

Investigating the Effect of Family Tourism on the Mental Health of Parents and its Relationship with the Variables of Skill Enhancement and General Skill in Children

ARTICLE INFO

Article Type
Research Article

Authors
Azam Latifpour Golandam^{1*}

How to cite this article

Azam Latifpour Golandam, Investigating the Effect of Family Tourism on the Mental Health of Parents and its Relationship with the Variables of Skill Enhancement and General Skill in Children, *Journal of Islamic Life Style Centered on Health*, 2022:5(4): 689-697.

ABSTRACT

Family tourism has attracted the attention of many researchers in recent years. The purpose of this study is to investigate the impact of family tourism on the mental health of parents and its relationship with the variables of skill development and general skill in children. This research was carried out as a survey. The data of the research was collected from 400 families in Tehran whose children were studying in elementary school and went on a family vacation together, and were selected using the cluster sampling method and with the help of the studied questionnaire. The results showed that parents' mental health and children's general skills improved after family tourism compared to before. In addition, a memorable and skill-building tourism experience through family tourism had a positive relationship with changes in parents' mental health through this.

1. M.A, Department of General Psychology, Roudhen Branch, Islamic Azad University, Roudhen, Iran (Corresponding Author).

* Correspondence:
Address:
Phone:
Email: sahelmoj6@gmail.com

Article History
Received: 2021/09/30
Accepted: 2022/02/09

Keywords: Family Tourism, Mental Health, General Skills, Family Health, Tourism Health.

بررسی تاثیر گردشگری خانوادگی بر سلامت روانی

والدین و رابطه آن با متغیرهای مهارت افزایی و

مهارت عمومی در کودکان

اعظم لطیف پور گل اندام^۱

کارشناسی ارشد، گروه روانشناسی عمومی، واحد رودهن، دانشگاه آزاد اسلامی، رودهن، ایران (نویسنده مسئول).

چکیده

گردشگری خانوادگی در سالیان اخیر توجه محققان بسیاری را به خود جلب کرده است. هدف پژوهش حاضر بررسی تاثیر گردشگری خانوادگی بر سلامت روانی والدین و رابطه آن با متغیرهای مهارت افزایی و مهارت عمومی در کودکان می باشد. این پژوهش به صورت پیمایشی انجام شده است. داده های پژوهش از ۴۰۰ خانواده در شهر تهران که کودکان آنها در مقطع ابتدایی تحصیل می کردند و با هم به تعطیلات خانوادگی رفته بودند جمع آوری شده است و با استفاده از شیوه نمونه گیری خوشه ای انتخاب و با کمک ابزار پرسشنامه مورد مطالعه قرار گرفتند. نتایج نشان داد که سلامت روانی والدین و مهارت های عمومی کودکان پس از گردشگری خانوادگی نسبت به قبل از آن بهتر شده بود. علاوه بر این، یک تجربه گردشگری به یادماندنی و مهارت افزایی از طریق گردشگری خانوادگی رابطه مثبتی با تغییرات بوجود آمده در سلامت روان والدین از این طریق داشت.

کلمات کلیدی: گردشگری خانوادگی، سلامت روانی، مهارت عمومی، سلامت خانوادگی، سلامت گردشگری.

تاریخ دریافت: ۱۴۰۰/۰۷/۰۸

تاریخ پذیرش: ۱۴۰۰/۱۱/۲۰

* نویسنده مسئول: sahelmoj6@gmail.com

مقدمه

گردشگری خانوادگی توجه محققان و صنعت گردشگری را به خود جلب کرده است (۱، ۲). طبق نظرسنجی "روندهای مسافرت خانوادگی ۲۰۱۸" آگودا، بازار گردشگری خانوادگی خصوصا در کشورهای آسیایی رونق چشمگیری یافته است. برای مثال، نظرسنجی گردشگری ملی ۲۰۱۸ ژاپن نشان داد که گردشگری خانوادگی یکی از مهم ترین انواع مسافرت است که ۱۹/۶۴ درصد از گردشگری داخلی و ۳۰/۰۶ درصد از گردشگری خارجی را در بین ساکنان ژاپنی به خود اختصاص داده است (۳). علاوه بر این، بسیاری از آژانس های مسافرتی یک بسته مسافرتی را تحت عنوان **tabi-iku** ارائه می دهند که نوعی گردشگری خانوادگی با هدف رشد فردی کودکان است که در بین خانواده های ژاپنی محبوبیت خاصی پیدا کرده است (۴).

علاوه بر این، گردشگری خانوادگی ارزش تحقیق دارد چون نقش مهمی در رابطه بین اعضای خانواده دارد و به اعضای خانواده کمک می کند تا در جامعه پویاتر باشند (۱). پژوهش های پیشین درباره این موضوع رفتارهای پیش از سفر مانند تصمیم گیری که با گردشگری خانوادگی ارتباط دارند را بررسی کرده اند. با این حال، علاقه زیادی به ارزیابی خود تجربه گردشگری خانوادگی وجود دارد (۵). اگرچه چندین مطالعه (۱، ۶) تجربه گردشگری خانوادگی را تا حدودی بررسی کرده اند ولی آنها برای درک کامل مزایای گردشگری خانوادگی کافی نیستند چون از یک مطالعه طولی استفاده نکرده اند. به همین دلیل این مقاله با استفاده از یک مطالعه طولی به بررسی این نکته می پردازد که گردشگری خانوادگی چه مزایایی را برای اعضای خانواده به ارمغان می آورد.

این پژوهش بطور خاص روی مزایای گردشگری خانوادگی در سلامت روانی والدین و مهارت های عمومی کودکان تمرکز می کند. پژوهش های زیادی مزایای گردشگری و تعطیلات عمومی روی سلامت روان را نشان داده اند. با این حالی برخی محققان مزایای آن در مهارت های عمومی دانش آموزان و بزرگسالان را در کنار مزایای آموزشی کودکان بررسی کرده اند. اما هیچ تحقیقی وجود ندارد که مزایای گردشگری خانوادگی برای والدین و کودکان را در کنار هم بررسی کند، پژوهش های قبلی فقط روی گردشگری خانوادگی از بعد والدین تمرکز کرده اند و آن را از بعد کودکان بررسی نکرده اند. هم چنین برخی محققان مخالف این عقیده اند که در نظر گرفتن سلامت روان کلی (از هر دو بعد لذت جسمی و روحی) امری حیاتی است. این در حالی است که اکثر پژوهش های انجام شده روی گردشگری فقط روی بهزیستی مربوط به لذت و خوشی تمرکز داشته اند (۷). با در نظر داشتن این روند، بررسی دیدگاه های مختلف اعضای خانواده امری حیاتی است چون مزایای روانشناختی گردشگری خانوادگی را از هر دو بعد لذت های جسمی و روحی به ما نشان می دهد.

