

องค์ประกอบการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวของนักวิ่งมาราธอนใน จังหวัดภูเก็ต

Green Festival Involvement Factors of Marathon Runners in Phuket

วันที่รับบทความ: 22 มิ.ย. 65

วันที่แก้ไขบทความ: 13 ส.ค. 65

วันที่ตอบรับ: 30 ส.ค. 65

ภัทร์ธมนต์ พลรงค์¹

Phattamon Polrong¹

ประสพชัย พสุนนท์²

Prasopchai Pasunon²

บทคัดย่อ

การวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวของนักวิ่งมาราธอนในจังหวัดภูเก็ต กลุ่มตัวอย่างเป็นนักวิ่งซึ่งมีประสบการณ์เข้าร่วมงานอีเวนต์มาราธอนในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 328 คน โดยใช้วิธีเลือกตามสะดวก เครื่องมือเป็นแบบวัดการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียว จำนวน 13 ข้อ เป็นมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ วิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันลำดับที่สองด้วยโปรแกรมเอมอส ผลการวิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ เรียงลำดับความสำคัญจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐานของน้ำหนักมากที่สุดไปหาน้อยที่สุด ดังนี้ 1) การออกแบบ

¹บ.ม. (การจัดการการท่องเที่ยว) มหาวิทยาลัยสงขลานครินทร์ (2558) ปัจจุบันเป็น อาจารย์ประจำ สาขาวิชาบริหารธุรกิจ คณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยราชภัฏภูเก็ต

¹M.B.A. (Tourism Management), Prince of Songkla University, (2015). Currently a Lecturer in Business Administration Program, Faculty of Management Science, Phuket Rajabhat University.

²ปร.ด. (การจัดการ) มหาวิทยาลัยศิลปากร (2548) ปัจจุบันเป็น รองศาสตราจารย์ ประจำคณะวิทยาการจัดการ มหาวิทยาลัยศิลปากร

²Ph.D (Management), Silpakorn University, (2005). Currently a Associate Professor in Faculty of Management Science, Silpakorn University.

สีเขียวและการจัดการของเสีย (GD) 2) สภาพแวดล้อมสีเขียวและกิจกรรม (GE) และ 3) อาหารสีเขียว (GF) ตามลำดับ โมเดลมีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ มีค่าสถิติไค-สแควร์ เท่ากับ 49.418 ค่า df เท่ากับ 44 ค่าไค-สแควร์สัมพัทธ์ เท่ากับ 1.123 ดัชนี GFI เท่ากับ 0.978 ดัชนี AGFI เท่ากับ 0.954 ค่า RMSEA เท่ากับ 0.019 และ RMR เท่ากับ 0.045

คำสำคัญ : เทศกาลสีเขียว นักวิ่งมาราธอน

Abstract

This research aimed to analyze the confirmatory factor of green festival involvement of marathon runners in Phuket. The sample consisted of 328 runners who have marathon experience in Phuket. Runners were selected by convenience sampling. The research instrument was a green festival involvement, it's contained 13 items, and all items measured on a seven-point rating scale. The second-order confirmatory factor analysis involved the use of AMOS. Result indicated that green festival involvement of marathon runners in Phuket consisted of 3 factors. The standardized regression weight ranking from the highest to the lowest were 1) green design and wastes management (GD), 2) green environment and activity (GE), and 3) green food (GF). The model was consistent with the empirical data. Goodness of fit statistics found were: $\chi^2 = 49.418$, $df = 44$, relative $\chi^2 = 1.123$, $GFI = 0.978$, $AGFI = 0.954$, $RMSEA = 0.019$, and $RMR = 0.045$

Keywords: Green Festival, Marathon Runner

บทนำ

องค์การสหประชาชาติ (United Nations) กำหนดเป้าหมายการพัฒนาที่ยั่งยืน (Sustainable Development Goals: SDGs) 17 ประการ สำหรับวงการกีฬาถูกคาดหวังว่าเป็นตัวขับเคลื่อนสำคัญที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาที่ยั่งยืน (United Nations, 2015) แต่อย่างไรก็ตามงานอีเวนต์ทางการกีฬาส่วนใหญ่สร้างผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น และมีส่วนทำลายสิ่งแวดล้อม เนื่องจากการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Bernard et al., 2021) ดังนั้นจึงมีการนำแนวคิดความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือแนวคิดสีเขียว (Eco-friendly or Green) มาใช้ในงานอีเวนต์ทางการกีฬา เพื่อลดผลกระทบทางสิ่งแวดล้อม (Sultana, Parvez, Khan, & Jalil, 2020) เช่น งานแฟรงก์เฟิร์ต มาราธอน ที่มีการลงทุนเพื่อจัดงานให้มีความยั่งยืนต่อสิ่งแวดล้อม (Köneck et al., 2021)

สำหรับจังหวัดภูเก็ต ได้จัดงานซูเปอร์สปอร์ตลา구나ภูเก็ตมาราธอน เป็นงานอีเวนต์มาราธอนชั้นนำในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ ที่ต้อนรับนักวิ่งกว่า 15,000 คน จาก 70 ประเทศทั่วโลก สร้างรายได้กว่า 291.58 ล้านบาท ในปี พ.ศ. 2562 แม้ว่าจะได้รับผลกระทบจากสถานการณ์การแพร่ระบาดของโรคติดเชื้อไวรัสโคโรนา 2019 (COVID-19) แต่ยังคงมีนักวิ่งเข้าร่วมการแข่งขันกว่า 8,000 คน ในปี พ.ศ. 2563 (The Phuket News, 2020)

