

การพัฒนาเครื่องมือวัดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม

Development of a Scale Measuring Socially Responsible Leadership

พรชัย ศักดานุวัฒน์วงศ์¹ พิพัฒน์ นนทนาธรณ์²

บทคัดย่อ

การศึกษานี้มีวัตถุประสงค์เพื่อพัฒนาเครื่องมือวัดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมที่มุ่งเน้นค่านิยมเป็นศูนย์กลางตามแนวคิดที่บูรณาการร่วมกันของ Waldman (2007) และ Dugan (2006) เริ่มต้นจากการสังเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้อง กำหนดนิยามเชิงปฏิบัติการ สร้างข้อคำถาม ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างระดับองค์ประกอบโดยการทดสอบความเป็นมิติเดียว ความตรงเชิงผู้เข้าควบคุมกับความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง ความตรงเชิงจำแนก และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน เก็บข้อมูลโดยใช้แบบสอบถามจากพนักงานจำนวน 1,008 คนในบริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยจำนวน 217 บริษัท สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ขั้นตอนแรกแบบเจาะจง ขั้นตอนที่สองแบบสะดวก แบ่งข้อมูลเป็น 2 ส่วน สำหรับวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจและวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ผลการศึกษาพบว่าเครื่องมือที่พัฒนาขึ้นมีความสอดคล้องภายใน มีความตรงเชิงเนื้อหา มีความเป็นมิติเดียว มีความตรงเชิงผู้เข้าและมีความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง มีความตรงเชิงจำแนก และเป็นตัวแบบมาตรวัดที่มีความสอดคล้องกลมกลืนกับข้อมูลเชิงประจักษ์โดยพบดัชนี $\chi^2 / df = 2.366$, RMSEA = 0.077, GFI = 0.917, CFI = 0.988 และ NNFI = 0.984 เครื่องมือนี้ประกอบด้วยคำถามจำนวน 12 ข้อ 3 องค์ประกอบซึ่งประกอบด้วย 1) ค่านิยมและพฤติกรรมแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมวิสัยทัศน์ 2) การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามอย่างเท่าเทียม และ 3) การมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง โดยมีความน่าเชื่อถือทางโครงสร้างเรียงตามลำดับ = 0.93, 0.89 และ 0.81 และค่าเฉลี่ยของความแปรปรวนที่ถูกสกัดเรียงตามลำดับ = 0.73, 0.73 และ 0.79 สรุปว่าเครื่องมือวัดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมที่พัฒนาขึ้นเป็นเครื่องมือที่มีทั้งความเที่ยงและความตรงเหมาะกับการนำไปใช้

คำสำคัญ: ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม ความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร การพัฒนาเครื่องมือวัด

Abstract

The purpose of this study was to develop and validate an assessment tool for measuring socially responsible leadership that focusing on value-centered by integrating socially responsible leadership concept of Waldman (2007) and Dugan (2006) together. Stages of development, starting from the synthesis of the issues related to socially responsible leadership, defining the operationalized definition, creating the questions, determining content validity, exploratory factor analysis, unidimensionality, convergent validity and composite reliability, discriminant validity and confirmatory factory analysis. Data were collected from 1,008 employees in 217 companies listed on the Stock Exchange of Thailand. Separate data into two parts for exploratory factor analysis and confirmatory factor analysis. The multi-stage sampling was used including purposive sampling and convenience sampling. The result indicated that the assessment tool had internal consistency, content validity, unidimensionality, conver-

¹โครงการปริญญาโทศึกษาด้านบริหารธุรกิจ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

²ผู้ช่วยศาสตราจารย์ประจำภาควิชาการจัดการ คณะบริหารธุรกิจ มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์

gent validity and composite reliability, discriminant validity and the model fit with the empirical data. The fit indices are as follows: $\chi^2 / df = 2.366$, RMSEA = 0.077, GFI = 0.917, CFI = 0.988 and NNFI = 0.984. The socially responsible leadership questionnaire is a 12 item-questionnaire. The measuring tool composes of three factors including 1) Value and behavior of responsibility-oriented vision 2) Building relationship with follower equally and 3) Change focus. CR = 0.93, 0.89, 0.81 and AVE = 0.73, 0.73, 0.79 respectively. Conclusion, the study supports that the measuring tool reliable and valid and suitable to be applied to the assessment.

Keywords: Socially Responsible Leadership, Corporate Social Responsibility, Scale Measuring Development

ความสำคัญของปัญหาการวิจัย

กระแสโลกาภิวัตน์ได้ทำลายและเปลี่ยนแปลงสภาพองค์กร (Scherer & Palazzao, 2008; Scherer et al., 2009) จากองค์กรทั่วไป ไปสู่องค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งมีการดำเนินงานที่คำนึงถึงความสมดุลของสังคม สิ่งแวดล้อมและกำไรไปพร้อมๆ กับการแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียที่เกี่ยวข้อง เมื่อบทบาทขององค์กรเปลี่ยนแปลงไป บทบาทของผู้บริหารจึงต้องเปลี่ยนแปลงตามเพื่อให้เกิดความสอดคล้อง แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่าไม่เป็นเช่นนั้น จากบทความเรื่อง “มุมมองทางเลือกของภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม” (Waldman & Galvin, 2008) ระบุว่าทฤษฎีภาวะผู้นำที่มีอยู่ในปัจจุบันไม่ได้พูดถึงบทบาทและความรับผิดชอบต่อผู้บริหารในสังคม ส่งผลให้ความรับผิดชอบต่อสังคมขาดหายไปจากทฤษฎีภาวะผู้นำที่มีอยู่ ดังนั้นจึงมีความจำเป็นที่จะศึกษาแนวคิดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมเพื่อปิดช่องว่างดังกล่าว

แนวคิดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม (Socially Responsible Leadership) (Karp, 2003; Waldman, 2007) หรือภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม (Responsible Leadership) (Voegtlin, 2011; Voegtlin, Patzer, & Scherer, 2012; Pless & Maak, 2011) เริ่มต้นจากการที่สังคมมีความต้องการที่จะได้รับการตอบสนองจากธุรกิจ โดยการให้ผู้บริหารธุรกิจแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมที่เพิ่มขึ้น ด้วยเหตุดังกล่าวผู้บริหารจึงต้องสามารถใช้ภาวะผู้นำเพื่อนำองค์กรให้บรรลุเป้าหมายตามที่กำหนด ขณะเดียวกันยังต้องมุ่งแสดงความรับผิดชอบต่อผู้มีส่วนได้เสียจากผลกระทบในวงกว้างจากกิจกรรมในการดำเนินธุรกิจอีกด้วย ภาวะผู้นำ

ดังกล่าวตั้งอยู่บนความสัมพันธ์ของค่านิยมเป็นพื้นฐานและหลักการขับเคลื่อนทางจริยธรรมที่เชื่อมโยงความสัมพันธ์ของผู้นำและผู้มีส่วนได้เสียที่มีความรู้สึกและเป้าหมายร่วมกันเข้าด้วยกัน เพื่อบรรลุในการสร้างมูลค่าที่ยั่งยืนและการเปลี่ยนแปลงอย่างรับผิดชอบต่อสังคม