ما هم چنین عوامل پیشابند که روی سلامت روان والدین از طریق گردشگری خانوادگی تاثیر می گذارند را بررسی کردیم. یکی از مصداق های آن می تواند یک تجربه گردشگری به یادماندنی (MTE) باشد (۸) که این چنین تعریف می شود: یک تجربه

اندرکاران بخش گردشگری مشغول به کار در سطح استان به تعداد تقریبی ۱۰۰ نفر است که با استفاده از فرمول کوکران تعداد ۸۰ نفر به عنوان حجم نمونه آماری تعیین شده است. در این پژوهش از روش نمونه گیری تصادفی ساده استفاده شده است. در پژوهش حاضر جهت جمع آوری اطلاعات میدانی از پرسشنامه-های سلامت اجتماعی کبیز؛ پرسشنامه رفاه اجتماعی؛ پرسشنامه رضایت گردشگران و پرسشنامه کیفیت رضایت و لذت از زندگی اندیکت و همکاران (Q-LES-Q-SF) استفاده شده است. بر اساس یافته ها منافع اجتماعی- فرهنگی با رفاه اجتماعی- فرهنگی، کیفیت زندگی، سلامت اجتماعی- فرهنگی و توسعه گردشگری مایس دارای رابطه معناداری است. همچنین هزینه‌های اجتماعی- فرهنگی نیز با متغیرهای رفاه اجتماعی- فرهنگی، کیفیت زندگی، سلامت اجتماعی- فرهنگی و توسعه گردشگری مایس دارای رابطه معناداری می باشد. نتایج نشان داد که تمامی روابط احتمالی در نظر گرفته شده در مدل پژوهش دارای رابطه معناداری با یکدیگر هستند.

بنابراین والدین نیاز دارند که از زندگی روزمره فاصله بگیرند و سلامت روانی خود را از طریق تعطیلات خانوادگی بهبود بخشند تا گردش خانوادگی را به صورت یک تفریح مفید برای خود بدانند. آنها ممکن است پیامدهای آموزشی گردشگری خانوادگی برای کودکان خود را مفید بدانند و در نتیجه سلامت روانی آنها نیز بهبود یابد. با توجه به اهمیت تحقیق حاضر، در این مقاله به دنبال سوالات زیر هستیم:

سوالات تحقیق

- ۱) آیا سلامت روانی والدین پس از گردشگری خانوادگی ارتقا می یابد؟
- ۲) آیا مهارت های عمومی کودکان پس از این کار ارتقا می یابد؟
- ۳) آیا سلامت روانی والدین با تجربه گردشگری خانوادگی به یادماندنی رابطه دارد؟
- ۴) آیا پس از گردشگری خانوادگی، رابطه ای بین مهارت افزایی کودکان و تغییرات مشاهده شده در سلامت روانی والدین وجود دارد؟

مواد و روش ها

این پژوهش به صورت پیمایشی انجام شده است. داده های پژوهش از ۴۰۰ خانواده در شهر تهران که کودکان آنها در مقطع ابتدایی تحصیل می کردند و با هم به تعطیلات خانوادگی رفته بودند جمع آوری شد. ابزار گردآوری داده ها پرسش نامه بود.

این پرسشنامه از ۵ بخش تشکیل شده است: چهار بخش اول مربوط به والدین هستند و بخش آخر برای پاسخ دهی کودکان طراحی شده است. اولین بخش سلامت روان والدین را با استفاده از PERMA-Profilor ارائه شده توسط بوتلر و کرن (۱۱) بررسی شد. ۱۵ آیتم را در این بخش گنجانده شده است، که پنج دامنه سلامت روان (احساسات مثبت، مشارکت، روابط، معنادار بودن و دستاوردها) است که هر دامنه متشکل از ۳ سوال است.

گردشگری که پس از اتمام آن به خوبی از آن یاد شود. برخی مطالعات رابطه مثبتی بین MTE و سلامت روان گردشگران را پیشنهاد داده اند. خانواده ها علاقه دارند تا وقت آزاد خود را با همدیگر بگذرانند و تجارب به یاد ماندنی از طریق گردشگری خانوادگی کسب کنند (۲،۶) که نشان دهنده تاثیر مثبت آن روی سلامت روانی والدین است. یکی دیگر از عواملی که می تواند روی سلامت روان والدین تاثیر بگذارد رشد شخصیتی کودکان به واسطه گردشگری خانوادگی است. پژوهش های پیشین نشان داده اند که والدین نه تنها بدنبار ارتقای سلامت روان خود از طریق گردشگری خانوادگی اند بلکه مزایای آموزشی آن برای کودکان خود را نیز در نظر دارند.

در تحقیق آفتابی و همکاران به بررسی مطالعه میزان گرایش سرپرستان خانوار مناطق ده گانه شهرداری تبریز به گردشگری و رابطه آن با متغیرهای احساس امنیت اجتماعی، دین داری و عزت - نفس پرداختند. بررسی نقش احساس امنیت اجتماعی، دین داری و عزت نفس در گرایش به گردشگری سلامت از مهم ترین اهداف این پژوهش است. در این پژوهش که به روش پیمایشی انجام شده ۴۰۰ نفر از سرپرستان خانوار تبریزی از مناطق ده گانه شهرداری تبریز با استفاده از شیوه نمونه گیری خوشه ای انتخاب و با کمک ابزار پرسشنامه مورد مطالعه قرار گرفتند. ۳۱ درصد جامعه آماری این تحقیق را زنان و ۶۹ درصد را مردان تشکیل داده اند. نتایج نشان داد، بین متغیر احساس امنیت اجتماعی و گردشگری سلامت سرپرستان خانوار تبریز رابطه مستقیم و معنی داری وجود دارد. بین دین داری و گرایش به گردشگری سلامت سرپرستان خانوار تبریز رابطه معنی داری وجود ندارد. (اکبری ۹)، در مقاله ای تاثیر رسانه های تبلیغاتی، تبلیغات برجذب گردشگران و وضعیت گردشگری در شهر اصفهان را بررسی و تبیین کردند و علاوه بر آن رسانه های مناسب برای استفاده در صنعت گردشگری در این تحقیق شناسایی شد. نتایج تحقیق آنان نشان داد که ابزار تبلیغاتی استفاده شده در اصفهان برای جذب گردشگران بین المللی تاثیر گذار نبوده است و می توان از پنج روش کتاب راهنما تبلیغات اینترنتی، تلویزیون، بروشور و روزنامه استفاده کرد که میزان تاثیر این ابزار برای مناطق جنسیت ها، سنین و تحصیلات مختلف متفاوت است. پیر محمد زاده و همکاران (۱۰) در مقاله ای به بررسی توسعه گردشگری مایس با تأکید بر سبک زندگی، رفاه اجتماعی و اقلیم سلامت (مطالعه موردی شهر سمنان) پرداختند. این پژوهش حاضر از نوع کاربردی و از نظر داده کمی و از نظر اجرا پیمایشی است. جامعه آماری پژوهش به سه بخش قابل تفکیک است بخش اول ساکنین محلی شهر سمنان براساس سرشماری نفوس و مسکن مندرج در مرکز آمار ایران در سال ۱۳۹۵ به تعداد ۱۲۵۱۲۹ نفر که براساس فرمول کوکران تعداد ۳۹۰ نفر به عنوان حجم نمونه آماری تعیین شدند. بخش دوم شامل گردشگرانی هستند که از تاریخ ۱۳۹۸/۱۲/۱۵ لغایت ۱۳۹۹/۳/۱۵ شهر سمنان را به عنوان مقصد گردشگری خود در نظر خواهند گرفت. بخش سوم شامل نخبگان دانشگاهی و مدیران و دست

