

# 치유농업프로그램이 만족도에 미치는 영향에 관한 연구 -기능적 이미지와 감정적 이미지의 매개효과 중심으로-

오신영<sup>1</sup>, 허철무<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 박사과정, <sup>2</sup>호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 교수

## A Study on the Effect of Care Farming Program on Satisfaction -Focused on the Mediating Effect of Functional Image and Emotional Image-

Sinyeong Oh<sup>1</sup>, Chul-Moo Heo<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Doctoral Student, Dept. of Information Management, Venture, Hoseo University

<sup>2</sup>Professor, Dept. of information Management, Venture, Hoseo University

요 약 본 연구는 치유농업프로그램이 기능적 이미지와 감정적 이미지를 매개하여 만족도에 미치는 영향에 대하여 파악하고자 치유농업프로그램 유형의 하위변수를 원예치유, 가축동물치유, 음식치유, 숲치유로 구분하여 분석하였다. 전국에 거주하는 치유농업프로그램 체험자들로부터 수집한 설문지 328부를 실증분석에 사용하였다. SPSS v22.0과 프로세스매트로 v3.4을 사용하여 매개변수 간 인과관계가 없는 병렬다중매개모형을 기반으로 분석하였다. 분석결과 첫째, 치유농업프로그램 유형 중 원예치유를 제외한 가축동물치유, 음식치유, 숲치유는 기능적 이미지에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 둘째, 치유농업프로그램 유형 모두가 감정적 이미지에 정(+)<sup>1</sup>의 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 셋째, 기능적 이미지와 감정적 이미지 모두 만족도에 유의한 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 넷째, 치유농업프로그램 유형 중 음식치유가 만족도에 미치는 영향은 유의하지 않았으나 나머지는 모두 유의한 영향을 미쳤다. 다섯째, 기능적 이미지는 치유농업프로그램 모두와 만족도 간을 매개하는 것으로 나타났다. 여섯째, 감정적 이미지는 치유농업프로그램 유형 모두와 만족도 간을 매개하는 것으로 나타났다. 본 연구결과는 프로그램 유형별로 만족도를 제고하기 위한 학술적, 실무적 시사점을 제공하였으며, 후속 연구로는 본 연구의 매개변수 외에 다양한 의미있는 매개변수의 발굴 연구 또는 조건부과정 모형을 통한 조절된 매개분석이 필요할 것으로 보인다.

주제어 : 치유농업, 원예치유, 가축동물치유, 음식치유, 숲치유, 기능적 이미지, 감정적 이미지, 프로그램 만족도

Abstract This study analyzed the effects of healing agriculture program types on program satisfaction by using functional image and emotional image of the program as mediators for the participants of healing agriculture program. The sub-variables of the healing agriculture program were classified into horticultural healing, animal healing, food healing, and forest healing. 328 questionnaires collected from the participants of healing agriculture program in the whole country were used for empirical analysis, which used SPSS v22.0 and PROCESS macro v3.4 to analyze the parallel multiple mediation model. First, Among the types of healing agriculture programs, animal healing, food healing, and forest healing had a positive (+) effect on functional image. Second, all types of healing agriculture program had a positive (+) effect on emotional image. Third, both functional and emotional images had a significant positive effect on satisfaction. Fourth, among the types of healing agriculture program, horticultural healing, animal healing, and forest healing had a significant effect on satisfaction, while food healing did not maintain the significant effect on satisfaction. Fifth, functional image mediated between healing agriculture program and satisfaction. Sixth, emotional image mediated between healing agriculture program type and satisfaction. In the next study, it is necessary to study for the adjustment of mediators other than the mediators introduced in this study or the controlled mediated analysis through the conditional process model in which the moderator variable is introduced.

Key Words : Care Farming, Horticultural Healing, Animal Healing, Food Healing, Forest Healing, Functional Image, Emotional Image, Program Satisfaction

\*Corresponding Author : Chul-Moo Heo(cmheo@hoseo.edu)

Received August 8, 2021

Accepted November 20, 2021

Revised September 24, 2021

Published November 28, 2021

## 1. 서론

오늘날 현대사회는 산업의 고도화와 함께 인간에게 물질적 풍요와 동시에 치열한 경쟁과 갈등을 일으키고 있다. 이로 인해 수많은 현대인들은 육체적·정신적 건강에 심각한 영향을 받고 있다. 이런 가운데 최근의 COVID-19 사태는 소득 양극화, 고용구조의 변화 등을 야기하여 사회갈등이 악화되고, 개인의 심리적 불안감은 가중되고 있다. 한편 최근 들어 농촌자원의 활용에 대한 관심이 높아지고 있는데, 이는 일반적인 관광자원의 활용뿐만 아니라 현대인들이 휴식과 함께 육체적·정신적 건강까지 관리할 수 있는 공간으로 재조명되었기 때문이다[1].