อย่างไรก็ตามพบว่ามีผลการศึกษาเพียงเล็กน้อยเกี่ยวกับการบริการสีเขียวในบริบทของงานอีเวนต์มาราธอน อีกทั้งงานวิจัยเกี่ยวกับความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมหรือสีเขียวในอุตสาหกรรมท่องเที่ยวและบริการ พบว่า ผลการศึกษาแสดงถึงความสัมพันธ์ระหว่างการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม การรับรู้ และพฤติกรรมความตั้งใจ แต่ทว่ายังมีผลการศึกษาเพียงเล็กน้อยเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมกับแนวคิดสีเขียว (Gao, Mattila, & Lee, 2016; Mascarenhas, Pereira, Rosado, & Martins, 2021) ซึ่งตามทฤษฎีการมีส่วนร่วม ขอมรับว่าการมีส่วนร่วมนั้นเป็นสภาวะของแรงจูงใจที่กระตุ้นให้คนเข้าร่วม เพื่อให้ได้มาซึ่งสินค้าและบริการ (Zaichkowsky, 1985) ดังนั้นการเข้าใจบทบาทการมีส่วนร่วมส่วนบุคคล (Personal Involvement) กับคุณลักษณะสีเขียวและกิจกรรมที่นำเสนอโดยผู้ให้บริการ จึงควรศึกษาเกี่ยวกับความยั่งยืนด้านสิ่งแวดล้อมและการบริการ

จากเหตุผลข้างต้น การวิจัยนี้จึงมุ่งศึกษาในบริบทของการบริการในงานอีเวนต์มาราธอน โดยวิเคราะห์องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมสีเขียวของนักวิ่งในงานอีเวนต์

มาราธอน จังหวัดภูเก็ต ซึ่งผลการศึกษามีประโยชน์เชิงวิชาการ โดยสามารถใช้เป็นเครื่องมือการวิจัยรองรับงานวิจัยทางด้านเทศกาลสีเขียวในอนาคต อีกทั้งยังมีประโยชน์เชิงวิชาชีพ ผู้จัดงานอีเวนต์สามารถใช้เป็นข้อมูลประกอบการวางแผนการจัดงานที่ส่งเสริมการมีส่วนร่วมสีเขียวของนักวิ่งในงานอีเวนต์มาราธอนหรืองานอีเวนต์รูปแบบอื่นๆ

วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อวิเคราะห์ห้วงองค์ประกอบเชิงยั่งยืนของการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวของนักวิ่งมาราธอนในจังหวัดภูเก็ต

ทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

เทศกาลสีเขียว (Green Festival)

งานอีเวนต์ (Event) นับเป็นสิ่งที่กระตุ้นที่สำคัญทางการท่องเที่ยว จึงถูกกำหนดในแผนพัฒนาการตลาดทางการท่องเที่ยวของประเทศจุดหมายปลายทาง (Getz, 2008) อีเวนต์และเทศกาลพิเศษถูกจัดขึ้นมากมาย เพื่อเป็นเครื่องมือในการพัฒนาท้องถิ่น สร้างผลประโยชน์ทางเศรษฐกิจ และนำไปสู่การอยู่ดีมีสุขในชุมชนท้องถิ่น (Chirieleison & Scrucca, 2017; Zhao & Wise, 2019) แต่อย่างไรก็ตามการจัดงานอีเวนต์เหล่านี้ก่อให้เกิดผลกระทบด้านลบหลายประการ ได้แก่ การสูญเสียพลังงาน มลพิษ และความแออัด โดยเฉพาะงานอีเวนต์ทางการกีฬาขนาดใหญ่ที่ส่งผลกระทบต่อชุมชนท้องถิ่น (Kim, Jun, Walker, & Drane, 2015; Dendura, 2020) ผู้จัดงานอีเวนต์จึงนำแนวคิดสีเขียวมาปรับใช้เพื่อลดผลกระทบด้านลบ และสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน (Sultana et al, 2020) ในขณะที่ช่วงนี้ผู้บริโภคเริ่มตระหนักถึงความเสื่อมโทรมของสภาพแวดล้อม จึงก่อให้เกิดการเปลี่ยนแปลงวิถีชีวิตและกิจกรรมทางธุรกิจ นำไปสู่การเกิดตลาดสีเขียว (Whitfield & Dioko, 2011; Larson, Stedman, Cooper, & Decker, 2015) โดย Laing and Frost (2010) ให้คำนิยามงานอีเวนต์สีเขียว (Green Event) คือ งานอีเวนต์ที่มีนโยบายความยั่งยืนหรือรวมแนวทางปฏิบัติที่ยั่งยืนในการจัดการและการดำเนินงาน ไม่เพียงรับผิดชอบด้านสิ่งแวดล้อมเท่านั้น

แต่รวมถึงด้านสังคมและด้านเศรษฐกิจด้วย อีกทั้ง Wong, Wan, and Qi (2015) เสนอว่า คุณลักษณะในงานเทศกาลสีเขียว ไม่เพียงแสดงออกในรูปแบบอาหารสีเขียว (Green Food) แต่ยังแสดงออกในรูปแบบการออกแบบสีเขียวและการจัดการของเสีย (Green Design and Waste Management) และสภาพแวดล้อมสีเขียวและกิจกรรม (Green Environment and Activity)

อาหารสีเขียว ประกอบด้วย อาหารออร์แกนิก อาหารมังสวิรัต และอาหารในท้องถิ่นตามฤดูกาล (Cozzio, Orlandi, & Zardini, 2018; Grech, Howse, & Boylan, 2020) อีกทั้ง Iraldo, Testa, Lanzini, and Battaglia (2017) อธิบายว่า การลงทุนในผลิตภัณฑ์อาหารออร์แกนิก ร่วมกับการสร้างความตระหนักรู้ สามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน และสร้างผลประโยชน์ที่ดี รวมทั้ง Chen and Tsai (2020) อธิบายเพิ่มเติมว่า ผู้บริโภคที่เชื่อมั่นในอาหารออร์แกนิกจะยึดมั่นในหลักการด้านสิ่งแวดล้อมและจริยธรรม ทำให้มีพฤติกรรมการซื้อเพิ่มมากขึ้น และงานเทศกาลสามารถนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการบริโภคอาหารออร์แกนิกและอาหารในท้องถิ่น เช่น งานแฟรงก์เฟิร์ต มาราชอน จัดให้มีบริการอาหารออร์แกนิกสำหรับนักวิ่งและผู้ชมทั้งในระหว่างการแข่งขันและหลังการแข่งขัน (Könecke et al., 2021)