یافته ها

مشخصات گردشگری خانوادگی

پروفایل گردشگری خانوادگی در جدول ۱ نشان داده شده است. متوسط طول سفر خانواده ها ۴/۵۲ روز ($SD=1.58$)، متوسط اعضای خانواده ۳/۷۵ نفر ($SD=1.19$) و میانگین هزینه سفر پرداخت شده بصورت ۴۶۲۲۲۳ (تقریباً ۴۲۰۰ دلار آمریکا)؛ $SD=394962$ بود. از بین تمامی شرکت کنندگان در این پرسش نامه، ۷۱ درصد ($n=154$) آنها بسته مسافرت خانوادگی شرکتی را خریده بودند در حالی که ۲۸/۵ درصد ($n=62$) آنها فقط یک بلیط هواپیما خریده بودند یا یک هتل را رزرو کرده بودند. کشورهای شامل ترکیه ($n=21$)، گرجستان ($n=20$) و ارمنستان ($n=18$) محبوب ترین مقصدهای گردشگران بود و پس از آنها کشورهای جنوب شرقی آسیا نظیر سنگاپور ($n=13$) و ویتنام ($n=10$) قرار داشتند. هاوایی ($n=43$) و گوام ($n=28$) دو جزیره ای بودند که بیشترین توریست را به خود جذب کرده بود.

اعتبارسنجی مقیاس ها و همبستگی نتایج

اعتمادپذیری داخلی هر مقیاس با استفاده از آلفای کرونباخ سنجیده شد. نمره کلی بدست آمده برای سلامت روان والدین نشان دهنده قابلیت اطمینان قابل قبول آن بود (زمان ۱، $\alpha=0.94$ و زمان ۲، $\alpha=0.95$). علاوه بر این، نمره کلی مهارت های عمومی نیز قابلیت اطمینان بسیار بالایی را برای هر دو پاسخ کودکان (زمان ۱، $\alpha=0.83$ و زمان ۲، $\alpha=0.86$) و والدین (زمان ۱، $\alpha=0.87$ و زمان ۲، $\alpha=0.88$) نشان داد. نهایتاً نمره MTE کلی نیز قابلیت اطمینان خوبی داشت ($\alpha=0.86$).

تمامی سوالات با مقیاس ۱۱ رتبه بندی شده اند. این قسمت در هر دو زمان ۱ و ۲ پاسخ داده می شود.

بخش دوم تجارب گردشگری به یادماندنی را با استفاده از مقیاس MTE ارائه شده توسط کیم و همکارانش (۸) بررسی شده است که شامل ۷ زیرگروه است: لذت جویی، تازگی، فرهنگ بومی، رفع خستگی، معنادار بودن، مشارکت و دانش. و از نسخه های ۱۴ آیتمی MTE استفاده شده است. (میاکاوا و آگوچی ۲۰۱۷). شرکت کنندگان سوالات را در یک مقیاس ۵ پاسخ می دهند. از این افراد خواسته شد تا این بخش را در زمان ۲ پر کنند.

بخش سوم مهارت های عمومی کودکان را بر اساس رتبه بندی والدین آنها اندازه گیری شد. ۱۵ آیتم بر اساس مطالعات پیشین (۱۲، ۱۳، ۱۴) استفاده شد که برای کودکان مقطع ابتدایی مناسب است. والدین از یک مقیاس رتبه بندی ۵ برای ارزیابی مهارت های کودکان خود استفاده کردند. از پاسخ دهندگان خواسته شد تا به این سوالات در زمان های ۱ و ۲ پاسخ دهند. بخش چهارم شامل اطلاعات جمعیت شناختی مانند جنسیت و سن کودکان، درآمد والدین و سطح سواد آنها بود.

بخش نهمی نیز برای دریافت پاسخ های کودکان طراحی شد. و از همان ۱۵ آیتم استفاده شده در بخش والدین برای ارزیابی مهارت های کودکان خود استفاده شد ولی موضوع سوالات را به کودکان تغییر دادیم و جمله بندی آنها را مناسب این کودکان انجام گرفت. پرسشنامه کودکان دبستانی (۶ تا ۱۲ سال) بود، از مقیاس های Smiley Face (SFS، لوین ۱۹۷۹) استفاده شد که شامل ایموجی هایی بصورت صورت اخمو تا صورت خندان بود. ما این ایموجی ها را بصورت بشدت مخالف تا بشدت موافقم نیز رتبه بندی کردیم. از پاسخ دهندگان خواسته شد تا در زمان های ۱ و ۲ به این سوالات پاسخ دهند.

علاوه بر داده های حاصل از پرسش نامه، داده های مربوط به اطلاعات سفر (مدت زمان سفر، مقصد و اطلاعات جمعیت شناختی مسافران) مورد بررسی قرار گرفت.

