บรรณานุกรม

กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่. (2553). **มาตรฐานความรับผิดชอบต่อสังคมของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมเหมืองแร่ พ.ศ. 2553.** กรุงเทพมหานคร:กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่ กระทรวงอุตสาหกรรม.

กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่. (2563) **สรุปผลการดำเนินงาน CSR-DPIM.** กรุงเทพฯ

กรมโรงงานอุตสาหกรรม. (2554). **แนวทางปฏิบัติสำหรับโรงงานอุตสาหกรรมตามเกณฑ์มาตรฐานความรับผิดชอบของผู้ประกอบการอุตสาหกรรมต่อสังคม พ.ศ. 2554.** กรุงเทพมหานคร: กรมโรงงานอุตสาหกรรม กระทรวงอุตสาหกรรม.

กองบริหารสิ่งแวดล้อม กรมอุตสาหกรรมพื้นฐานและการเหมืองแร่. (2563) **คู่มือมาตรฐานเหมืองแร่สีเขียว (พิมพ์ครั้งที่ 3).** กรุงเทพฯ

กรีนไลฟ์. (2563) **CSR 2020 วาระทางสังคมที่ทุกภาคส่วนต้องร่วมมือกัน.** Greenlife Plus Magazine สืบค้นจาก http://www.greenlifeplusmag.com/

เกษร เกษมชื่นยศ. (2563) **การพัฒนาของไทยตามเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน.** วารสารจันทรเกษมสาร ปีที่ 26 ฉบับที่ 1 มกราคม-มิถุนายน 2563, หน้า 16-30.

คณะกรรมการกลุ่มความร่วมมือทางวิชาการเพื่อพัฒนามาตรฐานการเรียนการสอนและการวิจัยด้านบริหารธุรกิจแห่งประเทศไทย. (2555). **แนวทางความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ.** กรุงเทพมหานคร: สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. (2552). **รายงานวิจัยเรื่องการพัฒนา CSR ในประเทศไทย และบทบาทอาสาสมัคร (ฉบับแปล).** กรุงเทพฯ: เครือข่ายความร่วมมือระหว่างภาคธุรกิจและภาคประชาสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน.

ฉัตรชัย ธนาฤดี. (2556). **การสร้างความสอดคล้องของกลยุทธ์เพื่อรองรับองค์การที่ซับซ้อนและเติบโตขึ้นตามสภาวะตลาดและเศรษฐกิจที่ท้าทาย.** Strategy for Quality Vol.20 No.193

ชัยเสฏฐ์ พรหมศรี. (2561). **ภาวะผู้นำสำหรับผู้บริหารองค์กร: แนวคิด ทฤษฎี และกรณีศึกษา.** กรุงเทพมหานคร: สำนักพิมพ์ปัญญาชน.

ประไพ พิมพ์ สุธีวสินนนท์, และประสพ ชัยพสุนนท์. (2559). **กลยุทธ์การเลือกตัวอย่างสำหรับการวิจัยเชิงคุณภาพ.** วารสารปาริชาต มหาวิทยาลัยทักษิณ ปีที่ 29 ฉบับที่ 2, หน้า 31-48.

ปฏิภาณ ลพบุรี. (2559). **การพัฒนากลยุทธ์เพื่อความรับผิดชอบต่อสังคมอย่างยั่งยืน.** วารสารวิชาการ ศรีปทุม ชลบุรี ปีที่ 12 ฉบับที่ 6 วาระพิเศษประจำเดือนสิงหาคม 2559.

ปาลิดา รัตนาวิบูลย์. (2553) **การกำกับดูแลและความรับผิดของบริษัทจัดอันดับความน่าเชื่อถือ.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญานิติศาสตรมหาบัณฑิต สาขาวิชานิติศาสตร์ คณะนิติศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

พรชัย ศักดานุวัฒน์วงศ์. (2558) **ความสัมพันธ์เชิงสาเหตุระหว่างภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมและประสิทธิผลขององค์การในตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์ปรัชญาดุษฎีบัณฑิต (บริหารธุรกิจ) **บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยเกษตรศาสตร์.**

พรทิพย์ พิมลสินธุ์. (2552). **การบริหารภาพลักษณ์องค์การ.** เอกสารการสอนชุดวิชาการบริหารงานประชาสัมพันธ์. นนทบุรี: มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช.