การออกแบบสีเขียวในงานอีเวนต์ ควรออกแบบและตกแต่งสถานที่จัดงานด้วยวัสดุที่ใช้ซ้ำได้ และย่อยสลายเอง (Sultana et al., 2020; Ye, Su, Tsai, & Hung, 2020) สำหรับการจัดการของเสีย มีการนำแนวคิดขยะเหลือศูนย์ (Zero Waste) มาปรับใช้ โดยมีเป้าหมายคือ การป้องกัน การลด การนำผลิตภัณฑ์กลับมาใช้ใหม่ การบำบัดของเสีย และการกำจัดของเสีย (Collins, Flynn, Munday, & Roberts, 2007; Hottle, Bilec, Brown, & Landis, 2015) เช่น การจัดทำเสื้อยืดสำหรับนักวิ่งและอาสาสมัครจากโพลีเอสเตอร์รีไซเคิล เพื่อช่วยลดการปล่อยก๊าซเรือนกระจก (Konecke et al., 2021) อีกทั้ง Martinho et al. (2018) ที่อธิบายว่า ปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในงานเทศกาลสีเขียว นั้นต่ำกว่างานเทศกาลอื่นๆ เนื่องจากการจัดการขยะมูลฝอยที่เกิดขึ้นภายในงาน รวมทั้ง Zelenika, Moreau, and Zhao (2018) เสนอว่าอาสาสมัครหรือเจ้าหน้าที่ที่สามารถช่วยลดการปนเปื้อนและจัดการขยะภายในงาน เพื่อให้ผู้จัดงานบรรลุเป้าหมายขยะเหลือศูนย์

สภาพแวดล้อมสีเขียวและกิจกรรมผู้จัดงานมีการนำเสนอการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม เช่น การใช้รถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีบริการรถขนส่งสาธารณะฟรีภายในงาน และการแนะนำให้เดินทางร่วมกัน (Könecke et al., 2021) อีกทั้ง Bjerke and Naess (2021) อธิบายเพิ่มเติมว่า โลจิสติกส์สีเขียว เป็นองค์ประกอบที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาอีเวนต์ทางการกีฬาสีเขียว รวมทั้ง Ye et al. (2020) เสนอว่า รัฐบาลควรส่งเสริมการใช้ระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการเดินทาง และลดมลพิษทางอากาศ นอกจากนี้พบว่า นักวิ่งให้ความสำคัญด้านความยั่งยืนของสิ่งแวดล้อม และมีความเต็มใจจ่ายค่าธรรมเนียมการเข้าร่วมงานเพิ่มมากขึ้น (Krugell & Saayman, 2013; Triantafyllidis & Kaplanidou, 2019)

ทฤษฎีการมีส่วนร่วม (The theory of involvement)

ทฤษฎีการมีส่วนร่วมเป็นผลจากการวิจัยการตลาดในปี ค.ศ. 1970 โดยมุ่งเน้นไปที่การประมวลผลของสมองและการมีปฏิสัมพันธ์กับสื่อเป็นหลัก มีการนำทฤษฎีมาประยุกต์ใช้กับผลิตภัณฑ์และบริการในส่วนที่เกี่ยวข้องกับการมีส่วนร่วมของผู้บริโภคแต่ละราย (Krugman, 1971; Bloch & Richins, 1983) โดย Zaichkowsky (1985) การมีส่วนร่วมส่วนบุคคล สามารถสะท้อนระดับการอุทิศตนในกิจกรรมที่มีความเกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์และประสบการณ์ (Gross & Brown, 2008) การมีส่วนร่วมส่วนบุคคล หมายถึง สถานะของความตื่นตัว แรงจูงใจ และความสนใจต่อวัตถุประสงค์ ได้แก่ ผลิตภัณฑ์ การบริการ และกิจกรรม (Zaichkowsky, 1985) ซึ่งระดับการมีส่วนร่วมขึ้นอยู่กับความเกี่ยวข้องส่วนบุคคลที่มีต่อผลิตภัณฑ์นั้น การมีส่วนร่วมในการซื้อสูง หมายถึง สิ่งนั้นมีความสำคัญต่อผู้บริโภคเป็นอย่างมาก (Schiffman & Lazar, 2004) อีกทั้งการมีส่วนร่วมในเทศกาลอาหารสีเขียวมีอิทธิพลต่อการรับรู้ (Wong et al., 2015) รวมทั้งการมีส่วนร่วมยังส่งผลกระทบต่อภาพลักษณ์ของจุดหมายปลายทาง (Jeong, Yu, & Kim, 2020) จึงสรุปได้ว่า ผู้เข้าร่วมงานมีส่วนร่วมส่วนบุคคลในการบริการสีเขียวที่นำเสนอโดยผู้ให้บริการ โดยมีจำนวนและรายละเอียดขององค์ประกอบแต่ละด้านขึ้นอยู่กับบริบทของงานอีเวนต์

สืบเนื่องจากจังหวัดภูเก็ตเป็นเมืองท่องเที่ยวระดับโลก (The Nation, 2021) และมีศักยภาพรองรับการจัดงานอีเวนต์มาราธอนชั้นนำในเอเชียตะวันออกเฉียงใต้ (The Phuket News, 2020) ประกอบกับการศึกษาเกี่ยวกับการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวในบริบทงานอีเวนต์มาราธอนยังมีเพียงเล็กน้อย จึงทำให้ผู้วิจัยศึกษาเรื่ององค์ประกอบการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวของนักวิ่งมาราธอนในจังหวัดภูเก็ต

กรอบแนวคิด

จากการทบทวนวรรณกรรม แนวคิด ทฤษฎี ผู้วิจัยพบว่า การมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียว เกิดขึ้นจากการมีส่วนร่วมส่วนบุคคลของผู้เข้าร่วมงานกับการบริการที่นำเสนอโดยผู้จัดงาน ซึ่งมีความสอดคล้องกับโมเดลการมีส่วนร่วมเทศกาลอาหารสีเขียวของ Wong et al. (2015) ที่สรุปว่า ผู้เข้าร่วมงานที่ให้ความสำคัญกับคุณลักษณะสีเขียวจะมีส่วนร่วมส่วนบุคคลผ่านบริการในงานเทศกาลอาหารสีเขียว จึงนำผลสรุปการศึกษามำกำหนดกรอบแนวคิดในการวิจัยนี้ แสดงดังภาพที่ 1