이런 가운데 2020년 3월 25일 '치유농업 연구개발 및 육성에 관한 법률(치유농업법)'이 시행되면서 우리나라에서도 본격적으로 도입이 시작되고 있는 치유농업은 농촌 자원들을 활용하여 인간에게 휴식처를 제공하고 다양한 치유농업 프로그램들을 통해 현대인들의 스트레스를 완화하고 치유효과를 기대할 수 있을 것으로 주목받고 있다.

그러나 최근의 치유농업에 대한 관심과 함께 농업·농촌의 새로운 소득원으로 주목받으면서 많은 농장들이 치유농업을 표방하고는 있지만 실제적으로는 아직까지 치유보다는 체험 위주의 프로그램이 많은 경우가 대다수이다. 결국 이용자들이 기대한 바를 치유농업 프로그램이 제대로 충족시키지 못함으로써 만족도가 저하된다면 본격적으로 치유농업이 정착되기도 전에 산업은 성장할 기회를 잃게 되고 말 것이다.

따라서 본 연구는 치유농업프로그램이 프로그램 이용자의 만족도에 어떻게 영향을 미치는가에 대해 연구할 필요성으로부터 출발하게 되었다.

최근까지 치유농업과 관련하여 다양한 연구가 이뤄지고 있으나 아직까지는 현황 및 특성 분석, 치유효과에 대한 실증분석, 정책 우선순위, 이용의도 관련 연구 등 국내 치유농업 산업 도입을 위한 준비단계의 연구 중심이었다. 이에 현 시점에서는 실제 치유농업프로그램 이용자에 대하여 신체적·정신적 치유서비스를 소비하는 주체인 소비자라는 관점에서 이들의 서비스 소비 후 만족도에 영향을 미치는 요인에 대하여 연구를 진행할 필요성을 가지게 되었다. 그러나 이러한 관점에서의 연구는 물론, 소비자 행동에 있어 중요하게 고려해야 할 요소 중 하나인 이미지의 매개효과를 다룬 연구는 찾아보기 어려웠다.

농업·농촌 자원을 이용하여 신체, 심리, 정서, 인지, 사회 등의 건강을 목적으로 하는 활동과 산업을 모두 치

유농업으로 볼 수 있지만, 치유농업프로그램의 유형은 채소·꽃 등 식물부터 가축·동물을 매개로 한 치유, 숲 공간의 활용과 음식을 이용하는 경우까지 매우 다양하다 [2].

본 연구에서는 가장 대표적인 치유농업프로그램의 4가지 유형이 만족도에 미치는 영향을 살펴보고, 각 유형과 만족도간의 관계에 있어 프로그램 유형별로 기능적 이미지가 매개역할을 하는지, 감정적 이미지가 매개역할을 하는지, 아니면 둘 중 어떤 요인이 매개변수로서 더 큰 역할을 하는지를 실증적으로 밝힘으로써 치유농업 이용자들의 만족도 제고를 위해 각 프로그램 유형별로 시사점을 제시하고자 한다.

본 연구의 차별점은 서비스의 소비자라는 관점에서 치유농업프로그램 유형별 만족도와 이미지의 매개효과를 연구하였으며, 이미지의 매개효과와 관련하여 기능적, 감정적 차원으로 나누어 다루었다는 점이다. 본 연구의 분석결과는 학술적 차원에서도 치유농업 이용자 연구에 대한 기초자료로서 활용되며 실무적으로 치유농장 사업자들에게 프로그램 유형별 시사점을 제공할 수 있을 것으로 기대된다.

## 2. 선행연구고찰 및 연구가설

### 2.1 치유농업

치유농업의 정의를 살펴보면 대표적으로 '업무와 관련하여 심리적 스트레스를 받거나 건강하지 못한 사람들뿐만 아니라 사회적, 의학적으로 치유가 필요한 정신질환, 우울, 약물중독 학습장애, 사회적으로 치료가 필요한 사람들을 치유하는 활동'을 말한다[3]. 국내에서는 대표적으로 '농촌자원(식물, 동물, 농작업, 문화와 환경, 음식) 또는 이와 관련한 활동 및 산출물들을 활용하여 국민의 심리적, 인지적, 사회적, 신체적 건강을 위해 치유서비스를 제공하는 활동 및 산업'(김경미 외, 2013)이라는 정의가 주로 사용되고 있다[4].

