพมหานคร: ซีเอ็ดยูเคชั่น.
- กัลยภรณ์ ดารากร ณ อยุธยา. (2555). *ความสัมพันธ์ระหว่างรูปแบบภาวะผู้นำวัฒนธรรมองค์การกับความคิดสร้างสรรค์ของบุคลากรวิชาการพาณิชย์ในเขตจังหวัดนครปฐม*. วิทยานิพนธ์บริหารธุรกิจ มหาบัณฑิต บริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศิลปากร.
- พงษ์เทพ จันทสุวรรณ. (2554). *ภาวะผู้นำ วัฒนธรรมองค์การกับประสิทธิผลองค์กรของโรงเรียน ในสังกัดกรุงเทพมหานคร: ตัวแบบสมการโครงสร้าง*. วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาพัฒนาสังคมและสิ่งแวดล้อม, สถาบันบัณฑิตพัฒนบริหารศาสตร์.
- วาโร เพ็งสวัสดิ์. (2549). *การพัฒนารูปแบบความสัมพันธ์โครงสร้างเชิงเส้นตรงของประสิทธิผลภาวะผู้นำของผู้บริหารที่ส่งผลต่อประสิทธิผลของโรงเรียน*. วิทยานิพนธ์ศึกษาศาสตร์ดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการบริหารการศึกษา, มหาวิทยาลัยขอนแก่น.
- รุ่งโรจน์ วงศ์กิตติเวชกุล. (2553). *ภาพลักษณ์ของธนาคารออมสินที่ส่งผลต่อความไว้วางใจผู้ใช้บริการในเขตกรุงเทพมหานคร*. สารนิพนธ์บริหารธุรกิจมหาบัณฑิต สาขาวิชาการตลาด. มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.

References

- Bloemer, J., K. Ruyter and P. Peeters. (1998). "Investigating drivers of bank loyalty: the complex relationship between image, service quality and satisfaction". *International Journal of Bank Marketing*. 16(7): 276-286.
- Carroll, A. (1991). *Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct*. *Business and Society*, Vol. 38, No. 3, (September).
- Carroll, A. B. (1991). The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, 34(4), 39-48.
- Carroll, Archie (Ed.). (1977). *Managing Corporate Social Responsibility*. Boston: Little, Brown and Company.
- Carroll, Archie B. & Buchholtz, Ann K. (2006). *Business and Society* (6th ed.). USA: Thomson SouthWestern.
- Diamantopoulos, A., & Siguaw, J. A. (2000). *Introducing LISREL: A Guide for the Uninitiated*. Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dowling, G. R. (1986). "Managing your corporate images". *Industrial Marketing Management* 15: 109-115.
- Dowling, G. R. (1988). "Measuring corporate images: a review of alternative approaches". *Journal of Business Research* 17: 27-34.
- Godin, A. G. (2008). *The new leadership: Managing participation in organizations*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall.
- Gray, E. and L. Smeltzer. (1985). "Corporate image. an integral part of strategy". *Sloan Management Review* Summer: 73-77.
- Grid Rangsungron. (2011). *SPSS and AMOS Analysis*. Bangkok: SE-ED Education. (in Thai).
- Hall, R. (1993). "A framework linking intangible resources and capabilities to sustainable competitive advantage". *Strategic Management Journal*. 14: 607-618.

- Hooper, D., J. Coughlan and M.R. Mullen. (2008). "Structural Equation Modeling: Guidelines for Determining Model Fit". *The Electronic Journal of Business Research Methods* 6(1): 53 – 60.
- Imran Ali, Kashif Ur Rehman, Syed Irshad Ali, JamilYousaf and Maria Zia. (2010). "Corporate social responsibility influences, employee commitment and organizational performance". *African Journal of Business Management* Vol. 4(12).
- Kanyaporn Darakorn na ayuthaya, (2011). *The relationship between leadership styles, organizational culture with individual creativity. a study of commercial banks in Nakhon Pathom province*. Silpakorn University. (in Thai).
- Kenneth, E. B. (1975). *The Image: Knowledge in Life and Society*. Ann Arbor: The University of Michigan.
- Kotler, Philip, & Lee, Nancy. (2005). *Corporate Social Responsibility*. New Jersey: John Wiley & Sons.
- Leech, N. L., Barrett, K. C., & Morgan, G. A. (2005). *SPSS for Intermediate Statistics: Use and Interpretation* (2nd ed.). Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.
- Lussier, R.N. and C.F. Achua. (2004). *Leadership Theory Application Skill Development*. Ohio: South-Western College Publishing.
- Palus, C.J. & Horth, D.M. (2005). *The Leader's Edge: Six Creative Competencies for Navigating Complex Challenges*. San Francisco: Jossey Bass.
- Philip, K. (2014). *Marketing Management 16th Edition*. New Jersey: Prentice-Hall Inc.
- Pongthep Chandasuwan, (2011). *Leadership, organizational culture and organizational effectiveness of the Schools Managed by Bangkok Metropolitan Administration : Structural Equation Modeling*. Social Development and Environmental Management. Doctor of Philosophy National Institute of Development Administration. (in Thai).
- Robinson, R. F. (2007). The role of values in servant leadership. *Journal of Leadership & Organization Development*, 22(2), 76-83.
- Rungroj Wongkittiwejkul. (2010). *The Government Savings Bank image that affects the trust of users in Bangkok*. Department of Marketing, Faculty of Business Administration, Srinakharinwirot University. (in Thai).
- Stoll, L. & Temperley, J. (2008). *Creative Leadership Learning Project: an enquiry project for senior leadership teams and local authority officers in South Gloucestershire: final report*. Creating Capacity for Learning and South Gloucestershire LA.[n.p.]. (Unpublished report).
- Waro Phengsawat. (2006). *The Structural Equation Modeling of Administrators' Leadership Effectiveness in Influencing on the School Effectiveness*. Doctor of Education in Khon Kaen Educational Administration. (in Thai).