ภาพที่ 1 กรอบแนวคิดในการวิจัย

ที่มา: ปรับมาจาก Wong et al. (2015)

ระเบียบวิธีการวิจัย

ประชากรและกลุ่มตัวอย่าง

ประชากรในการวิจัยนี้คือ นักวิ่งซึ่งเคยเข้าร่วมงานอีเวนต์มาราธอนในจังหวัดภูเก็ตอย่างน้อย 1 ครั้ง และกำหนดขนาดตัวอย่าง โดยอ้างอิงเกณฑ์ของ Hair, Black, Babin, and Anderson (2010) ที่เสนอว่า ขนาดตัวอย่างที่ดีควรเป็น 20 เท่าของตัวแปรที่ต้องการวิเคราะห์ในการวิจัยนี้ทั้งหมด 13 ตัวแปร ดังนั้นกลุ่มตัวอย่างที่ดีควรมีขนาดไม่น้อยกว่า 260 คน

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

การพัฒนาแบบวัดได้ใช้แนวทางของ Wong et al. (2015) ร่วมกับแนวคิด ทฤษฎี และงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับประเด็นการมีส่วนร่วมในเทศกาลสีเขียวของนักวิ่งมาราธอน และเรียบเรียงข้อคำถามให้มีความเหมาะสมกับบริบท ประกอบด้วยองค์ประกอบ 3 ด้าน คือ 1) ด้านอาหารสีเขียว จำนวน 3 ข้อ 2) ด้านการออกแบบสีเขียวและการจัดการของเสีย จำนวน 5 ข้อ และ 3) ด้านสภาพแวดล้อมสีเขียวและกิจกรรม จำนวน 5 ข้อ ดังนั้นรวมข้อคำถามการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวเท่ากับ 13 ข้อ เป็นแบบมาตราส่วนประมาณค่า 7 ระดับ โดยระดับ 1 หมายถึง ไม่สำคัญ จนถึง ระดับ 7 หมายถึง สำคัญมากที่สุด

การตรวจสอบความเที่ยงตรง (Validity) ของเครื่องมือใช้วิธีนำแบบสอบถามเสนอผู้เชี่ยวชาญด้านอีเวนต์และการท่องเที่ยวเชิงนิเวศน์ จำนวน 3 ท่าน เพื่อพิจารณาความเที่ยงตรงเชิงเนื้อหา (Content Validity) ผลการพิจารณาพบว่า ข้อคำถาม จำนวน 13 ข้อ มีความเที่ยงตรงของเนื้อหาครอบคลุมในแต่ละด้านและสอดคล้องกับบริบทของนักวิ่งมาราธอน ผลการวัดค่าดัชนีความสอดคล้องของข้อคำถามแต่ละข้อกับวัตถุประสงค์ (Index of Item-Objective Congruence: IOC) ทุกข้อมีค่าเท่ากับ 1 แสดงว่ามีความเที่ยงตรงของเนื้อหา (Pasunon, 2015)

การตรวจสอบความเชื่อมั่น (Reliability) ของเครื่องมือใช้วิธีนำแบบสอบถามไปทดลองใช้ (Try-out) กับนักวิ่งที่เคยเข้าร่วมงานวิ่งในจังหวัดภูเก็ต จำนวน 30 คน ที่ไม่ใช่ตัวอย่างของการวิจัย เมื่อพิจารณาความเชื่อมั่นของความสอดคล้องภายใน (Internal Consistency Reliability) โดยวิธีสัมประสิทธิ์แอลฟา (Alpha Coefficient: α) ผลการพิจารณาพบว่า ค่าแอลฟาของครอนบาค (Cronbach's Alpha) ของแบบสอบถามทั้งหมดเท่ากับ 0.958 ซึ่งมีค่ามากกว่า 0.70 แสดงว่าแบบสอบถามมีความเชื่อมั่นสูงเพียงพอ (Nunnally, 1978)

การเก็บรวบรวมข้อมูล

การเก็บรวบรวมข้อมูลในการวิจัยนี้ใช้แบบสอบถาม และมีการขอความยินยอมการเก็บรวบรวมข้อมูล เป็นการเลือกกลุ่มตัวอย่างแบบบังเอิญ (Accidental Sampling) โดยใช้วิธีเลือกตามความสะดวก (Convenience Sampling) การเก็บรวบรวมข้อมูลจากกลุ่มตัวอย่างคือ นักวิ่งซึ่งเคยเข้าร่วมการแข่งขันงานอีเวนต์มาราธอนในจังหวัดภูเก็ต อย่างน้อย 1 ครั้ง ได้แบบสอบถามฉบับสมบูรณ์กลับคืนมา จำนวน 328 ชุด โดยมีช่วงเวลาในการเก็บข้อมูลคือ 25 กันยายน ถึง 25 ตุลาคม พ.ศ. 2564

การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิจัยนี้เป็นการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง (2nd order Confirmatory Factor Analysis) ด้วยโปรแกรมเอมอส สถิติประกอบด้วย ค่าดัชนีความสอดคล้องของโมเดล เป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด ดังนี้ ค่า relative χ^2 ต้องมีค่าน้อยกว่า 2 หรือค่า p-value มีค่ามากกว่า 0.05 ดัชนีตรวจสอบความกลมกลืน ได้แก่ ค่า GFI, AGFI, CFI, NFI, และ TLI ต้องมีค่ามากกว่า 0.95 ค่าความคลาดเคลื่อนของการประมาณค่า ได้แก่ RMSEA, RMR ต้องมีค่าน้อยกว่า 0.05 (Suksawang, 2014; Schumacker & Lomax, 2016)

ผลการวิจัย

ตารางที่ 1 แสดงผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของการมีส่วนร่วม
 เทศกาลสีเขียว