สำหรับในวงวิชาการ แนวคิดดังกล่าวได้พัฒนาขึ้นเพื่อปิดช่องว่างในการทำวิจัยทางด้านความสัมพันธ์ระหว่างความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กรและการกระตุ้นโดยผู้นำเพื่อให้องค์กรมุ่งสู่ความรับผิดชอบต่อสังคม (Maak, 2007; Maak & Pless, 2006b; Pless, 2007) ส่งผลให้ในปัจจุบันตัวแปรภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมกำลังเข้ามาแทนที่ตัวแปรภาวะผู้นำแบบอื่นๆ เช่น ภาวะผู้นำ การเปลี่ยนแปลงหรือภาวะผู้นำเชิงจริยธรรมในการศึกษาความสัมพันธ์ อย่างไรก็ตามแม้ว่าในปัจจุบัน งานวิจัยเชิงประจักษ์ทางด้านภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมกำลังมีความสำคัญเพิ่มมากขึ้น แต่ในทางปฏิบัติกลับพบว่างานวิจัยดังกล่าวยังมีจำนวนน้อยและไม่เพียงพอ ซึ่งสาเหตุสำคัญมาจากการขาดแคลนเครื่องมือวัดภาวะผู้นำที่มีความเหมาะสม (Voegtlin, 2011)

สำหรับในบริบทขององค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทยพบว่า แทบจะทุกบริษัทได้มีการกล่าวถึงกิจกรรมการช่วยเหลือสังคม แต่สำหรับตัวผู้กลับไม่มีการระบุว่าผู้นำประเภทใดที่เหมาะสมกับองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม และยิ่งไปกว่านั้นจากการทบทวนวรรณกรรมที่เกี่ยวข้อง แทบจะไม่พบงานวิจัยที่กล่าวถึงหรือศึกษาเกี่ยวกับภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม ซึ่งพอจะสรุปได้ว่าสาเหตุสำคัญมาจากการขาดแคลนเครื่องมือวัดที่มีความ

เหมาะสม ด้วยเหตุดังกล่าวจึงมีความจำเป็นอย่างที่จะพัฒนาเครื่องมือวัดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม

วัตถุประสงค์ของการวิจัย

เพื่อพัฒนาเครื่องมือวัดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม

การทบทวนวรรณกรรมและแนวคิด

แนวคิดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม

ปัจจุบันแนวโน้มการปรับตัวของธุรกิจเพื่อให้เกิดความรับผิดชอบต่อสังคมโดยการแสดงบทบาทการเป็นพลเมืองบริษัท (Corporate Citizens) เพื่อความชอบธรรม (Legitimacy) และใบอนุญาตให้ดำเนินการ (License to Operate) มีเพิ่มขึ้น (Palazzo & Scherer, 2006) ความชอบธรรมดังกล่าวเกี่ยวข้องกับผู้มีส่วนได้เสียที่ต้องการให้ธุรกิจตอบสนองความต้องการที่แตกต่างกัน ส่งผลให้ผู้นำธุรกิจต้องพบกับความยุ่งยากในการตัดสินใจเพื่อให้ได้การยอมรับจากผู้มีส่วนได้เสียทุกๆ กลุ่มอย่างสมดุล (Voegtlin, 2011) ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมจึงเกิดขึ้นภายใต้พื้นฐานสำคัญเพื่อมุ่งพัฒนาธุรกิจให้เกิดค่านิยมร่วมและเปลี่ยนแปลงตัวเองให้กลายเป็นธุรกิจที่มีความรับผิดชอบต่อสังคม (Karp, 2003) ซึ่งภาวะผู้นำดังกล่าวมีความสำคัญและก่อให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจทั้งทางด้านความมีประสิทธิภาพของพนักงานและองค์กร และการลดกฎระเบียบที่เป็นอุปสรรคในการดำเนินธุรกิจ (Waldman, 2007) ทำให้การศึกษาภาวะผู้นำดังกล่าวเกี่ยวข้องกับทั้งมุมมองทางด้านเศรษฐกิจ (Economic Perspective) และมุมมองทางด้านผู้มีส่วนได้เสีย (Stakeholder Perspective) (Waldman & Galvin, 2008)

นักวิชาการส่วนหนึ่งให้คำนิยามภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมว่าหมายถึง ปรากฏการณ์เชิงจริยธรรมและเชิงความสัมพันธ์ที่เกิดขึ้นในกระบวนการทางสังคมของการมีปฏิสัมพันธ์ระหว่างผู้นำกับผู้ได้รับผลกระทบจากภาวะผู้นำ และการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในเป้าหมายและวิสัยทัศน์เชิงความสัมพันธ์ (Maak & Pless, 2006a) สำหรับการศึกษาในครั้งนี้ได้กำหนดคำนิยามว่าหมายถึง กระบวนการที่มุ่งเน้นจริยธรรมและความสัมพันธ์ของผู้นำที่มีอิทธิพลร่วมกับผู้ได้รับผลกระทบจากการตัดสินใจ ด้วยการยึดมั่นค่านิยมและพฤติกรรมแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงวิสัยทัศน์ การ

สร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามอย่างเท่าเทียม และการมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง บนพื้นฐานของการพูดคุยและอภิปรายร่วมกัน และการคำนึงถึงผู้มีส่วนได้เสียในเป้าหมายและวิสัยทัศน์เชิงความสัมพันธ์ สำหรับการศึกษาในครั้งนี้เป็นการบูรณาการแนวคิดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมของ Waldman (2007) และ Dugan (2006) ซึ่งมีรายละเอียดดังนี้

แนวคิดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม 3 หลักการของ Waldman

หลักการและแนวปฏิบัติที่ 1 การยึดมั่นค่านิยมความรับผิดชอบต่อสังคม โดยผู้นำต้องยึดมั่นต่อค่านิยมแห่งความรับผิดชอบต่อสังคมเป็นพื้นฐาน ผู้นำต้องมีความเชื่อและค่านิยมที่สะท้อนถึงมาตรฐานทางศีลธรรมในระดับสูง ผู้นำต้องผูกพันที่จะต้องทำสิ่งที่ถูกต้องและหวังให้ผู้อื่น ผู้นำต้องตรวจสอบพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้คนทั่วไปในสังคม กลุ่มเพื่อนร่วมงาน และตนเอง ผู้นำต้องพิจารณาถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดในการตัดสินใจ ตลอดจนผู้นำต้องแสดงภาวะผูกพันต่อความรับผิดชอบต่อสังคม

หลักการและแนวปฏิบัติที่ 2 การมีพฤติกรรมเชิงวิสัยทัศน์ และความซื่อตรงและความโปร่งใส โดยผู้นำต้องมีพฤติกรรมเชิงวิสัยทัศน์ในการทำให้ผู้ตามมองเห็นทิศทางและเป้าหมายแห่งอนาคตร่วมกัน ผู้นำต้องมีความซื่อตรงและโปร่งใส เปิดเผยและแบ่งปันข้อมูลที่สำคัญแก่ผู้ตาม ผู้นำต้องรักษาคำพูด รักษาผลประโยชน์ของผู้ตามมากกว่าผลประโยชน์ของตน ผู้นำต้องสร้างวิสัยทัศน์ภายใต้การมีส่วนร่วมกับผู้ตามและบนความปรารถนาส่วนหนึ่งของผู้ตาม ผู้นำต้องกระตุ้นผู้ตามให้ทำและตัดสินใจเพื่อค้นหาหนทางในการตอบสนองความต้องการของผู้มีส่วนได้เสียอย่างสมดุล ผู้นำต้องค้นหาวิธีสร้างสมดุลระหว่างผู้มีส่วนได้เสียกลุ่มต่างๆ เพื่อการดำเนินการตามวิสัยทัศน์ ผู้นำต้องดำเนินการให้ผู้มีส่วนได้เสียเข้ามามีส่วนร่วมและสนับสนุนการตัดสินใจในการดำเนินการเพื่อการบรรลุวิสัยทัศน์ ผู้นำต้องอนุญาตหรือสนับสนุนให้พนักงานแสดงออกถึงค่านิยมทางศีลธรรมหรือจิตวิญญาณในสถานที่ทำงาน และผู้นำต้องสร้างวัฒนธรรมแห่งความตระหนักถึงจริยธรรมในการทำงานแก่พนักงานเพื่อเป็นหลักในการตัดสินใจด้านจริยธรรม