พนัชกร สิมะขจรบุญ, กฤษฎา พรประภา, & วิโรจน์ เจษฎาลักษณ์. (2016). **ศักยภาพการจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์ของอุตสาหกรรมอาหารแปรรูปในไทย.** ประเทศ จุฬาลงกรณ์ธุรกิจปริทัศน์ ปีที่ 38 ฉบับที่ 150, หน้า 33 – 67.

พิพัฒน์ นนทนาธรณ์. (2553). **การจัดการความรับผิดชอบต่อสังคมขององค์กร: การสร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างยั่งยืน.** กรุงเทพมหานคร: ธิงค์ บียียอนด์ บุ๊คส์.

_____. (2555). **ภาวะผู้นำเชิงปฏิบัติการ: LIFE Model.** กรุงเทพฯ: ศูนย์ผู้นำธุรกิจเพื่อสังคม.

_____. (2558). **ปัจจัยเชิงสาเหตุของภาวะผู้นำที่รับผิดชอบต่อสังคมที่มีอิทธิพลต่อภาพลักษณ์องค์การของท่าอากาศยานสุวรรณภูมิ.** วาสารสมาคมนักวิจัย ปีที่ 20 ฉบับที่ 2, หน้า 48 – 58.พิพัฒน์ ยอดพฤติการ. (2551). กระแส CSR ในไทย คึกคุกกว่ายุโรป. สืบค้นเมื่อวันที่ 2 กุมภาพันธ์ 2564 จาก https://www.thaicsr.com/2008/01/csr_20.html

มอก. (2553). มอก.26000-2553 **แนวความรับผิดชอบต่อสังคม.** สืบค้นเมื่อวันที่ 26 กันยายน 2561 จาก http://www.iei.or.th/media/www/file/210/804211378728434.pdf

มัลลิกา ต้นสอน. (2544). **พฤติกรรมองค์การ.** กรุงเทพมหานคร : บริษัท ด่านสุทธาการพิมพ์ จำกัด.

รัชนี วงศ์สุมิต. (2547) **หลักการประชาสัมพันธ์.** ชลบุรี : มหาวิทยาลัยบูรพา.

ศศิกานต์ จรณะกรัณย์. (2561). **จากการแสดงความรับผิดชอบต่อสังคมถึงการสร้างคุณค่าร่วม: การอยู่ร่วมกันอย่างยั่งยืนของธุรกิจและสังคม.** วารสารบัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยราชภัฏจันทรเกษม ปีที่ 13 ฉบับที่ 1, หน้า 32 – 42.

วิรัช ลภิรัตนกุล. (2535). **การประชาสัมพันธ์ฉบับสมบูรณ์.** กรุงเทพฯ : จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.

สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม. (2556). ความรับผิดชอบต่อสังคมเพื่อการพัฒนาที่ยั่งยืน. กรุงเทพฯ: สถาบันธุรกิจเพื่อสังคม ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย.

สถาบันไทยพัฒน์ มูลนิธิบูรณะชนบทแห่งประเทศไทย ในพระบรมราชูปถัมภ์. (2555). **ความรับผิดชอบต่อสังคมของกิจการ (CSR).** สืบค้นเมื่อวันที่ 26 กันยายน 2564 จาก https://www.thaicsr.com/2006/03/blog-post_20.html

สานิตย์ หนูนิล. (2559). **การพัฒนาโมเดลความรับผิดชอบต่อสังคมเชิงกลยุทธ์เพื่อผลการดำเนินงานที่ยั่งยืนของธุรกิจโรงแรมในประเทศไทย.** วิทยานิพนธ์หลักสูตรปริญญาปรัชญาดุษฎีบัณฑิต สาขาวิชาการจัดการ บัณฑิตวิทยาลัย มหาวิทยาลัยศิลปากร.

สุทธิศักดิ์ ไกรสรสุธาสินี. (2550). **CSR มิติใหม่ในการบริหารธุรกิจ.** วารสารสื่อพลัง.