ตัวแปรแฝง	อาหารสีเขียว (GF)			การออกแบบสีเขียว และการจัดการของเสีย (GD)			สภาพแวดล้อม สีเขียวและกิจกรรม (GE)			r ²
	β_i	b _i	S.E.	β_i	b _i	S.E.	β_i	b _i	S.E.	
GF1	0.731*	0.762*	0.054	-	-	-	-	-	-	0.535
GF2	0.872*	1.000*	-	-	-	-	-	-	-	0.761
GF3	0.726*	0.926*	0.067	-	-	-	-	-	-	0.527
GD1	-	-	-	0.809*	1.000*	-	-	-	-	0.655
GD2	-	-	-	0.780*	0.995*	0.058	-	-	-	0.608
GD3	-	-	-	0.668*	0.836*	0.067	-	-	-	0.447
GD4	-	-	-	0.715*	0.936*	0.069	-	-	-	0.512
GD5	-	-	-	0.759*	0.986*	0.069	-	-	-	0.575
GE1	-	-	-	-	-	-	0.674*	0.946*	0.086	0.454
GE2	-	-	-	-	-	-	0.706*	0.920*	0.080	0.499
GE3	-	-	-	-	-	-	0.808*	0.999*	0.081	0.653
GE4	-	-	-	-	-	-	0.725*	1.000*	-	0.526
GE5	-	-	-	-	-	-	0.697*	0.824*	0.072	0.486
ตัวแปรแฝง	การมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียว									R ²
				β_i	b _i	S.E.				
อาหารสีเขียว (GF)				0.762*	0.883*	0.079				0.581
การออกแบบสีเขียวและการจัดการของเสีย (GD)				1.018*	1.000*	-				1.037
สภาพแวดล้อมสีเขียวและกิจกรรม (GE)				0.850*	0.790*	0.075				0.722
$\chi^2 = 49.418$, $df = 44$, $p\text{-value} = 0.266$, $\text{relative } \chi^2 = 1.123$, $GFI = 0.978$, $AGFI = 0.954$, $CFI = 0.998$, $NFI = 0.981$, $TLI = 0.996$, $RMSEA = 0.019$, $RMR = 0.045$										

หมายเหตุ: 1) GF1 = มีบริการอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นให้เป็นจุดสนใจของเทศกาล
 GF2 = การจัดให้บริการอาหารออร์แกนิก GF3 = มีบริการอาหารมังสวิรัต GD1 = ภาชนะที่ใช้บรรจุ
 อาหารเป็นภาชนะที่ใช้งานได้และสามารถย่อยสลายเอง GD2 = มีโปรแกรมให้ความรู้เกี่ยวกับชีวิตสีเขียว

ที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม GD3 = นำเสนออิมสึเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม GD4 = นำเสนอวัสดุสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับตกแต่งจากหลังหรือบุช GD5 = มีการตกแต่งที่เรียบง่าย ลดการตกแต่งที่ไม่จำเป็น GE1 = มีบริการรถรับส่งพนักงาน GE2 = มีความพร้อมของระบบขนส่งสาธารณะ GE3 = นำเสนอความบันเทิงที่ส่งเสริมค่านิยมสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม GE4 = เป็นการปรุงอาหารปราศจากควัน GE5 = สภาพแวดล้อมในการจัดงานปราศจากควันหรือ 2) *p < 0.05

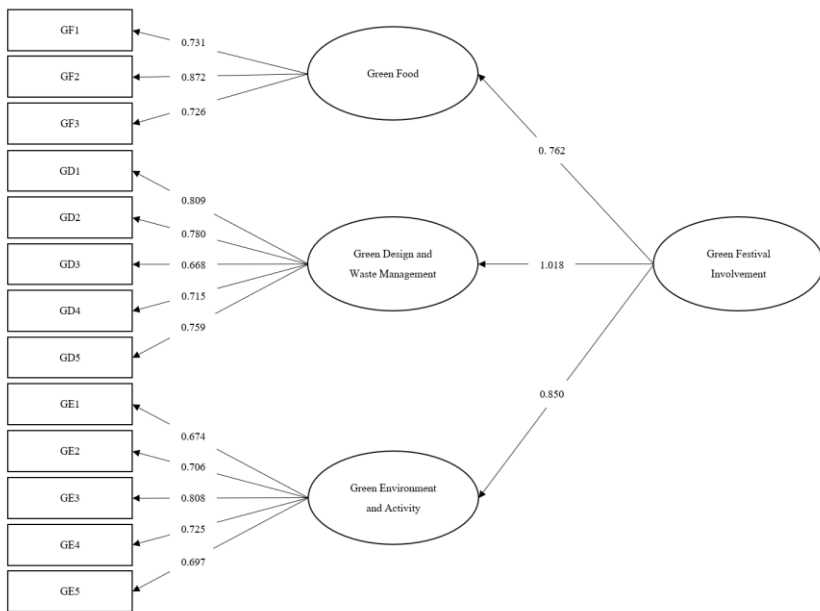
จากตารางที่ 1 ผลการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สองของการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวพบว่า ค่าดัชนีตรวจสอบความสอดคล้องของโมเดล ดังนี้ $\chi^2 = 49.418$, $df = 44$, $p\text{-value} = 0.266$, $\text{relative } \chi^2 = 1.123$, $GFI = 0.978$, $AGFI = 0.954$, $CFI = 0.998$, $NFI = 0.981$, $TLI = 0.996$, $RMSEA = 0.019$, $RMR = 0.045$ โดยดัชนีความสอดคล้องเป็นไปตามเกณฑ์ที่กำหนด คือ $\text{relative } \chi^2$ มีค่าน้อยกว่า 2 ดัชนี GFI, AGFI, CFI, NFI, และ TLI มีค่ามากกว่า 0.95 และดัชนี RMSEA, RMR มีค่าน้อยกว่า 0.05 จึงสรุปได้ว่าการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวของนักวิ่งมาราธอนในจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ ได้แก่ 1) อาหารสีเขียว (GF) 2) การออกแบบสีเขียวและการจัดการของเสีย (GD) และ 3) สภาพแวดล้อมสีเขียวและกิจกรรม (GE)

เมื่อพิจารณาค่าน้ำหนักของตัวแปรแฝงทั้งสามตัวจากค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐานของน้ำหนัก ปรากฏว่า การออกแบบสีเขียวและการจัดการของเสีย (GD) มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาคือ สภาพแวดล้อมสีเขียวและกิจกรรม (GE) และอาหารสีเขียว (GF) (ค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐานของน้ำหนักเท่ากับ 1.018, 0.850, และ 0.762 ตามลำดับ) แสดงดังภาพที่ 2 ทั้งนี้สามารถเรียงลำดับความสำคัญของตัวแปรสังเกตได้ในแต่ละองค์ประกอบ ดังนี้