جدول ۱ ویژگی های گردشگری خانوادگی ($n=400$)

متغیرها	n	%
مدت سفر		
۲-۳ روز	۱۰۵	۲۶/۳
۴-۵ روز	۲۰۲	۵۰/۷
۶-۷ روز	۷۸	۱۹/۴
بیشتر از ۷ روز	۱۵	۳/۷
برنامه سفر		
پکیج مسافرتی	۲۸۴	۷۱
هواپیما و هتل	۶۴	۱۶/۱
هواپیما	۵۰	۱۲/۴
بدون جواب	۲	۰/۵
هزینه سفر		
کمتر از ۵۰ میلیون	۱۲	۳/۲
۵۰ تا ۱۰۰ میلیون	۱۶۲	۴۰/۶

۳۱/۳	۱۲۵	۱۰۰ تا ۱۵۰ میلیون
۱۶/۱	۶۴	۱۵۰ تا ۲۰۰ میلیون
۴/۲	۱۹	۲۰۰ تا ۲۵۰ میلیون
۴/۶	۱۸	بیش از ۳۰۰ میلیون
نوع گردشگری خانوادگی		
۸۲/۹	۳۳۲	یک خانواده
۳/۷	۱۵	دو خانواده
۹/۲	۳۷	سه خانواده
۳/۲	۱۳	سه نسل
۰/۹	۳	تک والد
تعداد اعضای خانواده		
۲۵/۲	۱۰۱	۲-۳ نفر
۷۰	۲۸۰	۴-۵ نفر
۴/۲	۱۷	بیشتر از ۵ نفر
۰/۶	۲	بدون جواب
مقصد		
۵/۵	۲۲	ترکیه
۰/۹	۳	اروپا
۳۰/۹	۱۲۳	آسیای شرقی
۲۳	۹۲	آسیای جنوبی
۵/۵	۲۲	اقیانوسیه
۱۹/۸	۸۰	کانادا
۱۲/۹	۵۱	آمریکا
۱/۴	۷	بدون جواب

روانی در زمان ۲ ($r = 0.38, p < 0.001$) می داد. مهارت های عمومی کودکان از دید کودکان و والدین بشدت با هم ربط داشتند. مهارت های عمومی گزارش شده توسط والدین و کودکان در هر دو زمان ۱ ($r = 0.61, p < 0.001$) و زمان ۲ ($r = 0.66, p < 0.001$) رابطه مثبتی با هم داشتند. این نتایج نشان می دهند که ارزیابی مهارت های عمومی توسط والدین و کودکان همبستگی درونی بالایی دارد.

ضرایب همبستگی در جدول ۲ نشان داده شده است. همبستگی بین تاریخ پاسخ، سلامت روان، مهارت های عمومی گزارش شده توسط والدین و مهارت های عمومی گزارش شده توسط کودکان را در زمان های ۱ و ۲ بررسی شد و هیچ همبستگی فاحشی به جز برای تاریخ پاسخ در زمان ۲ و سلامت روان در زمان ۲ پیدا نشد که رابطه بسیار منفی با هم داشتند ($r = -0.22, p = 0.001$). علاوه بر این، نتایج حاکی از یک رابطه مثبت بین MTE و سلامت روانی در زمان ۱ ($r = 0.21, p = 0.002$) و سلامت

جدول ۲ ضرایب همبستگی های مرتبه صفر

	۹	۸	۷	۶	۵	۴	۳	۲	۱	SD	M	
۱-تاریخ پاسخ (زمان ۱)	۰.۰۳	۰.۰۲	۰.۰۷	۰.۰۱	۰.۰۳	۰.۰۶	۰.۰۳	-	۰.۱۱	۸.۵۷	۱۰.۱۸	
۲-تاریخ پاسخ (زمان ۲)	-۰.۰۲	۰.۰۲	۰.۰۷	-۰.۰۱	۰.۰۳	-۰.۲۲***	-	۰.۱۲	-	۱۰.۸۷	۹.۹	
۳-سلامت روانی (زمان ۱)	۰.۲۱***	۰.۱۹***	۰.۱۹***	۰.۲۹***	۰.۳۶***	۰.۵۷***	-	-	-	۱.۵۴	۶.۳۴	
۴-سلامت روانی (زمان ۲)	۰.۳۸***	۰.۲۷***	۰.۱۲	۰.۴۳***	۰.۲۸***	-	-	-	-	۱.۴۷	۷.۰۱	

		۰/۱۳	۰/۱۶	تحصیلات
		۰/۰۷	۰/۰۳	درآمد
		۰/۱۷*	۰/۵۶	MTE
				مرحله ۳
		۰/۲۲	۰/۰۲	جنسیت ^a
		۰/۰۸	۰/۰۲	سن
	۰/۱۱**	۰/۱۰	۰/۱۷	تحصیلات
۰/۰۵**		۰/۰۴	۰/۰۲	درآمد
		۰/۱۴*	۰/۴۶	MTE
		۰/۲۳**	۰/۷۵	مهارت افزایی کودکان

علاوه بر این، پژوهش حاضر از رویکردهای پیشرفته ای برای درک مزایای گردشگری خانوادگی بهره می برد. اگرچه بیشتر مقالات قبلی از روش های کیفی برای بررسی نظر کودکان درباره گردشگری خانوادگی استفاده کرده اند (برای نمونه، وو، وال، زو و بینگ ۲۰۱۹)، هدف این مقاله گردآوری داده های کمی از کودکان بود که این کار از طریق روش های خاص مانند SFP انجام شد. علاوه بر این، ما از یک آنالیز پیش آزمون-پس آزمون برای بررسی مزایای گردشگری خانوادگی استفاده کردیم. اگرچه مقالات پیشین مزایای گردشگری خانوادگی را با استفاده از مطالعه مقطعی بررسی کرده اند.

نهایتاً چندین محدودیت را در این پژوهش شناسایی شد. ابتدا اینکه این مطالعه از یک روش طولی برای ارزیابی مزایای گردشگری خانوادگی استفاده می کند ولی داده های بلندمدت را نداریم. پژوهش های بعدی باید اثرات بلند مدت گردشگری خانوادگی را بررسی کنند تا بررسی شود که این مزایا فوراً از بین می روند یا برای بازه زمانی بیشتری دوام می آورند. دوماً اگرچه در این پژوهش داده ها را از والدین و کودکان گردآوری کردیم ولی پژوهش های بعدی باید دقت روش های استفاده شده برای گردآوری داده ها از چندین فرد در یک خانواده را بررسی کنند. سوماً، اگرچه ما از چندین روش ترجمه پرسشنامه استفاده کردیم تا راحت تر بتوانیم پاسخ های کودکان را جمع آوری کنیم ولی باید این نکته را در نظر داشت که ممکن است کودکان به درستی به این سوالات پاسخ ندهند باشند. از این رو تحقیقات بیشتر باید در زمینه اعتبارسنجی روش های استفاده شده برای گردآوری داده ها از کودکان انجام شوند.