치유농업의 목적에 대하여 김경미 등(2013)은 해외 선진사례 고찰을 통해 크게 '치유', '교육', '사회적 재활'로 구분하여 제시하였다. '치유' 목적의 치유농업은 신체적 혹은 정신적으로 치유를 필요로 하는 사람들에게 제공하는 것이며, '교육' 목적의 치유농업은 학생들을 대상으로 정규교육과정으로 제공되는 것뿐만 아니라 학습장애 혹은 행동문제 학생들을 위하여 제공되는 교육서비스를 말한다. '사회적 재활' 목적의 치유농업은 약물중독,

사회부적응과 같이 사회적 문제를 가진 사람들을 위하여 제공되는 재활서비스를 말한다[2].

## 2.2 치유농업프로그램

치유농업 서비스는 프로그램의 형태로 구성되어 제공되어야 한다. 치유농업프로그램이란 단순한 신체 활동을 넘어 농작물 등 농장이 가진 각종 자원과 경관 등을 이용한 활동으로, 농업 활동을 통해 피로 및 분노감 감소, 자기효능감을 높일 수 있도록 계획된 프로그램을 말한다[3]. 도시에서는 접하기 어려운 농장이라는 환경 속에서 농작물을 심고 기르며 수확하는 모든 과정을 통해 우리가 평소 접취하는 농작물에 대해 알아가는 교육적 측면과 동시에 자연과 교감함으로써 얻게 되는 치유적 측면을 아우른다[5].

Sempik 등(2010)은 식물부터 동물에 이르기까지 여러 농업자원(Agricultural resources)을 활용한 모든 활동을 치유농업의 범주에 포함하였다. 그는 녹색치유(Green care)라고 일컬으며 녹색치유농업 프로그램으로 사회치료적 원예, 동물매개 개입, 농업치유, 생태치료, 야생치료, 치료목적의 녹색운동 등으로 구분하였다[3].

치유농장에서 제공되는 프로그램은 활동의 종류, 참가자 특성과 상황에 따라 다양하게 적용될 수 있다. 본 연구에서는 국내에서 치유농업 계획수립에 대하여 체계적으로 정리한 농촌진흥청(2021)의 '치유농업 총서'를 참고하여 프로그램에 활용하는 핵심자원에 따른 분류를 참고하였다[2]. 총서에서는 예방중심형 치유농장의 핵심자원으로 식물자원, 동물자원, 농외활동, 자연경관의 4대 자원을 제시하였는데, 본 연구에서는 식물자원을 활용한 원예치유, 동물자원을 활용한 가축동물치유, 농외활동 중 대표적인 활동인 음식치유, 자연경관을 활용한 활동 중 대표적인 숲치유, 이상 4가지를 독립변수로 택하였다. 각각의 개념과 내용, 특징에 대해 선행연구를 살펴본 결과는 다음과 같다.

### 2.2.1 원예치유

원예치유는 식물을 활용한 시각적·미각적 활동을 통해 육체적 재활 및 정신적 피로의 회복을 추구하는 프로그램이다[6]. 과채류, 화훼류 등의 식물을 집약적으로 재배하는 일련의 과정으로서 가장 많이 활용되는 프로그램 중 하나로 정원 가꾸기 등이 대표적이라 할 수 있다. 토양 준비부터 모종 심기, 물주기, 솟아내기, 제초하기, 수확까지 식물의 모든 성장 단계에서 활동을 프로그램과

연계할 수 있다.

### 2.2.2 가축동물치유

가축동물치유는 가축을 비롯한 동물과 접촉하면서 나누는 동물과의 교감을 토대로 치유효과를 추구하는 매개치료와 동물과 함께 활동하며 심신을 단련하는 치유승마와 같이 육체적·정신적 치료 효과를 추구하는 프로그램이다[7]. 구체적으로는 먹이주기(급이·급식), 쓰다듬기, 젓 짜기, 축사 청소 등 다양한 활동과 프로그램을 연계할 수 있다.