อาหารสีเขียว (GF) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 3 ตัวแปร โดยที่การจัดให้บริการอาหารออร์แกนิก (GF2) มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็น มีบริการอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นให้เป็นจุดสนใจของเทศกาล (GF1) และมีบริการอาหารมังสวิรัติ (GF3) (ค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐานของน้ำหนักเท่ากับ 0.872, 0.731, และ 0.726 ตามลำดับ)

การออกแบบสีเขียวและการจัดการของเสีย (GD) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ได้แก่ ภาวะที่ใช้น้ำหรืออาหารเป็นภาวะที่ใช้งานได้และสามารถย่อยสลายเอง (GD1) มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็น มีโปรแกรมให้ความรู้เกี่ยวกับชีวิตสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (GD2) มีการตกแต่งที่เรียบง่าย ลดการตกแต่งที่ไม่จำเป็น (GD5) นำเสนอวัสดุสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมสำหรับตกแต่งฉากหลังหรือบุธ (GD4) และ นำเสนอธีมสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (GD3) (ค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐานของน้ำหนักเท่ากับ 0.809, 0.780, 0.759, 0.715 และ 0.668 ตามลำดับ)

สภาพแวดล้อมสีเขียวและกิจกรรม (GE) วัดได้จากตัวแปรสังเกตได้ 5 ตัวแปร ได้แก่ นำเสนอความบันเทิงที่ส่งเสริมค่านิยมสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม (GE3) มีความสำคัญมากที่สุด รองลงมาเป็นการปรุงอาหารปราศจากควิน (GE4) มีความพร้อมของระบบขนส่งสาธารณะ (GE2) สภาพแวดล้อมในการจัดงานปราศจากควินบุรี (GE5) และมีบริการรถบัสรับส่งในงาน (GE1) (ค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐานของน้ำหนักเท่ากับ 0.808, 0.725, 0.706, 0.697 และ 0.674 ตามลำดับ)



Chi-Square = 49.418, df = 44, p-value = 0.266, RMSEA = 0.019

ภาพที่ 2 แสดงค่า Standardized Solution ในการวิเคราะห์องค์ประกอบเชิงยืนยันอันดับที่สอง

อภิปรายผล

การวิเคราะห์และทดสอบสมมติฐานการวิจัย สรุปได้ว่าโมเดลองค์ประกอบเชิงยืนยันของการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวของนักวิ่งมาราธอนในจังหวัดภูเก็ต มีความสอดคล้องกับข้อมูลเชิงประจักษ์ จึงยอมรับสมมติฐาน กล่าวได้ว่า องค์ประกอบการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวของนักวิ่งมาราธอนจังหวัดภูเก็ต ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ โดยค่าสัมประสิทธิ์คะแนนมาตรฐานของน้ำหนักที่มีค่ามากที่สุดคือ การออกแบบสีเขียว และการจัดการของเสีย (GD) รองลงมาเป็นสภาพแวดล้อมสีเขียวและกิจกรรม (GE) และอันดับสุดท้าย อาหารสีเขียว (GF)

การออกแบบสีเขียวและการจัดการของเสีย (GD) เป็นองค์ประกอบที่สำคัญมากที่สุด ทั้งนี้เพราะนักวิจัยส่วนใหญ่ให้ความสำคัญกับการลดขยะภายในงาน ด้วยการมีส่วนร่วมในการใช้ภาชนะบรรจุอาหารที่ใช้ซ้ำได้ และสามารถย่อยสลายเอง อีกทั้งความรู้เกี่ยวกับชีวิตสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อมก็มีความจำเป็นสำหรับการมีส่วนร่วมในการแยกขยะภายในงาน นอกจากนี้ในมิติของการจัดงาน การตกแต่งที่เรียบง่าย ด้วยการใช้วัสดุตกแต่งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สามารถสร้างการมีส่วนร่วมภายในงาน สอดคล้องกับ *Martinho et al. (2018)* ที่อธิบายว่า ปริมาณขยะที่เกิดขึ้นในงานเทศกาลสีเขียว้นั้นต่ำกว่าในงานเทศกาลอื่นๆ เกิดจากผู้เข้าร่วมงานมีส่วนร่วมในการจัดการและป้องกันการเกิดของเสียภายในงาน และทำให้อัตราการแยกขยะอยู่ในระดับสูง อีกทั้ง *Zelenika et al. (2018)* นำเสนอเพิ่มเติมว่า อาสาสมัครหรือเจ้าหน้าที่ที่สามารถช่วยลดการปนเปื้อนในการจัดการขยะภายในงานอีเวนต์ และช่วยให้ผู้จัดงานบรรลุเป้าหมายขยะเหลือศูนย์ ในบริบทของการออกแบบการจัดการงานสีเขียว *Ye et al. (2020)* และ *Sultana et al. (2020)* มีความคิดเห็นตรงกันว่า การออกแบบและการตกแต่งสถานที่จัดงานด้วยวัสดุที่ใช้ซ้ำได้และย่อยสลายเอง เป็นการแสดงออกถึงการมีส่วนร่วมในเทศกาลสีเขียวผ่านรูปแบบการจัดการ สามารถสร้างความประทับใจให้กับผู้เข้าร่วมงาน นอกจากนี้ *Sultana et al. (2020)* อธิบายเพิ่มเติมว่า งานอีเวนต์สีเขียวสามารถลดการใช้พลังงาน น้ำ และอาหาร อีกทั้งส่งเสริมการใช้วัสดุที่สามารถใช้ซ้ำได้และการนำกลับมาใช้ใหม่ อย่างไรก็ตามในขณะที่เดียวกันผู้เข้าร่วมงานก็ควรตระหนักถึงมาตรการผ่านการสื่อสาร และหลังจบกิจกรรมควรให้ข้อเสนอแนะ เพื่อการวางแผนการจัดการงานอีเวนต์สีเขียวในอนาคต