References

1. Lehto, X. Y., Fu, X., Li, H., & Zhou, L. (2017). Vacation benefits and activities: Understanding Chinese family travelers. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 41, 301–328. <https://doi.org/10.1177/1096348013515921>
2. Schanzel, H. A., Yeoman, I., & Backer, E. (2012). Family tourism:

توجه: 0^a = مرد، 1 = زن؛ مهارت افزایی کودکان = اختلاف نمره مهارت های عمومی کودکان در زمان ۱ و ۲ بر اساس جواب های کودکان؛ *p<0.05، **p<0.01

گردشگری خانوادگی برای سلامت روانی والدین و مهارت افزایی کودکان مفید است. نتایج با پژوهش های قبلی همخوانی داشت چون این مقالات نیز مزایای گردشگری عمومی در بهزیستی همراه با شادی و لذت والدین (۱۵) و مهارت های عمومی کودکان (۱۴، ۱۶) را نشان می دادند. علاوه بر بهزیستی همراه با شادی و لذت، یافته های این مقاله نشان داد که گردشگری خانوادگی می تواند لذت های روحی را نیز در پی داشته باشد.

هم چنین زمانی که تجربه گردشگری خانوادگی به یادماندنی باشد، پیامدهای سلامت روانی والدین شاخص تر خواهد بود که با یافته های پژوهش های پیشین هم خوانی دارد. همان طور که شاو و همکاران (۶) گزارش داده اند، زمانی که اعضای خانواده تجربه مثبت و به یادماندنی حین گردشگری خانوادگی داشته باشند، این خاطرات معمولاً بیشتر در ذهن می ماند که به خانواده ها کمک می کند تا بنیاد خانواده را تقویت کنند. علاوه بر این، مهارت افزایی کودکان از این طریق تاثیر مثبتی روی سلامت روان والدین ۱۷، ۱۸، ۱۹، ۲۰، ۲۱، ۲۲، ۲۳، ۲۴، ۲۵، ۲۶، ۲۷، ۲۸، ۲۹، ۳۰، ۳۱، ۳۲، ۳۳، ۳۴، ۳۵، ۳۶، ۳۷، ۳۸، ۳۹، ۴۰، ۴۱، ۴۲، ۴۳، ۴۴، ۴۵، ۴۶، ۴۷، ۴۸، ۴۹، ۵۰، ۵۱، ۵۲، ۵۳، ۵۴، ۵۵، ۵۶، ۵۷، ۵۸، ۵۹، ۶۰، ۶۱، ۶۲، ۶۳، ۶۴، ۶۵، ۶۶، ۶۷، ۶۸، ۶۹، ۷۰، ۷۱، ۷۲، ۷۳، ۷۴، ۷۵، ۷۶، ۷۷، ۷۸، ۷۹، ۸۰، ۸۱، ۸۲، ۸۳، ۸۴، ۸۵، ۸۶، ۸۷، ۸۸، ۸۹، ۹۰، ۹۱، ۹۲، ۹۳، ۹۴، ۹۵، ۹۶، ۹۷، ۹۸، ۹۹، ۱۰۰، ۱۰۱، ۱۰۲، ۱۰۳، ۱۰۴، ۱۰۵، ۱۰۶، ۱۰۷، ۱۰۸، ۱۰۹، ۱۱۰، ۱۱۱، ۱۱۲، ۱۱۳، ۱۱۴، ۱۱۵، ۱۱۶، ۱۱۷، ۱۱۸، ۱۱۹، ۱۲۰، ۱۲۱، ۱۲۲، ۱۲۳، ۱۲۴، ۱۲۵، ۱۲۶، ۱۲۷، ۱۲۸، ۱۲۹، ۱۳۰، ۱۳۱، ۱۳۲، ۱۳۳، ۱۳۴، ۱۳۵، ۱۳۶، ۱۳۷، ۱۳۸، ۱۳۹، ۱۴۰، ۱۴۱، ۱۴۲، ۱۴۳، ۱۴۴، ۱۴۵، ۱۴۶، ۱۴۷، ۱۴۸، ۱۴۹، ۱۵۰، ۱۵۱، ۱۵۲، ۱۵۳، ۱۵۴، ۱۵۵، ۱۵۶، ۱۵۷، ۱۵۸، ۱۵۹، ۱۶۰، ۱۶۱، ۱۶۲، ۱۶۳، ۱۶۴، ۱۶۵، ۱۶۶، ۱۶۷، ۱۶۸، ۱۶۹، ۱۷۰، ۱۷۱، ۱۷۲، ۱۷۳، ۱۷۴، ۱۷۵، ۱۷۶، ۱۷۷، ۱۷۸، ۱۷۹، ۱۸۰، ۱۸۱، ۱۸۲، ۱