หลักการและแนวปฏิบัติที่ 3 การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามที่ใกล้ชิดเช่นเดียวกันกับผู้ตามที่อยู่ห่างไกล

โดยผู้นำต้องสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามทีใกล้ชิดและผู้ตามที่อยู่ห่างไกลทางด้านระยะทางและการบังคับบัญชาไม่แตกต่างกัน ผู้นำต้องมีการสื่อสารอย่างเป็นทางการและไม่เป็นทางการเพื่อเผยแพร่วิสัยทัศน์แก่พนักงานที่อยู่ไกลไม่แตกต่างจากที่อยู่ใกล้ ผู้นำต้องลงพื้นที่รับฟังความคิดเห็นจากพนักงานระดับล่างแบบเข้าถึงตัวด้วยตนเองเป็นครั้งคราว และต้องเดินทางไปรับฟังความคิดเห็นจากพนักงานที่อยู่สาขาห่างไกลแบบเข้าถึงตัวด้วยตนเองเป็นครั้งคราว

แนวคิดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมของ Dugan

ภายใต้องค์ประกอบค่านิยมมุ่งการเปลี่ยนแปลงใน Socially Responsible Leadership Scale (SRLS-R2) ผู้นำต้องไม่เคยรู้สึกอึดอัด เมื่อต้องมุ่งเน้นเปลี่ยนแปลงและเริ่มต้นมองหาสิ่งใหม่ๆ ผู้นำต้องมีความเชื่อว่าการเปลี่ยนแปลงจะนำหนทางใหม่ๆ มาสู่องค์กร ผู้นำต้องมีพลังในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ ผู้นำต้องไม่รู้สึกอึดอัดเมื่อองค์กรมีการปรับตัว ผู้นำต้องไม่รู้สึกหงุดหงิดต่อแนวทางการทำสิ่งใหม่ๆ ผู้นำต้องทำงานได้อย่างดีในสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลง ผู้นำต้องมองหาแนวทางใหม่ๆ ในการทำงาน และผู้นำต้องสามารถระบุความแตกต่างระหว่างการทำงานเปลี่ยนแปลงทางบวกและทางลบได้เป็นอย่างดี

ขอบเขตของการวิจัย

ด้านเนื้อหา: ภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมตามแนวคิดของ Waldman (2007) และ Dugan (2006) ด้านประชากร: บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ผ่านเกณฑ์คัดกรองคุณสมบัติเบื้องต้นของ SET Awards 2013 จำนวน 458 บริษัท และด้านระยะเวลา: เก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน มี.ค. - พ.ย. พ.ศ. 2557

วิธีดำเนินการวิจัย

การศึกษานี้เป็นการวิจัยเชิงสำรวจเพื่อพัฒนาเครื่องมือวัดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม โดยมีประชากรกลุ่มตัวอย่าง เครื่องมือ การเก็บและวิเคราะห์ข้อมูล และขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือดังนี้

ประชากร ได้แก่ บริษัทที่จดทะเบียนในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยที่ผ่านเกณฑ์คัดกรองคุณสมบัติเบื้องต้นของ SET Awards 2013 จำนวน 458 บริษัท

กลุ่มตัวอย่าง ตาม Cochran (1963) โดยใช้สูตร

$n_0 = Z^2 P(1-P) / e^2$ ที่ระดับความเชื่อมั่นร้อยละ 95 และความคลาดเคลื่อนที่ยอมรับได้ร้อยละ 5 ปรับแก้เมื่อประชากรมีจำกัด ได้กลุ่มตัวอย่างเท่ากับ 210 ตัวอย่าง ซึ่งเพียงพอต่อการวิเคราะห์หองค์ประกอบเชิงสำรวจ (Hatcher, 1994) และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน (Loehlin, 1992; Hoyle, 1995; Schumacker & Lomax, 2004) สุ่มตัวอย่างแบบหลายขั้นตอน ขั้นตอนแรกแบบเจาะจง ขั้นที่สองแบบสะดวก หน่วยการวัดอยู่ในระดับองค์กร กลุ่มเป้าหมายเป็นตัวแทนพนักงานองค์กรละ 6 คน (พนักงานระดับปฏิบัติการ 3 คน ผู้บริหารระดับต้น, กลาง และสูงอย่างละ 1 คน) โดยให้พนักงานประเมินภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมของผู้บริหารระดับสูงสุด

เครื่องมือที่ใช้ ได้แก่ แบบสอบถามที่พัฒนาขึ้น

การเก็บข้อมูล ทำการส่งแบบสอบถามไปยังประชากรทั้งหมด 458 บริษัท (บริษัทละ 6 ชุด) ทางไปรษณีย์และไปรษณีย์อิเล็กทรอนิกส์รวม 2,748 ฉบับ ติดตามและทวงถาม 3 ครั้ง ได้รับแบบสอบถามกลับมา 1,008 ฉบับ (คิดเป็นร้อยละ 36.75) จาก 217 บริษัท (คิดเป็นร้อยละ 47.38) ระยะเวลาเก็บข้อมูลตั้งแต่เดือน มี.ค. - พ.ย. 2557 แบ่งแบบสอบถามออกเป็น 2 ส่วน ส่วนแรก 217 ชุด (1 ชุดต่อ 1 บริษัท) วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ ส่วนที่สอง 791 ชุด (แปลงจากระดับบุคคลเป็นระดับองค์กรโดยค่าเฉลี่ยจนเหลือ 217 บริษัท) นำไปวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การวิเคราะห์ข้อมูลลักษณะทางประชากรศาสตร์ด้วยสถิติเชิงพรรณนา ได้แก่ ความถี่และร้อยละในขั้นตอนการพัฒนาเครื่องมือ วิเคราะห์ข้อมูลด้านความสอดคล้องภายใน และวิเคราะห์ข้อมูลด้วยสถิติเชิงอ้างอิงโดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ วิเคราะห์ความเป็นมิติเดียว วิเคราะห์ความตรงเชิงคู่เข้าควบคู่กับความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง วิเคราะห์ความตรงเชิงจำแนก และวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

การพัฒนาเครื่องมือทำตามขั้นตอนการตรวจสอบมาตรฐานการวิจัยด้านภาวะผู้นำ (Brown, Trevino, & Harrison, 2005; Liden, Wayne, Zhao, & Henderson, 2008; Walumbwa et al., 2008; Voegtlin, 2011) ที่ดำเนินการตามกระบวนการการพัฒนาเครื่องมือจากงานวิจัยที่มีการอ้างอิงมากที่สุด (Bagozzi, 1994; Hinkin, 1995, 1998; Schriesheim, Powers, Scandura,

Gardiner, & Lankau, 1993; Venkatraman & Grant, 1986) ประกอบด้วย 6 ขั้นตอน โดยได้ปรับให้เหมาะสมกับการศึกษาในครั้งนี้ดังนี้