สภาพแวดล้อมสีเขียวและกิจกรรม (GE) การมีส่วนร่วมในเทศกาลสีเขียวไม่เพียงแค่มองถึงการจัดการขยะ และการออกแบบภายในงาน แต่ประการสำคัญอีกอย่างคือการนำเสนอความบันเทิงที่ส่งเสริมค่านิยมสีเขียวที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สภาพแวดล้อมปราศจากควัน และระบบการขนส่งที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม สอดคล้องกับ *Könecké et al. (2021)* ที่อธิบายว่า ผู้จัดงานมีความพยายามอย่างมากในการลงทุนเพื่อจัดงานอีเวนต์มาราธอนสีเขียว ที่นำเสนอการบริการที่เป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม ได้แก่ การใช้รถยนต์ที่ขับเคลื่อนด้วยระบบอิเล็กทรอนิกส์ มีบริการรถขนส่งสาธารณะฟรีภายในงาน และการ

แนะนำให้เดินทางร่วมกัน สอดคล้องกับ Bjerke and Naess (2021) กล่าวว่า โลกจิตติคส์สีเขียว เป็นองค์ประกอบที่ช่วยขับเคลื่อนการพัฒนาอีเวนต์ทางการกีฬาสีเขียว รวมทั้ง Ye et al. (2020) ได้เสนอว่า รัฐบาลควรส่งเสริมการใช้ระบบขนส่งสาธารณะ เพื่อช่วยเพิ่มความคล่องตัวในการเดินทางและลดมลพิษทางอากาศ

อาหารสีเขียว (GF) การจัดให้บริการอาหารสีเขียวเป็นการมีส่วนร่วมที่สำคัญอีกประการหนึ่งในงานอีเวนต์สีเขียว ได้แก่ การจัดให้บริการอาหารออร์แกนิก มีบริการอาหารที่ผลิตในท้องถิ่นให้เป็นจุดสนใจของเทศกาล และมีบริการอาหารมังสวิรัต สอดคล้องกับ Könecke et al. (2021) ที่อธิบายว่า งานแฟรงค์เฟิร์ต มารธาอน มีเป้าหมายความเป็นมิตรกับสิ่งแวดล้อม จึงให้บริการอาหารออร์แกนิกสำหรับนักวิ่งและผู้ชมทั้งในระหว่างการแข่งขัน และหลังการแข่งขัน อีกทั้ง Iraldo et al. (2017) เสนอว่า การลงทุนในอาหารออร์แกนิกสามารถสร้างความได้เปรียบทางการแข่งขัน เนื่องจากผู้บริโภคให้ความสนใจในประเด็นเกี่ยวกับสุขภาพ รวมทั้ง Chen and Tsai (2020) อธิบายเพิ่มเติมว่า ผู้บริโภคที่เชื่อมั่นในอาหารออร์แกนิกจะยึดมั่นในหลักการด้านสิ่งแวดล้อมและจริยธรรม ทำให้มีพฤติกรรมการซื้ออาหารออร์แกนิกเพิ่มมากขึ้น อีกทั้งงานเทศกาลสามารถนำไปสู่การมีส่วนร่วมในการบริโภคอาหารออร์แกนิกและอาหารในท้องถิ่น

ข้อเสนอแนะ

ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้

จากผลการวิจัยทำให้ได้ข้อสรุปยืนยันในการวิเคราะห์ทางสถิติว่า องค์ประกอบของการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียว ประกอบด้วย 3 องค์ประกอบ คือ การออกแบบสีเขียวและการจัดการของเสีย (GD) สภาพแวดล้อมสีเขียวและกิจกรรม (GE) และอาหารสีเขียว (GF) ดังนั้นสามารถนำแบบวัดที่ได้ไปใช้วัดระดับการมีส่วนร่วมเทศกาลสีเขียวของนักวิ่งมารธาอน อีกทั้งสามารถพิจารณาเลือกเฉพาะองค์ประกอบไปใช้ในการพัฒนาการบริการของอีเวนต์รูปแบบอื่นๆ เพื่อช่วยลดผลกระทบเชิงลบด้านสิ่งแวดล้อม

ข้อเสนอแนะสำหรับงานวิจัยในอนาคต

ควรศึกษาและเก็บรวบรวมข้อมูลจากงานอีเวนต์รูปแบบอื่นๆ เพื่อให้ได้ผลการศึกษาที่ครอบคลุม และเป็นประโยชน์ต่อหน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการกำหนดแนวทางการส่งเสริมการมีส่วนร่วมในเทศกาลสีเขียว อีกทั้งควรมีการศึกษาในประเด็นเกี่ยวกับความปลอดภัยและความเสี่ยงที่อาจเกิดขึ้นในการจัดงานเทศกาลสีเขียว

รายการอ้างอิง

- Bernard, P., Chevance, G., Kingsbury, C., Baillet, A., Romain, A. J., Molinier, V., Gadais, T., & Dancause, K. N. (2021). Climate change, physical activity and sport: a systematic review. *Sports Medicine*, 51(5), 1041-1059.
- Bjerke, R., & Naess, H. E. (2021). Toward a co-Creation framework for developing a green sports event brand: the case of the 2018 Zürich E Prix. *Journal of Sport and Tourism*, 25(2), 129-154.
- Bloch, P. H., & Richins, M. L. (1983). A theoretical model for the study of product importance perceptions. *Journal of Marketing*, 47(3), 69-81.
- Chen, W.-S., & Tsai, K.-H. (2020). Antecedents and consequences of brand ownership: moderating roles of social value orientation and consumer perceived ethicality in Taiwan's food industry. *British Food Journal*, 123(5), 1875-1898.
- Chirieleison, C., & Scrucca, L. (2017). Event sustainability and transportation policy: a model-based cluster analysis for a cross-comparison of hallmark events. *Tourism Management Perspectives*, 24, 72-85.
- Collins, A., Flynn, A., Munday, M., & Roberts, A. (2007). Assessing the environmental consequences of major sporting events: the 2003/04 FA Cup Final. *Urban Studies*, 44(3), 457-476.
- Cozzio, C., Orlandi, L. B., & Zardini, A. (2018). Food sustainability as a strategic value driver in the hotel industry. *Sustainability (Switzerland)*, 10(10), 3404.