สำนักงานสภาพัฒนาการเศรษฐกิจและสังคมแห่งชาติ. (2564) เกี่ยวกับ SDGs. สืบค้น 25 สิงหาคม 2564, จาก https://sdgs.nesdc.go.th

ศูนย์พัฒนาความรับผิดชอบต่อสังคม. (2557). **ไขความหมายของการพัฒนาอย่างยั่งยืน.** ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทยและสถาบันพัฒนาธุรกิจอย่างยั่งยืน.

Adeyemo, S. A., Oyebamiji, F. F., & Alimi, K. O. (2013). **An evaluation of factors influencing corporate social responsibility in Nigerian manufacturing companies.** International Journal of Academic Research in Economics and Management Sciences, 2(6), 54-63.

Aguilera, R. V., Rupp, D. E., Williams, C. A., & Ganapathi, J. (2007). **Putting the S back in corporate social responsibility: A multilevel theory of social change in organizations.** Academy of management review, 32(3), 836-863.

Alafi, K., & Hasoneh, A. B. (2012). **Corporate social responsibility associated with customer satisfaction and financial performance a case study with Housing Banks in Jordan.** International Journal of Humanities and Social Science, 2(15), 102-115.

Ali, I., Rehman, K. U., Ali, S. I., Yousaf, J., & Zia, M. (2010**). Corporate social responsibility influences, employee commitment and organizational performance.** African journal of Business management, 4(13), 2796.

Alniacik, U., Alniacik, E., & Genc, N. (2011). **How corporate social responsibility information influences stakeholders' intentions.** Corporate social responsibility and environmental management, 18(4), 234-245.

Angelidis, J. P., & Ibrahim, N. A. (1993). **Social demand and corporate supply: a corporate social responsibility model.** Review of Business, 15(1), 7-10.

Aqueveque, C., & Ravasi, D. (2006, May). **Corporate reputation, affect, and trustworthiness: an explanation for the reputation-performance relationship.** In 10th Annual Corporate Reputation Institute Conference, New York, NY.

Astin, H. S. (1996). **Leadership for social change.** About campus, 1(3), 4-10.

Balabanis, G., Phillips, H. C., & Lyall, J. (1998). **Corporate social responsibility and economic performance in the top British companies: are they linked?.** European business review, 98(1), 25-44.

Baldwin, T. T., Bommer, W., & Rubin, R. S. (2013). **Managing organizational behavior: What great managers know and do.** McGraw-Hill Irwin.

Balmer, J. M. (2008**). Identity based views of the corporation: Insights from corporate identity, organisational identity, social identity, visual identity, corporate brand identity and corporate image.** European Journal of Marketing, 42(9/10), 879-906.

Barney, J. (1991). **Firm resources and sustained competitive advantage.** Journal of management, 17(1), 99-120.

_____. (2015). **Firm resources and sustained competitive advantage.** In International Business Strategy. Routledge.

Berman, S. L., Wicks, A. C., Kotha, S., & Jones, T. M. (1999). **Does stakeholder orientation matter? The relationship between stakeholder management models and firm financial performance.** Academy of Management journal, 42(5), 488-506.

Brammer, S., & Millington, A. (2005). **Corporate reputation and philanthropy: An empirical analysis.** Journal of business ethics, 61(1), 29-44.

Braverman, J. D. (1968). **Credibility theory: A probabilistic development.** Journal of Risk and Insurance. 35(3), 411-423.

Buchholtz, Ann K., & Archie B. Carroll. (2009). **Business & Society.** 7th ed. Canada: South-Western.

Carleton, K. L. (2009). **Framing sustainable performance with the Six-P.** Performance Improvement, 48(8), 37-44.

Carroll, A. B. (2005). **Stakeholder management: Background and advances.** The handbook of public affairs, 501-16.

Clarkson, M. E. (1995). **A stakeholder framework for analyzing and evaluating corporate social performance.** Academy of management review, 20(1), 92-117.

Chapardar, H., & Khanlari, R. (2011). **Iranian corporations and corporate social responsibility: An overview to adoption of CSR themes.** Sage Open, 1(3), 1-15.

Chun, R. (2005). **Corporate reputation: Meaning and measurement.** International Journal of Management Reviews, 7(2), 91-109.

Colquitt, J., Lepine, J. A., Wesson, M. J., & Gellatly, I. R. (2011**). Organizational behavior: Improving performance and commitment in the workplace (Vol. 375).** New York, NY: McGraw-Hill Irwin.

Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2017). **Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches.** Sage publications.