ขั้นที่ 1 สร้างข้อคำถาม เริ่มจากการสังเคราะห์ประเด็นที่เกี่ยวข้องจากผู้เชี่ยวชาญในสาขาภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม ทั้งหมด 8 ประเด็น ได้แก่ ผู้มีส่วนได้เสีย ค่านิยม การเปลี่ยนแปลง จริยธรรมและศีลธรรม เศรษฐกิจ (กำไร) วิสัยทัศน์และเป้าหมาย ความซื่อตรงและโปร่งใส และความสัมพันธ์ สำหรับแนวคิดของ Waldman (2007) พบว่าครอบคลุมมากที่สุดถึง 7 ประเด็น (ยกเว้นประเด็นด้านเศรษฐกิจ) จึงใช้เป็นแนวคิดหลักในการพัฒนาคำถาม อย่างไรก็ตามการเปลี่ยนแปลงมีการพูดถึงแต่กลับไม่ได้แสดงหลักการและแนวปฏิบัติเอาไว้ จึงได้นำองค์ประกอบย่อยการเปลี่ยนแปลงในองค์ประกอบหลัก ค่านิยมมุ่งการเปลี่ยนแปลงของเครื่องมือวัดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม SRL-R2 ของ Dugan (2006) มาร่วมบูรณาการ ทำการกำหนดนิยามเชิงปฏิบัติพร้อมสร้างคำถามจำนวน 35 ข้อ โดยคำถามส่วนแรกจำนวน 25 ข้อได้มาจากหลักการและแนวปฏิบัติของ Waldman (2007) ด้านการยึดมั่นค่านิยมความรับผิดชอบต่อสังคม ด้านพฤติกรรมเชิงวิสัยทัศน์และความซื่อตรงและความโปร่งใส และด้านการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามที่ใกล้ชิดเช่นเดียวกับผู้ตามที่ห่างไกล (พิพัฒน์ นนทธารธรรม, 2556) และคำถามส่วนที่สองจำนวน 10 ข้อ ได้มาจากคำถามในองค์ประกอบย่อยด้านการเปลี่ยนแปลงของเครื่องมือ SRL-R2 ของ Dugan (2006) ทำการ การแปลย้อนกลับ (Back - Translation)

(Reynolds, Diamantopoulos, & Schlegelmilch, 1993) และแปลงคำถามเชิงลบข้อที่ 26, 30 และ 31 มาเป็นคำถามเชิงบวกเพื่อให้เหมาะสมกับบริบทการทำงานวิจัยในประเทศไทย

ขั้นที่ 2 ตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหา ภายหลังจากการตรวจสอบโดยคณะกรรมการที่ปรึกษาวิทยานิพนธ์ ทำให้ได้แบบสอบถามที่มีลักษณะ 6-point rating-scale ตั้งแต่ระดับ 1 - 6 (1 = ไม่ปฏิบัติเลยและ 6 = ปฏิบัติเป็นประจำ) ทดลองใช้กับพนักงาน 5 คน จากนั้นตรวจสอบความตรงเชิงเนื้อหาโดยผู้ทรงคุณวุฒิ 3 ท่านด้วยดัชนีความสอดคล้อง (Index of Item-Objective Congruence: IOC) พบว่าคำถามทุกข้อมีค่า IOC มากกว่า 0.5 (ข้อที่ 1 - 19 = 1, ข้อที่ 20 - 35 = 0.67) แสดงว่าสอดคล้องกับจุดมุ่งหมายและเนื้อหาที่มุ่งวัด (ศิริชัย กาญจนวสี, 2548) อย่างไรก็ตามผู้เชี่ยวชาญ 1 ท่านได้แนะนำให้ปรับแก้คำถามข้อที่ 20 - 32 และ 34 - 35 ซึ่งมีความคลุมเครือและอาจทำให้เข้าใจคลาดเคลื่อน จึงได้ปรับแก้ตามนั้น

ขั้นที่ 3 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ สำหรับการตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นเริ่มจากการนำแบบสอบถามไปทดลองใช้กับกลุ่มตัวอย่างจำนวน 40 องค์กร เพื่อตรวจสอบความสอดคล้องภายในด้วยสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค (Cronbach, 1951) ร่วมกับค่า Corrected Item-Total Correlation ของทุกข้อคำถาม ตรวจสอบจำนวนกลุ่มตัวอย่าง และตรวจสอบการกระจายตัวแบบโค้งปกติ ซึ่งได้ผลดังตารางที่ 1 ดังนี้

ตาราง 1 การตรวจสอบข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ

ข้อตกลงเบื้องต้นทางสถิติ	ค่าที่ได้	เกณฑ์	อ้างอิง
สัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาค	0.984	> 0.7	Nunnally (1987)
Corrected Item-Total Correlation	คำถามทุกข้อ มีค่าไม่ติดลบและ > 0.2	คำถามทุกข้อ มีค่าไม่ติดลบและ > 0.2	ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์ (2548)
จำนวนกลุ่มตัวอย่าง	217 (> 5 เท่าของข้อคำถาม)	อย่างน้อย 100 หรือ > 5 เท่าของคำถาม	Hatcher (1994)
การกระจายตัวแบบโค้งปกติ	ความเบ้และความโด่ง ระหว่าง -3.00 ถึง +3.00	ความเบ้และความโด่ง ระหว่าง -3.00 ถึง +3.00	Kline (2005)

สำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจโดยการนำคำถามจำนวน 35 ข้อ มาสกัดปัจจัยโดยใช้วิธีสกัดปัจจัย (Extraction Method) ประเภท Principle Factor Analysis (PFA) แบบ Principal Axis Factoring (PAF) ซึ่งปัจจัยที่สกัดด้วยวิธีนี้เหมาะจะนำไปใช้วิเคราะห์ตัวแบบสมการโครงสร้าง หมุนแกนด้วยวิธี Oblique Rotation Method แบบ Promax ด้วยค่า Kappa = 4 ซึ่งการหมุนแกนด้วยวิธีนี้นิอนุญาติให้ปัจจัยที่สกัดออกมามีความสัมพันธ์กัน (Garson, 2009c; Costello & Osborne, 2005) และมีความยืดหยุ่นต่อการละเมิดสมมติฐานเกี่ยวกับคุณสมบัติด้านการกระจายตัวของข้อมูลแบบโค้งปกติตัวแปรเดียวและหลายตัวแปร

ขั้นที่ 4 ตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างระดับองค์ประกอบด้านความเป็นมิติเดียว ความตรงเชิงคู่เข้าควบคู่กับความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง และความตรงเชิงจำแนก (Steenkamp & Van Trijp, 1991)

ขั้นที่ 5 ทดสอบความตรงเชิงจำแนกตาม Anderson & Gerbing (1988) โดยการสร้างตัวแบบคงที่ (Fixed or Constrained Model) โดยให้ค่าพารามิเตอร์สำหรับสองปัจจัยมีค่าคงที่เท่ากับ 1.0 และให้เปรียบเทียบกับตัวแบบอิสระ (Free or Unconstrained Model) ซึ่งเป็นตัวแบบที่ปล่อยให้ค่าพารามิเตอร์ระหว่างสองปัจจัยอิสระ ถ้าตัวแบบอิสระซึ่งมีค่า degree of freedom (df) ลดลง = 1 และให้ค่า Chi-Square (χ^2) น้อยลงอย่างน้อยเท่ากับ 3.84 เมื่อเทียบกับตัวแบบคงที่ แสดงว่ามีความตรงเชิงจำแนกระหว่างสองปัจจัย

ขั้นที่ 6 ตรวจสอบความเหมาะสมของตัวแบบมาตรวัดโดยรวม (Overall Measurement Model) โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ผลการวิจัย