- Dendura, B.(2020). Olympic infrastructure-global problems of local communities on the example of Rio 2016, PyeongChang 2018, and Krakow 2023. *Sustainability (Switzerland)*, 12(1),141.
- Gao, Y. L., Mattila, A. S., & Lee, S. (2016). A meta-analysis of behavioral intentions for environment-friendly initiatives in hospitality research. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 107-115.
- Getz, D. (2008). Event tourism: definition, evolution, and research. *Tourism Management*, 29(3), 403-428.
- Grech, A., Howse, E., & Boylan, S. (2020). A scoping review of policies promoting and supporting sustainable food systems in the university setting. *Nutrition Journal*, 19(1), 97.
- Gross, M. J., & Brown, G. (2008). An empirical structural model of tourists and places: progressing involvement and place attachment into tourism. *Tourism Management*, 29(6), 1141-1151.
- Hair, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., & Anderson, R. E. (2010). *Multivariate data analysis*. 7th ed. New York: Pearson.
- Hottle, T. A., Bilec, M. M., Brown, N. R., & Landis, A. E. (2015). Toward zero waste: composting and recycling for sustainable venue based events. *Waste Management*, 38(1), 86-94.
- Iraldo, F., Testa, F., Lanzini, P., & Battaglia, M. (2017). Greening competitiveness for hotels and restaurants. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 24(3), 607-628.
- Jeong, Y., Yu, A., & Kim, S.-K. (2020). The antecedents of tourists' behavioral intentions at sporting events: the case of South Korea. *Sustainability (Switzerland)*, 12(1), 333.

- Kim, W., Jun, H. M., Walker, M., & Drane, D. (2015). Evaluating the perceived social impacts of hosting large-scale sport tourism events: scale development and validation. *Tourism Management*, 48, 21-32.
- Konecke, T., Schunk, H., Schappel, T., Hugaerts, I., Wagner, F., & Malchrowicz-Mosko, E. (2021). German marathon runners' opinions on and willingness to pay for environmental sustainability. *Sustainability (Switzerland)*, 13(18),10337.
- Krugell, W., & Saayman, M. (2013). Running a greener race: willingness-to-pay evidence from the old mutual two oceans Marathon in South Africa. *South African Journal for Research in Sport, Physical Education and Recreation*, 35(1), 53-70.
- Krugman, H. E. (1971). Brain wave measures of media involvement. *Journal of Advertising Research*, 11(1), 3-9.
- Laing, A., & Hogg, G. (2008). Re-conceptualising the professional service encounter: information empowered consumers and service relationships. *Journal of Customer Behaviour*, 7(4), 333-346.
- Larson, L. R., Stedman, R. C., Cooper, C. B., & Decker, D. J. (2015). Understanding the multi-dimensional structure of pro-environmental behavior. *Journal of Environmental Psychology*, 43, 112–124.
- Martinho, G., Gomes, A., Ramos, M., Santos, P., Gonçalves, G., Fonseca, M., & Pires, A. (2018). Solid waste prevention and management at green festivals: a case study of the Andanças Festival, Portugal. *Waste Management*, 71, 10-18.
- Mascarenhas, M., Pereira, E., Rosado, A., & Martins, R. (2021). How has science highlighted sports tourism in recent investigation on sports' environmental sustainability? a systematic review. *Journal of Sport and Tourism*, 25(1), 42-65.

- Nunnally, J.C. (1978). *Psychometric theory*. 2nd Edition. New York: McGraw-Hill.
- Pasunon, P. (2015). Validity of questionnaire for social science research. *Journal of Social Sciences Srinakharinwirot University*. 18, 375-396. (in Thai)
- Schiffman, L. G., & Leslie L. K. (2004). *Consumer behavior*. 8th ed. Upper Saddle River: Pearson Education.
- Schumacker, R. E. & Lomax, R. G. (2016). *A beginner's guide to structural equation modelling*. 4th ed. New York: Taylor & Francis.
- Suksawang, S. (2014). The basics of structural equation modeling. *Princess of Naradhiwas University Journal*. 6(2), 136-145. (in Thai)
- Sultana, S., Parvez, M., Khan, R. S., & Jalil, M. S. (2020). Perception of event management company towards green event: evidence from Bangladesh. *Academy of Strategic Management Journal*, 19(4), 1-10.
- The Nation. (2021). *Phuket ranked world's 8th best place to visit*. Retrieved September 5, 2021, from <https://www.nationthailand.com/blogs/thai-destination/40001594>
- The Phuket News. (2020). *Laguna Phuket marathon holds strong*. Retrieved September 5, 2021, from <https://www.thephuketnews.com/laguna-phuket-marathon-holds-strong-78223.php>
- Triantafyllidis, S., & Kaplanidou, K. (2019). Marathon runners: a fertile market for “green” donations?. *Journal of Global Sport Management*, 1-14.
- United Nations. (2015). *Transforming our world: the 2030 agenda for sustainable development A/RES/70/1*. Retrieved September 1, 2021, from <https://sdgs.un.org/2030agenda>
- Whitfield, J., & Dioko, L. A. N. (2011). Discretionary corporate social responsibility: introducing the greener venue. *International Journal of Event and Festival Management*, 2(2), 170–183.

- Wong, I. K. A., Wan, Y. K. P., & Qi, S. (2015). Green events, value perceptions, and the role of consumer involvement in festival design and performance. *Journal of Sustainable Tourism*, 23(2), 294-315.
- Ye, Y., Su, C.-H., Tsai, C.-H., & Hung, J.-L. (2020). Motivators of attendance at eco-friendly events. *Journal of Convention and Event Tourism*, 21(5), 417-437.
- Zaichkowsky, J. L. (1985). Measuring the involvement construct. *Journal of Consumer Research*, 12(3), 341- 352.
- Zelenika, I., Moreau, T., & Zhao, J. (2018). Toward zero waste events: reducing contamination in waste streams with volunteer assistance. *Waste Management*, 76, 39-45.
- Zhao, Y., & Wise, N. (2019). Evaluating the intersection between “green events” and sense of community at Liverpool’s lark lane farmers market. *Journal of Community Psychology*, 47(5), 1118-1130.