### 2.2.3 음식치유

실내활동 프로그램 중 대표적으로 음식치유를 들 수 있다. 직접 재배하여 수확한 작물을 활용하여 가공 혹은 조리를 스스로 할 수 있기 때문이다. 실내활동은 기상환경이 좋지 않더라도 치유농장 이용자들에게 활동을 제공할 수 있다는 장점으로 인하여 치유농업프로그램에 함께 구성된다. 인스턴트 식품 등 각종 편이식에 길들여진 현대인들은 텃밭에서 자신이 갖 수확한 신선한 농산물과 한국 전통의 발효식품 및 장류를 이용하여 농촌음식을 경험함으로써 치유활동이 될 수 있다[8].

### 2.2.4 숲치유

숲치유는 숲의 향기·경관 등 자연의 다양한 요소를 활용하여 인체의 면역력을 높이고 건강을 증진시키는 활동을 말하며, 이러한 산림자원과 산촌의 어메니티를 활용하여 면역력과 건강을 향상시키기 위해 마을 공간 구성 요소를 치유활동에 맞추어 조성한 마을을 산림치유마을이라고 한다[9]. 산림청이 2009년부터 조성하기 시작한 '치유의 숲'에서는 다양한 치유프로그램을 운영하고 있는데 내용적으로는 피톤치드, 맨발걷기, 숲명상, 이완·체조 등을 포함하고 있다. 숲치유 프로그램의 산림치유인자는 생물적 요소, 오감 요소, 사회적 요소, 지형운동 요소, 기후물질 요소, 심리적 요소로 구분할 수 있는데(산림청, 2015), 이를 활용한 식물요법, 물요법, 정신요법, 식이요법, 기후요법, 운동요법 등의 산림치유요법을 대표적으로 활용하고 있다[10].

## 2.3 기능적 이미지

이미지는 과거의 경험으로부터 구체적이고 감각적으로 마음 속에 재생되는 상으로서, 사물에 대해 느끼는 감정, 전반적인 인상 또는 신념에 대한 개인 각자의 태도를

개념화한 것이라 할 수 있다[11].

특히 마케팅 분야에서 이미지는 소비자 만족도에 영향을 미치는 요인으로 방문, 재방문과 같은 행동의도 및 충성도에까지 영향을 미치는 것으로 많은 연구가 이뤄져왔다. 브랜드 관점의 연구에서는 이미지는 소비자 기억에 있는 주관적 연상관계의 집합체로서[12], Keller(1993)는 해당 브랜드에 대해 소비자가 느끼는 전반적 인상이자 브랜드와 관련된 연상들의 집합체로 이미지를 정의하고 있다[13].

브랜드 이미지가 좋을수록 소비자의 지각 품질과 가치, 만족도 및 충성도는 높아지는 경향이 있다는 것이 많은 연구를 통해 밝혀졌다[14].

기능적 이미지(Functional image)는 제품 또는 서비스와 관련한 가장 본질적 특성을 의미한다[13]. 즉, 소비자가 해당 브랜드의 제품 또는 서비스를 소비할 때 기대하는 품질, 성능, 속성 등의 기능적 문제에 대한 우수성에 대한 연상이자[15], 소비자가 해당 제품 또는 서비스를 통해 기대하는 기본적 니즈의 충족 여부와 깊게 연관되어 있다[16].

이상의 기능적 이미지의 개념을 본 연구에 적용하자면, 치유농업 서비스가 이용자에게 제공되기 위하여 구성되는 치유농업 프로그램들이 치유농업 서비스의 가장 본질적 특성인 심리적 스트레스나 신체적 건강문제의 완화 또는 치유를 이룰 수 있을 것이라는 연상을 일으킴으로써 만족도에 미치는 영향을 얼마나 설명할 수 있는가에 대해 연구하고자 한다.

따라서 본 연구에서는 치유농업프로그램과 만족도 사이의 영향관계에서 기능적 이미지를 매개변수로 채택하였다.

## 2.4 감정적 이미지

전통적으로 소비자는 이성적이고 합리적이라는 관점으로 소비자의 인지적 행동을 연구하는 사조가 이어져왔으나, 소비자는 이성적인 동시에 감정적이기도 한다는 관점의 등장과 함께 감정적 이미지에 대한 연구도 2000년대 들어 활발히 이뤄지고 있다.