ตาราง 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวอย่าง

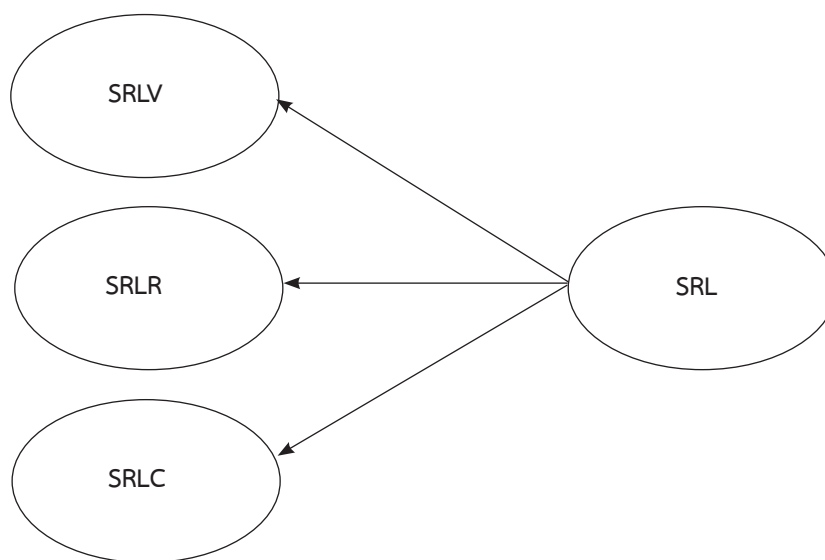
ตัวแปร	แบบสอบถามส่วนแรก (N = 217)		แบบสอบถามส่วนที่สอง (N = 791)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
เพศ				
หญิง	127	58.5	482	60.9
ชาย	90	41.5	309	39.1
อายุ				
ต่ำกว่า 31 ปี	69	31.8	259	32.7
31 - 40 ปี	89	41.0	320	40.5
41 - 50 ปี	47	21.7	163	20.6
สูงกว่า 51 ปี	12	5.5	49	6.0
การศึกษา				
ต่ำกว่าปริญญาตรี	18	8.3	60	7.6
ปริญญาตรี	135	62.2	503	63.6
ปริญญาโท	63	29.0	271	28.7
ปริญญาเอก	1	0.5	1	0.1

ตาราง 2 ลักษณะทางประชากรศาสตร์ของตัวอย่าง (ต่อ)

ตัวแปร	แบบสอบถามส่วนแรก (N = 217)		แบบสอบถามส่วนที่สอง (N = 791)	
	จำนวน	ร้อยละ	จำนวน	ร้อยละ
ตำแหน่ง				
พนักงาน	111	51.2	447	56.5
ผู้บริหารระดับต้น	66	30.4	219	27.7
ผู้บริหารระดับกลาง	26	12.0	96	12.1
ผู้บริหารระดับสูง	14	6.5	29	3.7
เวลาร่วมงานกับผู้บริหารสูงสุด				
1 - 10 ปี	193	88.9	702	88.7
11 - 20 ปี	18	8.3	72	9.1
21 - 30 ปี	5	2.3	12	1.5
มากกว่า 30 ปี	1	0.5	5	0.6
กลุ่มอุตสาหกรรม				
เกษตรและอาหาร	4	1.8	24 (4 บริษัท)	3 (1.8)
สินค้าอุปโภคบริโภค	25	11.5	62 (25 บริษัท)	7.8 (11.5)
ธุรกิจการเงิน	37	17.1	176 (37 บริษัท)	22.3 (17.1)
สินค้าอุตสาหกรรม	14	6.5	51 (14 บริษัท)	6.4 (6.5)
อสังหาริมทรัพย์และก่อสร้าง	39	18	146 (39 บริษัท)	18.5 (18.0)
ทรัพยากร	11	5.1	46 (11 บริษัท)	5.8 (5.1)
บริการ	60	27.6	210 (60 บริษัท)	26.5 (27.6)
เทคโนโลยี	27	12.4	76 (27 บริษัท)	9.6 (12.4)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ การทดสอบครั้งแรกพบความขัดแย้งของจำนวนองค์ประกอบระหว่าง 5 องค์ประกอบตาม Kaiser-Guttman Unity Rule และ 4 องค์ประกอบตาม Scree Plot จึงทดสอบใหม่ด้วยการระบุดองค์ประกอบ (Fix Factor) จำนวน 3, 4, 5 และ 6 องค์ประกอบตามคำแนะนำของ Costello &

Osborne (2005) ผลการทดสอบพบว่าการระบุ 3 องค์ประกอบให้ค่าน้ำหนักที่ชัดเจนที่สุด (Item Loading > 0.3, ไม่มีหรือมี Cross Loading น้อย, คำถามไม่น้อยกว่า 3 ข้อในแต่ละองค์ประกอบ) ดังนั้น ผลการวิเคราะห์จึงประกอบด้วยองค์ประกอบจำนวน 3 องค์ประกอบดังภาพ 1



ภาพ 1 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ

จากภาพ 1 ผลการวิเคราะห์พบค่า $KMO = 0.953$ ซึ่งมากกว่า 0.7 ค่า Bartlett's Test of Sphericity มีนัยสำคัญทางสถิติ ($p < 0.05$) แสดงว่าตัวแปรสัมพันธ์กันและเหมาะสำหรับการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงสำรวจ (Leech, Barrett, & Morgan, 2005) ค่า Communalities อยู่ระหว่าง 0.4 - 0.7 (สูงสุด = 0.788, ต่ำสุด = 0.433) ซึ่งยอมรับได้ในการทำวิจัยทางสังคมศาสตร์ (Costello & Osborne, 2005) ความแปรปรวนสะสมที่สามารถอธิบายได้ด้วยองค์ประกอบเมื่อ Eigenvalue มากกว่า 1 คิดเป็นร้อยละ 66.80 (ซึ่งมากกว่าร้อยละ 60) ค่า Factor Loading จาก Pattern Matrix หลังตัดคำถามที่ Factor Loading รวมทั้ง Cross Loading ต่ำกว่า 0.3 (Leech, Barrett, & Morgan, 2005; Costello & Osborne, 2005) และ Factor Loading มากกว่า 1 ทั้ง รวม 7 ข้อ (ข้อที่ 1, 9, 15 - 19) คำถามที่เหลือมีค่า Factor Loading ระหว่าง 0.531 - 0.945 ซึ่งมากกว่า 0.5 และคำถามควรมีอย่างน้อย 3 ข้อในแต่ละองค์ประกอบ (Hatcher, 1994) ทำการตั้งชื่อตั้งนี้ องค์ประกอบที่ 1 ค่านิยมและพฤติกรรมแห่งความรับผิดชอบเชิงวิสัยทัศน์ (SRLV) (คำถามข้อที่ 2 - 8 และ 10 - 14) องค์ประกอบที่ 2 การสร้างความสัมพันธ์

กับผู้ตามอย่างเท่าเทียม (SRLR) (คำถามข้อที่ 20 - 25) และองค์ประกอบที่ 3 การมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง (SRLC) (คำถามข้อที่ 26 - 35) สำหรับสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคมีค่าเรียงตามลำดับ = 0.968, 0.945, 0.965 และสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาครวมทั้งหมด = 0.979 ซึ่งมากกว่า 0.7 แสดงว่ามีความสอดคล้องภายใน (Nunnally, 1978)