Cvelbar, L. K., & Dwyer, L. **An importance–performance analysis of sustainability factors for long-term strategy planning in Slovenian hotel.** Journal of Sustainable Tourism, 21(3), 487-504.

Daft, R. L. (2010). New era of management. USA: Cengage Learning.

_____. (2014). **The leadership experience. Cengage Learning.**

Dahlsrud, A. (2008). **How corporate social responsibility is defined: an analysis of 37 definitions.** Corporate social responsibility and environmental management, 15(1), 1-13.

Daum, J. H. (2003). **Intangible assets and value creation.** John Wiley & Sons.

Diamantopoulos, A., Siguaw, J. A., & Cadogan, J. W. (2000). **Export performance: The impact of cross-country export market orientation.** In American Marketing Association. Conference Proceedings, (Vol. 11, p. 177). American Marketing Association.

Doherty, B., Thompson, J., Meehan, J., Meehan, K., & Richards, A. (2006). **Corporate social responsibility: the 3C‐SR model.** International journal of social economics, 33(5/6), 386-398.

Dowling, G., & Moran, P. (2012). **Corporate reputations: built in or bolted on.** California Management Review, 54(2), 25-42.

Du, S., Swaen, V., Lindgreen, A., & Sen, S. (2013). **The roles of leadership styles in corporate social responsibility.** Journal of business ethics, 114(1), 155-169.

Dutton, J. E., & Dukerich, J. M. (1991). **Keeping an eye on the mirror: Image and identity in organizational adaptation.** Academy of management journal, 34(3), 517-554.

Dutton, J. E., Dukerich, J. M., & Harquail, C. V. (1994). **Organizational images and member identification.** Administrative science quarterly, 239-263.

Elkington, J. (2007). **Enter the triple bottom line. In The triple bottom line (pp. 23-38).** Routledge.

Fombrun, C., & Shanley, M. (1990). **What's in a name? Reputation building and corporate strategy.** Academy of management Journal, 33(2), 233-258.

Freeman, R. E., & Reed, D. L. (1983). **Stockholders and stakeholders: A new perspective on corporate governance.** California management review, 25(3), 88-106.

Galbreath, J., & Shum, P. (2012). **Do customer satisfaction and reputation mediate the CSR–FP link.** Evidence from Australia. Australian Journal of Management, 37(2), 211-229.

Galbreath, J., & Galvin, P. (2008). **Firm factors, industry structure and performance variation: New empirical evidence to a classic debate.** Journal of business research, 61(2), 109-117.

Gardberg, N. A., & Fombrun, C. J. (2006). **Corporate citizenship: Creating intangible assets across institutional environments.** Academy of management Review, 31(2), 329-346.

Garriga, E., & Melé, D. (2004). **Corporate social responsibility theories: Mapping the territory.** Journal of business ethics, 53(1-2), 51-71.

Gibson, J., Ivancevich, J., & Konopaske, R. (2011). **Organizations: Behavior, structure, processes.** McGraw-Hill Higher Education.

Glavas, A., & Kelley, K. (2014). **The effects of perceived corporate social responsibility on employee attitudes.** Business Ethics Quarterly, 24(2), 165-202.

Goel, P. (2010). **Triple Bottom Line Reporting: An Analytical Approach for Corporate Sustainability.** Journal of Finance, Accounting & Management, 1(1).

Goldsmith, R. E., Lafferty, B. A., & Newell, S. J. (2000a). **The impact of corporate credibility and celebrity credibility on consumer reaction to advertisements and**

brands. Journal of advertising, 29(3), 43-54.

Goldsmith, R. E., Lafferty, B. A., & Newell, S. J. (2000b). **The influence of corporate credibility on consumer attitudes and purchase intent.** Corporate reputation review, 3(4), 304-318.

Gond, J. P., El-Akremi, A., Igalens, J., & Swaen, V. (2010). **Corporate social responsibility influence on employees.** International Center for Corporate Social Responsibility, 54, 1-47.

Grant, R. M. (1991). **The resource-based theory of competitive advantage: implications for strategy formulation.** California management review, 33(3), 114-135.

Gray, E. R., & Balmer, J. M. (1998). **Managing corporate image and corporate reputation.** Long range planning, 31(5), 695-702.