이주호 등(2009)의 연구자는 장소이미지 및 체험가치와 방문만족과의 관계를 연구하면서 체험가치를 기능적 가치와 감정적 가치로 측정하였다[17]. 이정은(2011)은 제품이나 서비스에 대한 긍정적이거나 부정적인 감정은 만족도 형성과 최종적인 평가에 영향을 미친다고 제시하였다[18]. 고객은 긍정적 또는 부정적 감정차원을 근거로

한 감정적 반응이 만족의 판단에 직접적인 영향을 준다는 연구결과도 있었다[19]. 백소연 등(2012)은 ‘즐거움’, ‘특별함’, ‘친밀감’이 스타벅스의 경험적 브랜드 이미지로서 연관된다고 하였는데, 이러한 속성은 본 연구에서 채택한 감정적 이미지의 정의와도 같은 맥락에서 이해할 수 있다[20].

감정적 이미지는 방문장소에 대한 느낌과 애정으로 간주되며, 이러한 감정적 해석을 통해 형성된 이미지를 말한다[11]. 이를 본 연구에 적용하자면, 치유농업프로그램을 통해 서비스를 제공받을 때의 느낌이나 애정과 같은 감정적 해석은 프로그램 종류마다 다를 수 있을 것이다. 치유농업프로그램에 대해 이용자들에게 형성된 이러한 감정적 이미지가 만족도에 미치는 영향을 얼마나 설명할 수 있는가를 본 연구에서는 알아보하고자 한다.

따라서 본 연구에서는 치유농업프로그램과 만족도 사이의 영향관계에서 감정적 이미지를 매개변수로 채택하였다.

## 2.5 만족도

고객만족은 제품이나 서비스에 대한 소비자 인식과 기대와의 차이로부터 발생한다[21]. 고객만족이란 소비자가 가지고 있는 기대의 충족과 관련한 반응이라고 할 수 있으며, 기대와 성과가 일치하지 않을 때 긍정적 또는 부정적 고객반응이 발생한다[22]. 즉, 체험 전후를 비교하여 체험 후 지각된 성과가 체험 전 기대한 정도와 같으면 고객만족, 기대 정도보다 높으면 고객감동이 형성되는 반면, 체험 후 지각된 성과가 체험 전 기대 정도보다 낮으면 고객실망이 형성되게 된다[23].

고객만족이 중요한 이유는 고객만족 정도가 높아질수록 제품 또는 서비스에 대한 재구매와 구전효과가 커지기 때문으로, 고객의 충성도는 결국 신규고객을 창출하거나 고객의 재방문을 증대시킬 수 있기 때문에 고객에 대한 만족도 평가를 통해 충성고객을 확보하는 것은 중요한 활동이라 하겠다[24]. 이는 서비스로서의 치유농업 비즈니스에 있어서도 마찬가지일 것이다. 특히나 2020년 3월 치유농업법 시행과 함께 본격적으로 국내에 도입되기 시작한 현재의 초기 치유농업 시장에 있어 이용객의 만족도는 시장의 성장 혹은 도태를 결정지을 중요한 판지표가 될 것이다.

이에 본 연구에서는 치유농업프로그램 이용자의 프로그램 만족도를 종속변수로 설정하였다.

### 3. 연구설계

#### 3.1 연구가설

본 연구의 목적은 치유농업프로그램 체험자를 대상으로 프로그램 만족도에 미치는 영향 요인에 대하여 파악하고 그 영향력을 분석하는 데 있다. 이에 따라서 만족도에 미치는 요인을 치유농업프로그램 유형, 기능적 이미지, 감정적 이미지 등으로 구분하였다. 또한 치유농업프로그램 유형의 하위변수는 선행연구 고찰에서 밝혔듯이 원예치유, 가축동물치유, 음식치유, 숲치유로 구분하였다.

치유농업프로그램 이용자 만족도에 영향을 미치는 요인들 간의 관계에 대한 선행연구로는 치유농업프로그램과 기능적 이미지 및 감정적 이미지 간의 관계에 대한 연구를 포함하여 기능적 이미지 및 감정적 이미지가 만족도에 미치는 영향에 대한 선행연구 결과를 고찰하여 가설 설정에 대한 이론적 근거를 제시하였다.

본 연구에서는 치유농업프로그램을 독립변수로, 기능적 이미지를 제 1 매개변수로, 감정적 이미지를 제 2 매개변수로, 만족도를 종속변수로 하는 매개변수 간 인과관계가 없는 다중병렬매개모형을 기반으로, 총 효과(독립변수가 종속변수에 미치는 영향)와 직접효과(매개변수 통제 하에서 독립변수가 종속변수에 미치는 영향), 그리고 간접효과(독립변수가 매개변수를 경유하여 종속변수에 미치는 영향)의 검정을 위한 가설 또한 설정하였다.