ผลการตรวจสอบความตรงเชิงโครงสร้างระดับองค์ประกอบ

ความเป็นมิติเดียว โดยการพิจารณาค่า χ^2 (p value) ที่มากกว่า 0.05, RMSEA ที่น้อยกว่า 0.05 Standardized Residual ทั้งเล็กสุดและใหญ่สุดที่น้อยกว่า |2.58| และ Maximum Modification Index ที่น้อยกว่า 3.84 พบว่าแต่ละองค์ประกอบมีความเป็นมิติเดียว เนื่องจากพบความสัมพันธ์กันระหว่างค่า Error Variance ของบางข้อความอย่างไม่มีนัยสำคัญทางสถิติ ซึ่งหมายถึง การมีคุณสมบัติความเป็นมิติเดียว (Gefen, 2003) โดยมีรายละเอียดของการทดสอบในแต่ละองค์ประกอบดังตารางที่ 3

ตาราง 3 ผลการตรวจสอบความเป็นมิติเดียว

องค์ประกอบ	คำถาม	คำถาม ที่ตัดออก	χ^2 (p value)	RMSEA	Standardized Residual (เล็กสุด, ใหญ่สุด)	Max MI
1. SRLV	5 ข้อ (ข้อที่ 4 - 7 และ 14)	7 ข้อ (ข้อที่ 2 -3, 8 และ 10 -13)	0.354 มากกว่า 0.05	0.0196 น้อยกว่า 0.05	-1.926, 1.770 น้อยกว่า 2.58	3.709 น้อยกว่า 3.84
2. SRLR	3 ข้อ (ข้อที่ 20 - 22)	3 ข้อ (ข้อที่ 23 - 25)	1.000* มากกว่า 0.05	- (คำนวณ ไม่ได้)	- (คำนวณไม่ได้)	0.000 น้อยกว่า 3.84
3. SRLV	4 ข้อ (ข้อที่ 29 และ 33 - 35)	6 ข้อ (ข้อที่ 26 - 28 และ 30 - 32)	0.979 มากกว่า 0.05	0.000 น้อยกว่า 0.05	-0.201, 0.147 น้อยกว่า 2.58	0.04 น้อยกว่า 3.84

หมายเหตุ* เป็นตัวแบบอิ่มตัว (Model is Saturated) และมีความสอดคล้องกับข้อมูลแบบสมบูรณ์ (Fit is Perfect) โดยมีค่า $df = 0$

ความตรงเชิงลู่เข้าและความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง โดยการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันแต่ละกลุ่มข้อความและพิจารณาค่า t value ของตัวชี้วัดแต่ละตัวมีนัยสำคัญทางสถิติที่ระดับ 0.05 (ค่ามากกว่า 1.96) ซึ่งหมายถึง Lamda (λ) แตกต่างจาก 0 ซึ่งต้องพิจารณาคู่กับความน่าเชื่อถือทางโครงสร้างโดยพิจารณา CR (ρ_c) ที่มากกว่า 0.6 และ AVE (ρ_v) ที่ควรมากกว่า 0.5 (แสดงให้เห็นว่าค่าผิดพลาดจากการวัดส่งผลต่อความแปรปรวน

ของตัวชี้วัดน้อยกว่าตัวแปรแฝงที่กำลังวัด) (Fornell & Larcker, 1981) พร้อมๆ กับค่า R^2 ที่มากกว่า 0.5 ควบคู่กับค่าน้ำหนักองค์ประกอบที่มากกว่า 0.7 ซึ่งสรุปได้ว่ามีความตรงเชิงลู่เข้า (Holmes-Smith, 2001) พบว่าตัวแบบมาตรวัดในทุกองค์ประกอบมีความตรงเชิงลู่เข้าและความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง โดยมีรายละเอียดแสดงในตารางที่ 4 ดังนี้

ตาราง 4 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงลู่เข้าและความน่าเชื่อถือทางโครงสร้างระดับองค์ประกอบ

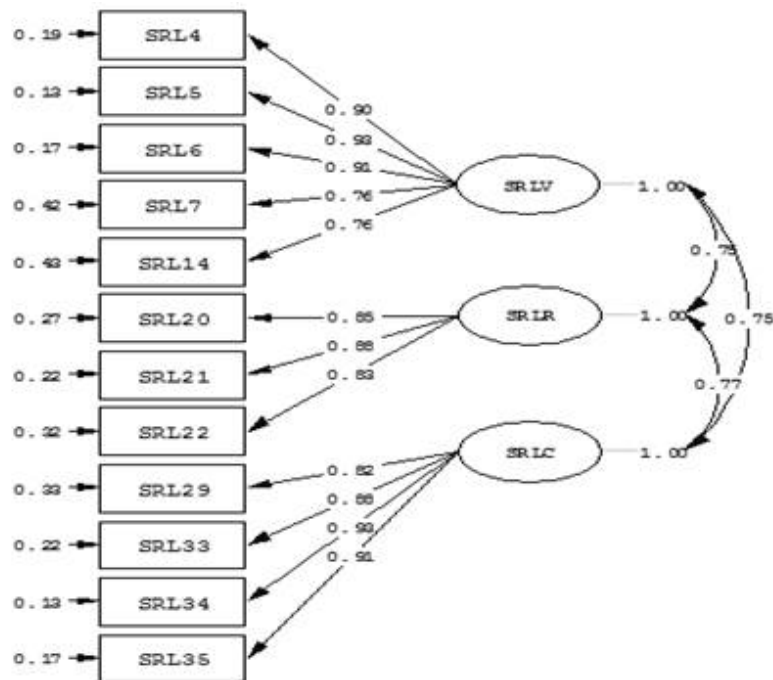
องค์ประกอบ	คำถาม	t value	CR (ρ_c)	AVE (ρ_v)	R^2	Item Loading
1. SRLV	5 ข้อ (ข้อที่ 4 - 7 และ 14)	17.018, 18.092, 17.379, 12.857 และ 12.556	0.9299	0.7285	0.815, 0.875, 0.836, 0.568 และ 0.549	0.903, 0.935, 0.914, 0.753 และ 0.741
2. SRLR	3 ข้อ (ข้อที่ 20-22)	15.094, 15.716 และ 13.935	0.8903	0.7304	0.743, 0.786 และ 0.662	0.862, 0.887 และ 0.814
3. SRLV	4 ข้อ (ข้อที่ 29 และ 33 - 35)	14.169, 16.325, 18.486 และ 16.902	0.9354	0.7840	0.649, 0.777, 0.899 และ 0.811	0.806, 0.882, 0.948 และ 0.900

ความตรงเชิงจำแนก พบความตรงเชิงจำแนกระหว่างองค์ประกอบอย่างมีนัยสำคัญที่ระดับ 0.0001 เพราะมีความแตกต่างระหว่างค่า Chi-Square ($\Delta\chi^2$) มากกว่า 3.84 โดยพบความตรงเชิงจำแนกระหว่างองค์ประกอบค่านิยมและพฤติกรรมแห่งความรับผิดชอบเชิงวิสัยทัศน์กับองค์ประกอบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามอย่างเท่าเทียม ($\Delta\chi^2 = 155.457$, $df = 1$, $p < 0.001$), องค์ประกอบค่านิยมและพฤติกรรมแห่งความรับผิดชอบเชิงวิสัยทัศน์กับองค์ประกอบการมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง ($\Delta\chi^2 = 270.334$, $df = 1$, $p < 0.001$) และองค์ประกอบการสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามอย่างเท่าเทียมกับมาตรวัดองค์ประกอบการมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง ($\Delta\chi^2 = 150.533$,

$df = 1$, $p < 0.001$)

ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันตัวแบบมาตรวัดโดยรวม

จากภาพที่ 2 พบว่าค่าดัชนี $\chi^2 / df = 2.366$ ซึ่งน้อยกว่า 5 (Wheaton, Muthen, Alwin, & Summers, 1977), RMSEA = 0.077 ซึ่งน้อยกว่า 0.08 (Macallum, Browne, & Sugawara, 1996), GFI = 0.917 ซึ่งมากกว่า 0.90 (Hu & Bentler, 1999), CFI = 0.988 ซึ่งมากกว่า 0.95 (Hu & Bentler, 1999) และ NNFI = 0.984 ซึ่งมากกว่า 0.95 (Hu & Bentler, 1999) ซึ่งสรุปได้ว่ามีความสอดคล้องกับข้อมูลที่จัดเก็บมา



Chi-Square=116.74, df=51, P-value=0.00000, RMSEA=0.077

ภาพ 2 การวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน

ความตรงเชิงกลุ่มเข้าและความน่าเชื่อถือทางโครงสร้างตัวแบบมาตรวัดโดยรวม พบว่ามีความตรงเชิง

กลุ่มเข้าและความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง โดยมีรายละเอียดแสดงในตาราง 5 ดังนี้

ตาราง 5 ผลการตรวจสอบความตรงเชิงลู่เข้าและความน่าเชื่อถือทางโครงสร้างตัวแบบมาตรวัดโดยรวม

องค์ประกอบ	คำถาม	t value	CR (pc)	AVE (pv)	R ²	Item Loading
1. SRLV	5 ข้อ (ข้อที่ 4 - 7 และ 14)	16.894, 18.040, 17.340, 13.005 และ 12.956	0.9311	0.7317	0.807, 0.871, 0.832, 0.576 และ 0.573	0.898, 0.933, 0.912, 0.759 และ 0.757
2. SRLR	3 ข้อ (ข้อที่ 20-22)	15.024, 16.018 และ 14.450	0.8906	0.7300	0.730, 0.780 และ 0.683	0.854, 0.883 และ 0.826
3. SRLV	4 ข้อ (ข้อที่ 29 และ 33 - 35)	14.465, 16.374, 18.060 และ 17.233	0.8060	0.7867	0.667, 0.779, 0.873 และ 0.828	0.816, 0.883, และ 0.910 และ 0.935

ความเชื่อมั่นของเครื่องมือวัดขั้นสุดท้าย พบว่าค่าสัมประสิทธิ์แอลฟาของครอนบาคของแต่ละองค์ประกอบมีค่าเรียงตามลำดับ = 0.926, 0.890 และ 0.934 และมีค่ารวมทั้งฉบับ = 0.877 ซึ่งมากกว่า 0.7 แสดงให้เห็นว่ามีความเชื่อมั่นหรือความสอดคล้องภายใน (Nunnally, 1978)

สรุป อภิปรายผล และข้อเสนอแนะ

สรุปผลการวิจัย เครื่องมือที่พัฒนาขึ้นมีคำถาม 12 ข้อ และ 3 องค์ประกอบดังตารางที่ 5 ดังนี้

ตาราง 6 องค์ประกอบและคำถามในเครื่องมือวัดภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม

องค์ประกอบ	คำถาม (ผู้บริหารระดับสูงสุด)
ค่านิยมและพฤติกรรมแห่งความรับผิดชอบต่อเชิงวิสัยทัศน์	-ตรวจสอบพฤติกรรมและการตัดสินใจของผู้คนทั่วไปในสังคมตามหลักศีลธรรม -ตรวจสอบพฤติกรรมและการตัดสินใจของเพื่อนร่วมงานตามหลักศีลธรรม -ตรวจสอบพฤติกรรมและการตัดสินใจของตนเองตามหลักศีลธรรม -พิจารณาถึงผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดในการตัดสินใจ
การสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามอย่างเท่าเทียม	-สร้างวิสัยทัศน์ภายใต้การมีส่วนร่วมกับผู้ตามและบนความปรารถนาส่วนหนึ่งของผู้ตาม -สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามที่ใกล้ชิดและผู้ตามที่ห่างไกลด้านระยะทาง ให้เข้าใจได้ไม่แตกต่างกัน -สามารถสร้างความสัมพันธ์กับผู้ตามที่ใกล้ชิดและผู้ตามที่ห่างไกลด้านการบังคับบัญชา ให้เข้าใจได้ไม่แตกต่างกัน -สามารถสื่อสารอย่างเป็นทางการ เพื่อเผยแพร่วิสัยทัศน์แก่พนักงานที่อยู่ไกลและใกล้ ให้เข้าใจได้ไม่แตกต่างกัน
การมุ่งเน้นการเปลี่ยนแปลง	-มีพลังในการสร้างสรรค์สิ่งใหม่ๆ -เปิดรับกับแนวคิดใหม่ๆ -มองหาแนวทางใหม่ๆ ในการทำงาน -สามารถระบุความแตกต่างระหว่างการเปลี่ยนแปลงทางบวกและทางลบได้เป็นอย่างดี

อภิปรายผล เครื่องมือดังกล่าวสามารถนำไปใช้ประเมินภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคม เนื่องจากมีความเที่ยงและความตรง เพราะผ่านการตรวจสอบความสอดคล้องภายใน ความตรงเชิงเนื้อหา ความเป็นมิติเดียว ความตรงเชิงกลุ่มเข้าและความน่าเชื่อถือทางโครงสร้าง ความตรงเชิงจำแนก และการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยัน ขณะเดียวกันยังสามารถนำไปใช้ทดสอบความสัมพันธ์เชิงสาเหตุร่วมกับตัวแปรอื่นๆ เนื่องจากสร้างขึ้นโดยให้องค์ประกอบมีความสัมพันธ์กัน สำหรับรายละเอียดของคำถามมีความสอดคล้องกับ Pless (2007) ที่ว่าภาวะผู้นำที่รับผิดชอบเป็นภาวะผู้นำที่มุ่งเน้นค่านิยมเป็นพื้นฐาน มุ่งความสัมพันธ์ที่ถูกขับเคลื่อนด้วยหลักแห่งจริยธรรมระหว่างผู้นำและผู้มีส่วนได้เสีย และยังสอดคล้องกับ Voegtlin, Patzer, & Scherer (2012) ที่ว่าภาวะผู้นำที่รับผิดชอบมุ่งเปิดเผยเป้าหมายที่กว้างไกลต่อผู้มีส่วนได้เสียในแต่ละสังคมด้วยความชอบธรรม ผ่านความสัมพันธ์และการดำเนินการบนความร่วมมือและเป้าหมายที่เห็นพ้องต้องกันระหว่างผู้นำที่มีอิทธิพลกับผู้มีส่วนได้เสียทั้งหมดอย่างเท่าเทียมบนพื้นฐานของการพูดคุยและการอภิปรายร่วมกัน แต่

เครื่องมือที่พัฒนาขึ้นซึ่งมี 3 องค์ประกอบ ก็แตกต่างจากเครื่องมือของ Voegtlin (2011) ซึ่งมีเพียงองค์ประกอบเดียวแม้จะสร้างบนแนวคิดพื้นฐานที่คล้ายคลึงกัน สาเหตุมาจากบริบทการศึกษาที่ต่างกัน โดย Voegtlin ศึกษาเกี่ยวกับนักศึกษาในสวีตเซอร์แลนด์และยืนยันผลกับคนทำงานในเยอรมัน โดยการประเมินหัวหน้างานโดยตรง (Direct Supervisor) ซึ่งต่างจากการวิจัยครั้งนี้ที่ศึกษากับพนักงานในองค์กรที่รับผิดชอบต่อสังคมในประเทศไทยโดยให้การประเมินผู้บริหารระดับสูงสุด