۸۳، ۱۸۴، ۱۸۵، ۱۸۶، ۱۸۷، ۱۸۸، ۱۸۹، ۱۹۰، ۱۹۱، ۱۹۲، ۱۹۳، ۱۹۴، ۱۹۵، ۱۹۶، ۱۹۷، ۱۹۸، ۱۹۹، ۲۰۰، ۲۰۱، ۲۰۲، ۲۰۳، ۲۰۴، ۲۰۵، ۲۰۶، ۲۰۷، ۲۰۸، ۲۰۹، ۲۱۰، ۲۱۱، ۲۱۲، ۲۱۳، ۲۱۴، ۲۱۵، ۲۱۶، ۲۱۷، ۲۱۸، ۲۱۹، ۲۲۰، ۲۲۱، ۲۲۲، ۲۲۳، ۲۲۴، ۲۲۵، ۲۲۶، ۲۲۷، ۲۲۸، ۲۲۹، ۲۳۰، ۲۳۱، ۲۳۲، ۲۳۳، ۲۳۴، ۲۳۵، ۲۳۶، ۲۳۷، ۲۳۸، ۲۳۹، ۲۴۰، ۲۴۱، ۲۴۲، ۲۴۳، ۲۴۴، ۲۴۵، ۲۴۶، ۲۴۷، ۲۴۸، ۲۴۹، ۲۵۰، ۲۵۱، ۲۵۲، ۲۵۳، ۲۵۴، ۲۵۵، ۲۵۶، ۲۵۷، ۲۵۸، ۲۵۹، ۲۶۰، ۲۶۱، ۲۶۲، ۲۶۳، ۲۶۴، ۲۶۵، ۲۶۶، ۲۶۷، ۲۶۸، ۲۶۹، ۲۷۰، ۲۷۱، ۲۷۲، ۲۷۳، ۲۷۴، ۲۷۵، ۲۷۶، ۲۷۷، ۲۷۸، ۲۷۹، ۲۸۰، ۲۸۱، ۲۸۲، ۲۸۳، ۲۸۴، ۲۸۵، ۲۸۶، ۲۸۷، ۲۸۸، ۲۸۹، ۲۹۰، ۲۹۱، ۲۹۲، ۲۹۳، ۲۹۴، ۲۹۵، ۲۹۶، ۲۹۷، ۲۹۸، ۲۹۹، ۳۰۰، ۳۰۱، ۳۰۲، ۳۰۳، ۳۰۴، ۳۰۵، ۳۰۶، ۳۰۷، ۳۰۸، ۳۰۹، ۳۱۰، ۳۱۱، ۳۱۲، ۳۱۳، ۳۱۴، ۳۱۵، ۳۱۶، ۳۱۷، ۳۱۸، ۳۱۹، ۳۲۰، ۳۲۱، ۳۲۲، ۳۲۳، ۳۲۴، ۳۲۵، ۳۲۶، ۳۲۷، ۳۲۸، ۳۲۹، ۳۳۰، ۳۳۱، ۳۳۲، ۳۳۳، ۳۳۴، ۳۳۵، ۳۳۶، ۳۳۷، ۳۳۸، ۳۳۹، ۳۴۰، ۳۴۱، ۳۴۲، ۳۴۳، ۳۴۴، ۳۴۵، ۳۴۶، ۳۴۷، ۳۴۸، ۳۴۹، ۳۵۰، ۳۵۱، ۳۵۲، ۳۵۳، ۳۵۴، ۳۵۵، ۳۵۶، ۳۵۷، ۳۵۸، ۳۵۹، ۳۶۰، ۳۶۱، ۳۶۲، ۳۶۳، ۳۶۴، ۳۶۵، ۳۶۶، ۳۶۷، ۳۶۸، ۳۶۹، ۳۷۰، ۳۷۱، ۳۷۲، ۳۷۳، ۳۷۴، ۳۷۵، ۳۷۶، ۳۷۷، ۳۷۸، ۳۷۹، ۳۸۰، ۳۸۱، ۳۸۲، ۳۸۳، ۳۸۴، ۳۸۵، ۳۸۶، ۳۸۷، ۳۸۸، ۳۸۹، ۳۹۰، ۳۹۱، ۳۹۲، ۳۹۳، ۳۹۴، ۳۹۵، ۳۹۶، ۳۹۷، ۳۹۸، ۳۹۹، ۴۰۰، ۴۰۱، ۴۰۲، ۴۰۳، ۴۰۴، ۴۰۵، ۴۰۶، ۴۰۷، ۴۰۸، ۴۰۹، ۴۱۰، ۴۱۱، ۴۱۲، ۴۱۳، ۴۱۴، ۴۱۵، ۴۱۶، ۴۱۷، ۴۱۸، ۴۱۹، ۴۲۰، ۴۲۱، ۴۲۲، ۴۲۳، ۴۲۴، ۴۲۵، ۴۲۶، ۴۲۷، ۴۲۸، ۴۲۹، ۴۳۰، ۴۳۱، ۴۳۲، ۴۳۳، ۴۳۴، ۴۳۵، ۴۳۶، ۴۳۷، ۴۳۸، ۴۳۹، ۴۴۰، ۴۴۱، ۴۴۲، ۴۴۳، ۴۴۴، ۴۴۵، ۴۴۶، ۴۴۷، ۴۴۸، ۴۴۹، ۴۵۰، ۴۵۱، ۴۵۲، ۴۵۳، ۴۵۴، ۴۵۵، ۴۵۶، ۴۵۷، ۴۵۸، ۴۵۹، ۴۶۰، ۴۶۱، ۴۶۲، ۴۶۳، ۴۶۴، ۴۶۵، ۴۶۶، ۴۶۷، ۴۶۸، ۴۶۹، ۴۷۰، ۴۷۱، ۴۷۲، ۴۷۳، ۴۷۴، ۴۷۵، ۴۷۶، ۴۷۷، ۴۷۸، ۴۷۹، ۴۸۰، ۴۸۱، ۴۸۲، ۴۸۳، ۴۸۴، ۴۸۵، ۴۸۶، ۴۸۷، ۴۸۸، ۴۸۹، ۴۹۰، ۴۹۱، ۴۹۲، ۴۹۳، ۴۹۴، ۴۹۵، ۴۹۶، ۴۹۷، ۴۹۸، ۴۹۹، ۵۰۰، ۵۰۱، ۵۰۲، ۵۰۳، ۵۰۴، ۵۰۵، ۵۰۶، ۵۰۷، ۵۰۸، ۵۰۹، ۵۱۰، ۵۱۱، ۵۱۲، ۵۱۳، ۵۱۴، ۵۱۵، ۵۱۶، ۵۱۷، ۵۱۸، ۵۱۹، ۵۲۰، ۵۲۱، ۵۲۲، ۵۲۳، ۵۲۴، ۵۲۵، ۵۲۶، ۵۲۷، ۵۲۸، ۵۲۹، ۵۳۰، ۵۳۱، ۵۳۲، ۵۳۳، ۵۳۴، ۵۳۵، ۵۳۶، ۵۳۷، ۵۳۸، ۵۳۹، ۵۴۰، ۵۴۱، ۵۴۲، ۵۴۳، ۵۴۴، ۵۴۵، ۵۴۶، ۵۴۷، ۵۴۸، ۵۴۹، ۵۵۰، ۵۵۱، ۵۵۲، ۵۵۳، ۵۵۴، ۵۵۵، ۵۵۶، ۵۵۷، ۵۵۸، ۵۵۹، ۵۶۰، ۵۶۱، ۵۶۲، ۵۶۳، ۵۶۴، ۵۶۵، ۵۶۶، ۵۶۷، ۵۶۸، ۵۶۹، ۵۷۰، ۵۷۱، ۵۷۲، ۵۷۳، ۵۷۴، ۵۷۵، ۵۷۶، ۵۷۷، ۵۷۸، ۵۷۹، ۵۸۰، ۵۸۱، ۵۸۲، ۵۸۳، ۵۸۴، ۵۸۵، ۵۸۶، ۵۸۷، ۵۸۸، ۵۸۹، ۵۹۰، ۵۹۱، ۵