##### 3.1.1 치유농업프로그램과 기능적 이미지 간 관계

먼저 치유농업 프로그램과 기능적 이미지간의 관계를 간접적으로 유추할 수 있는 선행연구를 고찰한 결과는 다음과 같다.

이상미 등(2015)은 치유농업프로그램 개발을 위한 체험유형 요구분석에 대한 연구를 실시하였다. 이 중 신체적 경험의 강화와 관련된 자극이 주어지는 행동체험이 치료를 위한 농업활동에 있어 가장 높은 요구가 있는 것으로 나타났다[25].

김현진·서정원(2016)은 산림치유를 이용한 산촌지역 활성화를 위한 방안 중 하나로 프로그램 전과 후에 건강상태를 체크하여 산림치유 프로그램의 효과를 증명하는 방안을 통해 치유프로그램에 대한 만족도를 높일 것을 제안하였다[9].

윤기선(2020)은 여가 웰니스관광 프로그램이 건강만족도에 미치는 영향에 있어 프로그램이 자연치유 효과에 미치는 영향으로 인해 만족도도 높아진다고 분석하였다.

이는 치유농업 체험에 따른 기능적 이미지를 의미한다고 볼 수 있다[26].

이 외에 치유농업과는 직접적인 관련성이 없지만 타분야 체험공간의 프로그램과 기능적 이미지간의 관계를 다룬 연구로는, 창작공간의 체험프로그램이 공간이미지 중 인지적 이미지에 긍정적 영향을 미친다는 연구 결과[27]와 테마파크 이벤트프로그램 속성이 테마파크의 인지적 이미지에 긍정적인 영향을 미친다는 연구 결과[28]가 있었다.

이상의 선행연구 고찰결과를 토대로 본 연구에서는 치유농업프로그램이 기능적 이미지에 정(+의 영향을 미칠 것으로 가설을 도출하였다.

H1. 치유농업프로그램은 기능적 이미지에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-1 원예치유는 기능적 이미지에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-2 가축동물치유는 기능적 이미지에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-3 음식치유는 기능적 이미지에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

H1-4 숲치유는 기능적 이미지에 정(+의 영향을 미칠 것이다.

##### 3.1.2 치유농업프로그램과 감정적 이미지 간 관계

치유농업프로그램과 감정적 이미지간의 관계를 간접적으로 유추할 수 있는 선행연구를 고찰한 결과는 다음과 같다.

이상미 등(2015)의 치유농업프로그램 개발을 위한 체험유형 요구분석 연구에서는 즐거움, 감동, 자부심 등과 같이 긍정적인 기분과 감정을 자극하는 감성체험이 치유를 위한 농업활동에 있어 가장 높은 요구가 있는 것으로 나타났다. 결론적으로 연구자는 감성체험이 가능하도록 프로그램 내용이 구성되어야 한다고 주장하였다[25].

김이경(2021)은 자연물을 매개로 한 감각자극 활동이 치유농업프로그램에 적용된다면 취약계층의 트라우마 감소에 긍정적으로 작용할 것으로 보고 실증연구를 하였다. 연구 결과, 주부층의 불안, 스트레스, 그리고 노인층의 우울감소에 유의미한 변화가 있는 것으로 나타났으며, 프로그램별로 유의성 유무가 다르게 측정되었다고 밝혔다[5].

한편 치유농업 외 분야를 다룬 연구 중 체험공간의 프로그램과 감정적 이미지간의 관계를 다룬 연구 결과를 살펴보면, 창작공간의 체험프로그램이 공간이미지 중 정

서적 이미지에 유의하게 영향을 미치며[27], 테마파크 이벤트프로그램 속성이 테마파크의 정서적 이미지에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[28].

이상의 선행연구 결과를 통해 치유농업프로그램과 감정적 이미지 간에 인과관계에 대한 이론적 근거를 확인할 수 있었다. 이를 토대로 본 연구에서는 치유농업 프로그램이 감정적 이미지에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이라는 가설을 도출하였다.

H2. 치유농업프로그램은 감정적 이미지에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H2-1 원예치유는 감정적 이미지에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다..

H2-2 가축동물치유는 감정적 이미지에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H2-3 음식치유는 감정적 이미지에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H2-4 숲치유는 감정적 이미지에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 3.1.3 기능적 이미지, 감정적 이미지와 만족도 간 관계

일반적으로 제품이나 서비스가 소비자로부터 긍정적인 이미지를 확보할수록 만족도는 높아지는데, 이는 구매 또는 이용 전에 가지고 있던 이미지가 구매 또는 이용 후에 소비자에게 생기는 부정적 감정을 조절하고 만족을 유도하기 때문이다[29].