ข้อเสนอแนะ

1. ข้อเสนอแนะเชิงปฏิบัติ: เครื่องมือที่พัฒนาขึ้นสามารถนำไปใช้ประเมินภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมเพื่อใช้เป็นข้อมูลในการวางแผนพัฒนา และยังเหมาะที่จะนำไปทำวิจัยต่อยอดร่วมกับแนวคิดอื่นๆ
2. ข้อเสนอแนะเพื่อการวิจัยครั้งต่อไป: ควรทำการพัฒนาเครื่องมือและนำไปทดสอบกับพนักงานในองค์กรที่มีความรับผิดชอบต่อสังคมอื่นๆ เช่น วิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม เป็นต้น

เอกสารอ้างอิง

- ฉัตรศิริ ปิยะพิมลสิทธิ์. (2548). *การใช้โปรแกรม SPSS เพื่อการวิเคราะห์ข้อมูล*. ภาควิชาการศึกษาคณะศึกษาศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ.
- พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2556). *ภาวะผู้นำเชิงปฏิบัติการ: LIFE MODEL*. กรุงเทพฯ: ศูนย์ผู้นำธุรกิจเพื่อสังคม.
- ศิริชัย กาญจนวาสี. (2548). *ทฤษฎีการประเมิน*. กรุงเทพฯ: จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Anderson, J., & Gerbing, W. (1988). Structural equation modeling in practice: A review and recommended two stage approach. *Psychological Bulletin*, 27(1), 5-24.
- Bagozzi, R. P. (1994). Measurement in marketing research: Basic principles of questionnaire design. In R. P. Bagozzi, (Ed.), *Principles of marketing research* (pp. 1-49). Cambridge: Blackwell:
- Cochran, W. G. (1963). *Sampling Techniques* (2nd ed.). New York: John Wiley and Sons.
- Costello, A. B., & Osborne, J. W. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment, Research and Evaluation*, 10(7), 1-9.
- Cronbach, L. J. (1951). Coefficient alpha and the internal structure of tests. *Psychometrika*, 6, 297-334.
- Dugan, J. P. (2006). *SRLS-Rev 2: The second revision of SRLS*. College park: National Clearinghouse for Leadership Programs.
- Garson, G. D. (2009c). *Factor analysis from statnotes: Topics in multivariate analysis*. Retrieved February 8, 2013, from Web site: <http://faculty.chass.ncsu.edu/garson/pa765/statnote.htm>
- Fornell, C., & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 10(1), 39-50.
- Gefen, D. (2003). Assessing unidimensionality through LISREL: An explanation and example. *Communications of the Association for Information Systems*, 12: 23-47. Retrieved February 8, 2013 from, <http://aisel.aisnet.org/cais/vol12/iss1/2>.
- Hatcher, L. (1994). *A step-by-step approach to using the SAS® system for factor analysis and structural equation modeling*. Cary: SAS Institute.
- Hinkin, T. R. (1995). A review of scale development practices in the study of organizations. *Journal of Management*, 21(5), 967-988.
- Hinkin, T. R. (1998). A brief tutorial the development of measures for use in survey questionnaires. *Organizational Research Methods*, 1: 104-121.
- Holmes-Smith, P. (2001). *Introduction to structural equation modelling using LISREL*. Perth, ACSPRI-Winter training program.
- Hoyle, R. H. (1995). *Structural equation modeling: Concepts, issues, and applications*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Hu, L. -T., & Bentler, P. M. (1999). Cutoff criteria for fit indexes in covariance structure analysis: Conventional criteria versus new alternatives. *Structural Equation Modeling*, 6(1), 1-55.
- Karp, T. (2003). *Socially responsible leadership*. *Foresight*, 5(2), 15-23.
- Kline, R. B. (2005). *Principles and practice of structural equation modeling* (2nd ed.). New York: Guilford Press.

- Leech, N. L., Barrett, K. C., & Morgan, G. A. (2005). *SPSS for intermediate statistics use and interpretation*. Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Loehlin, J. C. (1992). *Latent variable models: an introduction to factor, path and structural analysis* (2nd Ed.). Hillsdale: Lawrence Erlbaum.
- Maak, T. (2007). Responsible leadership, stakeholder engagement, and the emergence of social Capital. *Journal of Business Ethics*, 74: 329–343.
- Maak, T., & Pless, N. (2006a). *Responsible leadership*. New York: Routledge.
- Maak, T., & Pless, N. (2006b). *Responsible leadership: A relational approach*, In T. Maak & N. Pless (Eds.), *Responsible Leadership* (pp. 33-35). New York: Routledge.
- MacCallum, R. C., Browne, M. W., & Sugawara, H. M. (1996). Power analysis and determination of sample size for covariance structure modeling, *Psychological Methods*, 1(2), 130-49.
- Palazzo, G., & Scherer, A. G. (2006). Corporate legitimacy as deliberation: A communicative framework. *Journal of Business Ethics*, 66: 71–88.
- Pless, N. (2007). Understanding responsible leadership: Role identity and motivational drivers. *Journal of Business Ethics*, 74(4): 437-456.
- Pless, N. M., & Maak, T. (2011). Responsible leadership: Pathways to the future. *Journal of Business Ethics*, 98(S1): 3-13.
- Reynolds, N., Diamantopoulos, A., & Schlegelmilch B. B. (1993). Pretesting in questionnaire design: A review of the literature and suggestions for further research. *J. Mark. Res. Soc.*, 35(2):171-182.
- Scherer, A. G., & Palazzo G. (2008). Globalization and corporate social responsibility, In A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, & D. S. Siegel (Eds.), *The Oxford handbook of corporate social responsibility* (pp.413-431). Oxford: Oxford University Press.
- Scherer, A. B., Palazzo, G. & Baumann, D. (2009). Globalization as a challenge for business responsibilities. *Business Ethics Quarterly*, 16(4), 505-532.
- Schriesheim, C. A., Powers, K. J., Scandura, T. A., Gardiner, C. C., & Lankau, M. J. (1993). Improving construct measurement in management research: Comments and a quantitative approach for assessing the theoretical content adequacy of paper-and-pencil survey-type instruments. *Journal of Management*, 19: 385-417.
- Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (2004). *A beginner's guide to structural equation modeling* (2nd ed.). Mahwah: Lawrence Erlbaum.
- Steenkamp, J. E. M., & Van Trijp, H. C. M. (1991). The use of LISREL in validating marketing constructs. *International Journal of Research in Marketing*, 8, 283-299.
- Venkatraman, N., & Grant, J. (1986). Construct measurement in organizational research: A critique proposal. *Academy of Management Review*, 11, 71-87.
- Voegtlin, C. (2011). Development of a scale measuring discursive responsible leadership. *Journal of Business Ethics*, 98 (S1): 57-73.
- Voegtlin, C., Patzer, M., & Scherer, A. G. (2012). Responsible Leadership in Global Business: A new approach to leadership and its multi-level outcomes. *Journal of Business Ethics*, 105(1): 1-16.



- Waldman, D. A. (2007). Best practices in leading at strategic level: A social responsibility perspective. In J. A. Conger & E. R. Ronald E (Eds.). *The practice of leadership: Developing the next generation of leaders* (pp. 224-243). San Francisco: Jossey Bass.
- Waldman, D. A., & Galvin, B. M. (2008). Alternative perspectives of responsible leadership. *Organizational Dynamics*, 37: 327-341.
- Waldman, D. A., & Siegel, D. (2008). Defining the socially responsible leader. *Leadership Quarterly*, 19, 117-131.
- Wheaton, B., Muthen, B., Alwin, D. F., & Summers, G. (1977). Assessing reliability and stability in panel models. *Sociological Methodology*, 8 (1), 84-136.