۹۲، ۵۹۳، ۵۹۴، ۵۹۵، ۵۹۶، ۵۹۷، ۵۹۸، ۵۹۹، ۶۰۰، ۶۰۱، ۶۰۲، ۶۰۳، ۶۰۴، ۶۰۵، ۶۰۶، ۶۰۷، ۶۰۸، ۶۰۹، ۶۱۰، ۶۱۱، ۶۱۲، ۶۱۳، ۶۱۴، ۶۱۵، ۶۱۶، ۶۱۷، ۶۱۸، ۶۱۹، ۶۲۰، ۶۲۱، ۶۲۲، ۶۲۳، ۶۲۴، ۶۲۵، ۶۲۶، ۶۲۷، ۶۲۸، ۶۲۹، ۶۳۰، ۶۳۱، ۶۳۲، ۶۳۳، ۶۳۴، ۶۳۵، ۶۳۶، ۶۳۷، ۶۳۸، ۶۳۹، ۶۴۰، ۶۴۱، ۶۴۲، ۶۴۳، ۶۴۴، ۶۴۵، ۶۴۶، ۶۴۷، ۶۴۸، ۶۴۹، ۶۵۰، ۶۵۱، ۶۵۲، ۶۵۳، ۶۵۴، ۶۵۵، ۶۵۶، ۶۵۷، ۶۵۸، ۶۵۹، ۶۶۰، ۶۶۱، ۶۶۲، ۶۶۳، ۶۶۴، ۶۶۵، ۶۶۶، ۶۶۷، ۶۶۸، ۶۶۹، ۶۷۰، ۶۷۱، ۶۷۲، ۶۷۳، ۶۷۴، ۶۷۵، ۶۷۶، ۶۷۷، ۶۷۸، ۶۷۹، ۶۸۰، ۶۸۱، ۶۸۲، ۶۸۳، ۶۸۴، ۶۸۵، ۶۸۶، ۶۸۷، ۶۸۸، ۶۸۹، ۶۹۰، ۶۹۱، ۶۹۲، ۶۹۳، ۶۹۴، ۶۹۵، ۶۹۶، ۶۹۷، ۶۹۸، ۶۹۹، ۷۰۰، ۷۰۱، ۷۰۲، ۷۰۳، ۷۰۴، ۷۰۵، ۷۰۶، ۷۰۷، ۷۰۸، ۷۰۹، ۷۱۰، ۷۱۱، ۷۱۲، ۷۱۳، ۷۱۴، ۷۱۵، ۷۱۶، ۷۱۷، ۷۱۸، ۷۱۹، ۷۲۰، ۷۲۱، ۷۲۲، ۷۲۳، ۷۲۴، ۷۲۵، ۷۲۶، ۷۲۷، ۷۲۸، ۷۲۹، ۷۳۰، ۷۳۱، ۷۳۲، ۷۳۳، ۷۳۴، ۷۳۵، ۷۳۶، ۷۳۷، ۷۳۸، ۷۳۹، ۷۴۰، ۷۴۱، ۷۴۲، ۷۴۳، ۷۴۴، ۷۴۵، ۷۴۶، ۷۴۷، ۷۴۸، ۷۴۹، ۷۵۰، ۷۵۱، ۷۵۲، ۷۵۳، ۷۵۴، ۷۵۵، ۷۵۶، ۷۵۷، ۷۵۸، ۷۵۹، ۷۶۰، ۷۶۱، ۷۶۲، ۷۶۳، ۷۶۴، ۷۶۵، ۷۶۶، ۷۶۷، ۷۶۸، ۷۶۹، ۷۷۰، ۷۷۱، ۷۷۲، ۷۷۳، ۷۷۴، ۷۷۵، ۷۷۶، ۷۷۷، ۷۷۸، ۷۷۹، ۷۸۰، ۷۸۱، ۷۸۲، ۷۸۳، ۷۸۴، ۷۸۵، ۷۸۶، ۷۸۷، ۷۸۸، ۷۸۹، ۷۹۰، ۷۹۱، ۷۹۲، ۷۹۳، ۷۹۴، ۷۹۵، ۷۹۶، ۷۹۷، ۷۹۸، ۷۹۹، ۸۰۰، ۸۰۱، ۸۰۲، ۸۰۳، ۸۰۴، ۸۰۵، ۸۰۶، ۸۰۷، ۸۰۸، ۸۰۹، ۸۱۰، ۸۱۱، ۸۱۲، ۸۱۳، ۸۱۴، ۸۱۵، ۸۱۶، ۸۱۷، ۸۱۸، ۸۱۹، ۸۲۰، ۸۲۱، ۸۲۲، ۸۲۳، ۸۲۴، ۸۲۵، ۸۲۶، ۸۲۷، ۸۲۸، ۸۲۹، ۸۳۰، ۸۳۱، ۸۳۲، ۸۳۳، ۸۳۴، ۸۳۵، ۸۳۶، ۸۳۷، ۸۳۸، ۸۳۹، ۸۴۰، ۸۴۱، ۸۴۲، ۸۴۳، ۸۴۴، ۸۴۵، ۸۴۶، ۸۴۷، ۸۴۸، ۸۴۹، ۸۵۰، ۸۵۱، ۸۵۲، ۸۵۳، ۸۵۴، ۸۵۵، ۸۵۶، ۸۵۷، ۸۵۸، ۸۵۹، ۸۶۰، ۸۶۱، ۸۶۲، ۸۶۳، ۸۶۴، ۸۶۵، ۸۶۶، ۸۶۷، ۸۶۸، ۸۶۹، ۸۷۰، ۸۷۱، ۸۷۲، ۸۷۳، ۸۷۴، ۸۷۵، ۸۷۶، ۸۷۷، ۸۷۸، ۸۷۹، ۸۸۰، ۸۸۱، ۸۸۲، ۸۸۳، ۸۸۴، ۸۸۵، ۸۸۶، ۸۸۷، ۸۸۸، ۸۸۹، ۸۹۰، ۸۹۱، ۸۹۲، ۸۹۳، ۸۹۴، ۸۹۵، ۸۹۶، ۸۹۷، ۸۹۸، ۸۹۹، ۹۰۰، ۹۰۱، ۹۰۲، ۹۰۳، ۹۰۴، ۹۰۵، ۹۰۶، ۹۰۷، ۹۰۸، ۹۰۹، ۹۱۰، ۹۱۱، ۹۱۲، ۹۱۳، ۹۱۴، ۹۱۵، ۹۱۶، ۹۱۷، ۹۱۸، ۹۱۹، ۹۲۰، ۹۲۱، ۹۲۲، ۹۲۳، ۹۲۴، ۹۲۵، ۹۲۶، ۹۲۷، ۹۲۸، ۹۲۹، ۹۳۰، ۹۳۱، ۹۳۲، ۹۳۳، ۹۳۴، ۹۳۵، ۹۳۶، ۹۳۷، ۹۳۸، ۹۳۹، ۹۴۰، ۹۴۱، ۹۴۲، ۹۴۳، ۹۴۴، ۹۴۵، ۹۴۶، ۹۴۷، ۹۴۸، ۹۴۹، ۹۵۰، ۹۵۱، ۹۵۲، ۹۵۳، ۹۵۴، ۹۵۵، ۹۵۶، ۹۵۷، ۹۵۸، ۹۵۹، ۹۶۰، ۹۶۱، ۹۶۲، ۹۶۳، ۹۶۴، ۹۶۵، ۹۶۶، ۹۶۷، ۹۶۸، ۹۶۹، ۹۷۰، ۹۷۱، ۹۷۲، ۹۷۳، ۹۷۴، ۹۷۵، ۹۷۶، ۹۷۷، ۹۷۸، ۹۷۹، ۹۸۰، ۹۸۱، ۹۸۲، ۹۸۳، ۹۸۴، ۹۸۵، ۹۸۶، ۹۸۷، ۹۸۸، ۹۸۹، ۹۹۰، ۹۹۱، ۹۹۲، ۹۹۳، ۹۹۴، ۹۹۵، ۹۹۶، ۹۹۷، ۹۹۸، ۹۹۹، ۱۰۰۰.