먼저 선행연구에서 기능적 이미지와 만족도와의 인과관계에 대하여 살펴본 결과는 다음과 같다.

임지현 등(2016)은 패밀리레스토랑 이용객을 대상으로 다차원 브랜드이미지와 만족, 신뢰, 충성도와의 관계를 연구하였는데, 기능적 이미지가 다른 이미지 요소보다 가장 만족도에 높게 영향을 미치는 것으로 나타났다[30]. 이일한(2019)은 사회적기업 제품에 대한 소비자의 기대 수준과 기능적 성과와의 기능적 일치성에 대하여 고객만족과의 인과관계를 살펴보았는데, 이는 곧 본 연구에서의 기능적 이미지의 정의와 일치한다고 볼 수 있다. 연구 결과 이는 사회적기업 제품에 대한 고객만족에 긍정적 영향을 미친다고 하였다[31]. 이장석(2021)은 병원 및 CEO의 이미지와 고객만족 및 재이용의도와의 관계를 실증 연구한 결과, 병원 브랜드의 기능적 이미지 속성이 고객만족에 유의한 정(+)<sup>1</sup>적 영향을 미친다고 밝혔다[32].

다음으로 감정적 이미지와 만족도와의 인과관계에 대하여 살펴본 결과는 다음과 같다.

이정은(2011)은 제품이나 서비스에 대한 만족에 영향을 미치는 주요 요인으로 과거의 초기연구에는 인지적 요소가 강조되었지만 점차적으로 감정적 요소의 중요성이 커지고 있다고 하였다. 따라서 고객만족에 영향을 미치는 요소는 인지적 요소와 감정적 요소가 함께 영향을 미치며 두 가지가 결합되어 고객만족이 형성된다고 하였다[18].

관광분야에서는 어떤 장소의 방문 및 체험과 관련하여 감정적(정서적) 이미지와 만족도와의 관계를 제시한 연구를 오래전부터 확인할 수 있었다. 김나형(2017)은 팜파티 농가에 대한 정서적 이미지가 소비자만족에 유의한 영향을 미친다는 사실을 규명하면서, 팜파티 농가가 다른 농가와 차별적인 이미지를 만들어야 한다고 주장하였다[33]. 박혜진(2020)은 호텔의 정서적 이미지의 하위변수를 즐거움, 신기함, 안락함으로 구성하여 만족도에 미치는 영향을 밝혔다[34].

이상의 선행연구 결과를 토대로 본 연구는 치유농업 프로그램에 있어서도 기능적 이미지와 감정적 이미지가 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이라고 추론할 수 있었다. 이에 다음과 같이 가설을 도출하였다.

H3. 기능적 이미지와 감정적 이미지는 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다..

H3-1 치유농업프로그램과 감정적 이미지가 통제된 상황에서 기능적 이미지는 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H3-2 치유농업프로그램과 기능적 이미지가 통제된 상황에서 감정적 이미지는 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 3.1.4 치유농업프로그램과 만족도 간 관계

앞서 살펴본 산림치유 프로그램, 여가 웰니스관광 프로그램 연구 등에서 프로그램은 만족도에 영향을 미치는 것으로 나타나 본 연구의 치유농업프로그램과 만족도 간 인과관계에 대한 가설의 이론적 근거를 확인할 수 있었다[9,26]. 따라서 치유농업프로그램이 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이라는 가설을 도출하였다.

H4. 치유농업프로그램은 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H4-1 원예치유는 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H4-2 가축동물치유는 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

H4-3 음식치유는 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.  
 H4-4 숲치유는 만족도에 정(+)<sup>1</sup>의 영향을 미칠 것이다.

### 3.1.5 매개효과

위에서 제시한 여러 선행연구에서의 치유농업프로그램과 기능적 이미지 및 감정적 이미지와의 인과관계, 그리고 기능적 이미지 및 감정적 이미지와 만족도 간의 인과관계, 치유농업프로그램과 만족도 간의 인과관계를 보았을 때 기능적 이미지와 감정적 이미지는 치유농업프로그램과 만족도 사이의 영향관계에서 매개역할을 할 것으로 추론할 수 있다. 따라서 다음과 같이 가설을 도출하였다.