Gray, R., & Milne, M. (2004). **Towards reporting on the triple bottom line: mirages, methods and myths.** The triple bottom line: Does it all add up. 70-80.

Greening, D. W., & Turban, D. B. (2000). **Corporate social performance as a competitive advantage in attracting a quality workforce.** Business & society, 39(3), 254-280.

Gürhan-Canli, Z., & Batra, R. (2004). **When corporate image affects product evaluations: The moderating role of perceived risk**. Journal of marketing research, 41(2), 197-205.

Hall, R. (1992). **The strategic analysis of intangible resources.** Strategic management Journal, 13(2), 135-144.

Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., Anderson, R. E., & Tatham, R. L. (2006). **Structural equation modeling: An introduction**. Multivariate data analysis. 6th Edition. New Jersey: Pearson Prentice Hall, 752-753.

Hart, S. L. (1995). **A natural-resource-based view of the firm.** Academy of management review, 20(4), 986-1014.

Hillman, A. J., & Keim, G. D. (2001). **Shareholder value, stakeholder management, and social issues: What's the bottom line?.** Strategic management journal, 22(2), 125-139.

Hoelter, J. W. (1983). **The analysis of covariance structures: Goodness-of-fit indices.** Sociological Methods & Research, 11(3), 325-344.

Hoejmose, S., Brammer, S., & Millington, A. (2013). **An empirical examination of the relationship between business strategy and socially responsible supply chain management.** International Journal of Operations & Production Management.

Hutton, R. Bruce, David B. Cox, Maclyn L. Clouse, John Gaensbauer, & Britt D. **Banks. The role of sustainable development in risk assessment and management for multinational corporations.**"Multinational Business Review, 15(1), 1-46.

Jones, G.R. & George, J.M. (2016). **Contemporary management.** (9th ed.). New York, NY: McGraw-Hill/ Irwin.

Jones, R. (2005). **Finding sources of brand value: Developing a stakeholder model of brand equity.** Journal of brand management, 13(1), 10-32.

Kang, K.H., Lee, S. & Huh, C. (2010). **Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company performance in the hospitality industry.** International journal of hospitality management, 29(1), 72-82.

Karp, T. (2003). **Socially responsible leadership.** foresight. Vol. 5 No. 2, pp. 15-23.

Kashyap, R., Mir, R., & Mir, A. (2004). **Corporate social responsibility: a call for multidisciplinary inquiry.** Journal of Business & Economics Research (JBER), 2(7).

Khojastehpour, M. & Johns, R. (2014). **The effect of environmental CSR issues on \ resource based view of the firm.** Management decision, 45(9), 1510-1524.

Kuo, C. I. (2012). **Corporate Social Responsibility: The Opportunity of Strategic Organization Change.** Doctor of Philosophy in Organization Development, Benedictine University.

Lai, C.S., Chiu, C.J., Yang, C.F. & Pai, D.C. (2010). **The effects of corporate social responsibility on brand performance: The mediating effect of industrial brand equity and corporate reputation.** Journal of business ethics, 95(3), 457-469.

Lamond, D., Dwyer, R., Arendt, S. & Brettel, M. (2010). **Understanding the influence of corporate social responsibility on corporate identity, image, and firm performance.** Management Decision, 48(10), 1469-1492.

Lapina, I., Borkus, I., & Starineca, O. (2012). **Corporate social responsibility and creating shared value: Case of Latvia.** World Academy of Science, Engineering and

Technology, 6, 1605-1611.

Law, K. M. (2010). **Factors affecting sustainability development: high-tech manufacturing firms in Taiwan.** Asia Pacific Management Review, 15(4), 619-633.

Lee, E.M., Park, S.Y. & Lee, H.J. (2013). **Employee perception of CSR activities: Its Antecedents and consequences**. Journal of business research, 66(10), 1716-1724.

Lee, K. H. (2007). **Corporate social responsiveness in the Korean electronics industry.** Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 14(4), 219-230.

Lin, C. H., Yang, H. L., & Liou, D. Y. (2009). **The impact of corporate social responsibility on financial performance: Evidence from business in Taiwan.** Technology in Society, 31(1), 56-63.

Lin, C.P., Lyau, N.M., Tsai, Y.H., Chen, W.Y. & Chiu, C.K. (2010). **Modeling corporate citizenship and its relationship with organizational citizenship behaviors.** Journal of Business Ethics, 95(3), 357-372.