این مقاله از چند نر حائز اهمیت است اولاً این مطالعه دانش موجود درباره گردشگری خانوادگی را با نشان دادن مزایای آن برای والدین و کودکان ارتقا می بخشد. در گذشته اکثر تحقیقات گردشگری خانوادگی در جهت بازار بودند و تجربه افراد کمتر مورد بررسی قرار گرفته است (۱۹، ۲۰). در راستای تحقیقات پیشین (۲۱، ۲۲)، یافته های این مقاله نشان داد که مزایای گردشگری خانوادگی برای اعضای خانواده و روابط داخلی موجود بین این مزایا نقش بسزایی در مقالات مربوط به گردشگری ایفا می کند. هم چنین، پژوهش های پیشین تاکید داشته اند که تجربه اعضای خانواده مولفه مهمی در ارتقای تجربه گردشگران است (۲۳، ۲۴) ولی در مقاله حاضر پیشنهاد می دهد که یادگیری کودکان نیز ممکن است یک مولفه مهم دیگر برای افزایش سلامت روان والدین باشد.

- on lifestyle, social welfare and health climate (case study of Semnan city). *Islamic lifestyle centered on health* 2019; 4 (2): 144-157.
11. Butler, J., & Kern, M. L. (2016). The PERMA-profiler: A brief multidimensional measure of flourishing. *International Journal of Wellbeing*, 6, 1–48. <https://doi.org/10.5502/ijw.v6i3.526>
12. Miyakawa, E., Kawakubo, A., & Oguchi, T. (2019). Do people who travel more perform better at work? *International Journal of Tourism Research*, 21, 427–436. <https://doi.org/10.1002/jtr.2269>
13. Oguchi, T., Abe, K., Sekiguchi, Y., & Saiga, R. (2013, July). Effectiveness of an edutainment theme park in Japan: “KidZania” improves children’s career consciousness. In Paper presented at the meeting of the 19th Asia Pacific Tourism Association Annual Conference, Bangkok, Thailand.
14. Pearce, P. L., & Foster, F. (2007). A “university of travel”: Backpacker learning. *Tourism Management*, 28, 1285–1298. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2006.11.009>
15. de Bloom, J., Kompier, M., Geurts, S., de Weerth, C., Taris, T., & Sonnentag, S. (2009). Do we recover from vacation? Meta-analysis of vacation effects on health and well-being. *Journal of Occupational Health*, 51, 13–25. <https://doi.org/10.1539/joh.K8004>
16. Scarinci, J., & Pearce, P. (2012). The perceived influence of travel experiences on learning generic skills. *Tourism Management*, 33, 380–386. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2011.04.007>
17. Carr, N. (2011). *Children’s and families’ holiday experience*. London: Routledge.
18. Lewin, M. (1979). *Understanding psychological research: The student researcher’s handbook*. New York: Wiley.
- Multidisciplinary perspectives. Bristol: Channel View Publications.
3. Japan Tourism Agency. (2020). *Ryokou kankou sangyou no keizai kouka ni kansuru chyouosa kenkyuu [Research study on economic impacts of tourism in Japan]*. Retrieved from <https://www.mlit.go.jp/common/001354466.pdf>.
4. Morishita, M. (2013). “Tabiiku” no genjyou to teigi wo kangaeru [Attempting a definition of “Tabiiku” on a survey of current situation]. *JAFIT International Tourism Review*, 20, 49–54. https://doi.org/10.24526/jafit.20.0_49
5. Chesworth, N. (2003). The family vacation: A double-edged sword. *International Journal of Consumer Studies*, 27, 346–348. <https://doi.org/10.1046/j.1470-6431.2003.00325.x>
6. Shaw, S. M., & Dawson, D. (2001). Purposive leisure: Examining parental discourses on family activities. *Leisure Sciences*, 23, 217–231. <https://doi.org/10.1080/01490400152809098>
7. Filep, S., & Laing, J. (2019). Trends and directions in tourism and positive psychology. *Journal of Travel Research*, 58, 343–354. <https://doi.org/10.1177/0047287518759227>
8. Kim, J.-H., Ritchie, J. R. B., & McCormick, B. (2012). Development of a scale to measure memorable tourism experiences. *Journal of Travel Research*, 51, 12–25. <https://doi.org/10.1177/0047287510385467>
9. Akbari, Reza. (1388). Investigating the effect of advertising on attracting tourists (case study of Isfahan international tourism), geography and development. No. 17, pp. 147-145.
10. Pirmohammadzadeh Amin, Saheed Saeed, Zandemghadam Mohammadreza. *Mays tourism development with emphasis*

19. Uysal, M., Sirgy, M. J., Woo, E., & Kim, H. L. (2016). Quality of life (QOL) and well-being research in tourism. *Tourism Management*, 53, 244–261. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2015.07.013>
20. Wu, M.-Y., Wall, G., Zu, Y., & Ying, T. (2019). Chinese children's family tourism experiences. *Tourism Management Perspectives*, 29, 166–175. <https://doi.org/10.1016/j.tmp.2018.11.003>
21. Fu, X., Lehto, X., & Park, O. (2014). What does vacation do to our family? Contrasting the perspectives of parents and children. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 31, 461–475. <https://doi.org/10.1080/10548408.2014.883350>
22. Smith, M. K., & Diekmann, A. (2017). Tourism and wellbeing. *Annals of Tourism Research*, 66, 1–13. <https://doi.org/10.1016/j.annals.2017.05.006>
23. Kizzania hakusho 2014 [KidZania white paper 2014]. KCJ Group Inc.
24. Zhang, C., & Conrad, F. G. (2014). Speeding in web surveys: The tendency to answer very fast and its association with straightlining. *Survey Research Methods*, 8, 127–135.