Luo, X., & Bhattacharya, C.B. (2006). **Corporate social responsibility, customer satisfaction, and market value.** Journal of Marketing, 70(4), 1-18.

Maak, T., & Pless, N. M. (2006). **Responsible leadership: A relational approach (pp. 53-73).** Routledge.

Mackiewicz, A. (1993). **The economist intelligence unit guide to building a global image.** McGraw-Hill Companies.

McWilliams, A., & Siegel, D. S. (2011). **Creating and capturing value: Strategic corporate social responsibility, resource-based theory, and sustainable competitive advantage.** Journal of management, 37(5), 1480-1495.

McWilliams, A., Siegel, D.S. & Wright, P.M. (2006). **Corporate social responsibility: Strategic implications.** Journal of management studies, 43(1), 1-18.

Miles, M.P. & Covin, J.G. (2000). **Environmental marketing: A source of reputational, competitive, and financial advantage.** Journal of business ethics, 23(3), 299-311.

Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). **Toward a theory of stakeholder identification and salience: Defining the principle of who and what really counts.** Academy of management review, 22(4), 853-886.

Mishra, S., & Suar, D. (2010a). **Do stakeholder management strategy and salience influence corporate social responsibility in Indian companies.** Social Responsibility Journal, 6(2), 306-327.

Mishra, S., & Suar, D. (2010b). **Does corporate social responsibility influence firm Performance of Indian companies?.** Journal of business ethics, 95(4), 571-601.

Nejati, M., & Ghasemi, S. (2012). **Corporate social responsibility in Iran from the perspective of employees.** Social Responsibility Journal, 8(4), 578-588.

Newell, S. J., & Goldsmith, R. E. (2001). **The development of a scale to measure perceived corporate credibility.** Journal of business research, 52(3), 235-247.

Orlitzky, M., Schmidt, F.L. & Rynes, S.L. (2003). **Corporate social and financial performance: A meta-analysis.** Organization studies, 24(3), 403-441.

Pearce II, John A., & Richard B. Robinsons, Jr. (2009). **Strategic Management.** 7th ed. Boston: McGrawHill.

Petrick, J. A., Scherer, R. F., Brodzinski, J. D., Quinn, J. F., & Ainina, M. F. (1999). **Global leadership skills and reputational capital: Intangible resources for sustainable competitive advantage.** Academy of Management Perspectives, 13(1), 58-69.

Pérez, A. (2015). **Corporate reputation and CSR reporting to stakeholders. Corporate Communications: An International Journal, 20(1), 11-29.**

Pfau, M., Haigh, M. M., Sims, J., & Wigley, S. (2008). **The influence of corporate social responsibility campaigns on public opinion.** Corporate Reputation Review, 11(2), 145-154.

Pless, N. M. (2007). **Understanding responsible leadership: Role identity and motivational drivers.** Journal of Business Ethics, 74(4), 437-456.

Pluemworasawat, P., & Chotiyaputta, V. (2015). **Leadership and Corporate sustainability: A case study of Thai SMEs.** Panyapiwat Journal, 7(3), 103-116.

Porter, M.E. & Kramer, M.R. (2006). **The link between competitive advantage andcorporate social responsibility.** Harvard business review, 84(12), 78-92.

Rettab, B., Brik, A. B., & Mellahi, K. (2009). **A study of management perceptions of the impact of corporate social responsibility on organizational performance in emerging economies: the case of Dubai.** Journal of Business Ethics, 89(3), 371-390.

Robbins, S.P., DeCenzo, D., & Coulter, M. (2015). **Fundamentals of management: essential concept and applications.** (9th ed.). Pearson: Global Edition.

Roberts, P. W., & Dowling, G. R. (2002). **Corporate reputation and sustained superior financial performance.** Strategic management journal, 23(12), 1077-1093.

Salehi, M., & Azary, Z. (2009). **Stakeholders' perceptions of corporate social responsibility: Empirical evidences from Iran.** International Business Research, 2(1), 63-72.

Schwaiger, M. (2004). **Components and parameters of corporate reputation—An empirical study.** Schmalenbach business review, 56(1), 46-71.

Schumacker, R. E., & Lomax, R. G. (1996). **A beginner's guide to structural equation modeling.** Mahwah, NJ: L. L. Erlbaum Associates.

Sharfman, M. P., Pinkston, T. S., & Sigerstad, T. D. (2000). **The effects of managerial values on social issues evaluation: An empirical examination.** Business & Society, 39(2), 144-182.

Shen, C.H., & Chang, Y. (2008). Does corporate social responsibility improve financial performance? Evidence from FTSE4GOOD UK index. **Academic Economic Papers.** 36(3), 341-385.

Shrivastava, P. (1995). **The role of corporations in achieving ecological sustainability.** Academy of management review, 20(4), 936-960.

Sobel, J. (1985). **A theory of credibility.** The Review of Economic Studies, 52(4), 557-573.

Srisuphaolarn, P. (2013). **From altruistic to strategic CSR: how social value affected CSR development–a case study of Thailand.** Social Responsibility Journal, 9(1), 56-75.

Sweeney, L. (2009). **A study of current practice of corporate social responsibility (CSR) and an examination of the relationship between CSR and financial performance using structural equation modelling (SEM).** Doctoral Thesis. Dublin, Dublin Institute of Technology. doi:10.21427/D79C7F

Székely, F. & Knirsch, M. (2005). **Responsible leadership and corporate social responsibility: Metrics for sustainable performance.** European Management Journal, 23(6), 628-647.

Taghian, M., D'Souza, C. & Polonsky, M. (2015). **A stakeholder approach to corporate social responsibility, reputation and business performance.** Social Responsibility Journal, 11(2), 340-363.

Tom Karp. (2003). **Socially responsible leadership.** Foresight, 5 (2), 15-23.

Turban, D. B., & Greening, D. W. (1997). **Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees.** Academy of management journal, 40(3), 658-672.

Urip, Sri. (2010). **CSR Strategies: Corporate Social Responsibility for a Competitive Edge in Emerging Markets.** Singapore; John Wiley & Sons (Asia) Pte. Ltd.

Van Beurden, P., & Gössling, T. (2008). **The worth of values–a literature review on the relation between corporate social and financial performance.** Journal of business ethics, 82(2), 407.

Viralul, B., K. Koonrnee, & N, G. McLean. (2009). **CSR activities in award-winning Thai companies.** Social Responsibility Journal 5(2), 178-199.

Virakul, B., & Russ-Eft, D. F. (2019). **A model for business responses to global challenges and sustainable development.** Social Responsibility Journal, 16(2), 199-224.

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.

Wagner, W. (2006). **The social change model of leadership: A brief overview.** Leadership, 11, 8-10.

Wang, D. H. M., Chen, P. H., Yu, T. H. K., & Hsiao, C. Y. (2015). **The effects of corporate social responsibility on brand equity and firm performance**. Journal of business research, 68(11), 2232-2236.

Wang, H., Tsui, A.S. & Xin, K.R. (2011). **CEO leadership behaviors, organizational performance, and employees' attitudes.** The leadership quarterly, 22(1), 92-105.

Wang, S., Huang, W., Gao, Y., Ansett, S., & Xu, S. (2015). **Can socially responsible leaders drive Chinese firm performance?.** Leadership & Organization Development Journal, 36(4), 435-450.

Waldman, D.A. (2007). **Best practices in leading at strategic levels: A social responsibility perspective.** The practice of leadership: Developing the next generation of leaders, 224-243.

Waldman, D. A., & Galvin, B. M. (2008). **Alternative perspectives of responsible leadership.** Organizational Dynamics, 37(4), 327-341.

Waldman, D. A., De Luque, M. S., Washburn, N., House, R. J., Adetoun, B., Barrasa, A., ... & Dorfman, P. (2006). **Cultural and leadership predictors of corporate social responsibility values of top management: A GLOBE study of 15 countries.** Journal of International Business Studies, 37(6), 823-837.

Weiers, R. M. (2005). **Introduction to Business Statistics.** International Student Edition.

Zahra, S.A. & LaTour, M.S. (1987). **Corporate social responsibility and organizational effectiveness: A multivariate approach.** Journal of Business Ethics, 6(6), 459-467.

Zheng, D. (2011). **The impact of employees' perception of corporate social responsibility on job attitudes and behaviors: A study in China (Doctoral dissertation, Singapore Management University (Singapore)).**