- H5. 기능적 이미지는 치유농업프로그램과 만족도 간을 매개할 것이다.
- H5-1 기능적 이미지는 원예치유와 만족도 간을 매개할 것이다.
- H5-2 기능적 이미지는 가축동물치유와 만족도 간을 매개할 것이다.
- H5-3 기능적 이미지는 음식치유와 만족도 간을 매개할 것이다.
- H5-4 기능적 이미지는 숲치유와 만족도 간을 매개할 것이다.
- H6. 감정적 이미지는 치유농업프로그램과 만족도 간을 매개할 것이다.
- H6-1 감정적 이미지는 원예치유와 만족도 간을 매개할 것이다.
- H6-2 감정적 이미지는 가축동물치유와 만족도 간을 매개할 것이다.
- H6-3 감정적 이미지는 음식치유와 만족도 간을 매개할 것이다.
- H6-4 감정적 이미지는 숲치유와 만족도 간을 매개할 것이다.

### 3.2 연구모형

위 가설을 기반으로 치유농업프로그램 체험자가 프로그램 만족도에 실질적으로 기여하는 요인을 분석하기 위하여 치유농업프로그램(원예치유, 가축동물치유, 음식치유, 숲치유)을 독립변수로 기능적 이미지와 감정적 이미지를 매개변수로 하는 병렬매개모형을 기반으로 치유농업프로그램이 만족도에 미치는 영향 여부와 기능적 이미지와 감정적 이미지를 경유하여 치유농업프로그램이 만족도에 대해 간접적인 영향을 미치는지를 규명하기 위해

Fig. 1과 같은 연구모형을 설정하였다.

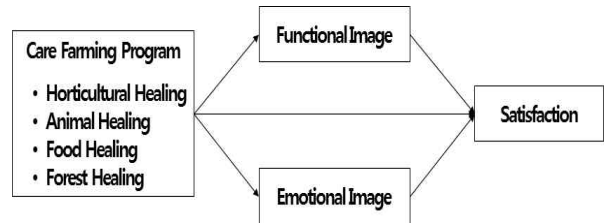


Fig. 1. Research Model

### 3.3 변수의 조작적 정의와 측정도구

본 연구에 사용된 변수들의 조작적 정의는 해당변수의 개념이 추상적일 경우 측정이 어려우므로 계량적으로 측정할 수 있도록 구체적으로 표현해 정의하는 것으로서 선행연구들을 기반으로 정리하였다.

#### 3.3.1 치유농업프로그램 유형

##### 가. 원예치유

본 연구에서 원예치유는 ‘채소, 화훼, 과일 등의 식물 재배를 활용한 활동을 통해 육체적·정신적 치유를 추구하는 프로그램’으로 정의하였다.

##### 나. 가축동물치유

본 연구에서 가축동물치유는 ‘가축동물과의 접촉을 통한 교감 또는 함께 활동을 통하여 육체적·정신적 치유를 추구하는 프로그램’으로 정의하였다.

##### 다. 음식치유

본 연구에서 음식치유는 ‘농장에서 수확한 농산물을 이용하여 농촌음식을 직접 만들고 경험함으로써 육체적·정신적 치유를 추구하는 프로그램’으로 정의하였다.

##### 라. 숲치유

본 연구에서 숲치유는 ‘숲이 가진 향기·경관 등의 다양한 요소를 활용한 활동들을 통하여 육체적·정신적 치유를 추구하는 프로그램’으로 정의하였다.

#### 3.3.2 기능적 이미지

본 연구에서 기능적 이미지는 ‘치유농업프로그램 체험 고객이 프로그램의 심리적·신체적 치유효과에 대해 가지는 연상의 지각정도’로 정의하였다.

### 3.3.3 감정적 이미지

본 연구에서 감정적 이미지는 '치유농업프로그램 체험 고객이 프로그램에 대해 가지는 개인적인 감정적 반응이나 느낌의 지각정도'로 정의하였다.

### 3.3.4 만족도

본 연구에서 만족도는 고객만족의 개념을 치유농업에 적용하여 '치유농업프로그램 체험 이전에 가졌던 기대나 요구에 대해 프로그램 체험 후에 느낀 만족의 판단 정도'로 정의하였다.

연구대상의 인구통계학적 특성으로는 선행연구에서 주로 사용된 성별, 연령, 결혼여부, 학력, 주거지역, 재산 정도 프로그램 참여 지역, 직업, 월 평균 수입, 치유농업 프로그램 참여 횟수, 참여 구성원 수, 선호 치유농업프로그램, 프로그램 참여 이유 등을 세부항목으로 선정하였다.

인구통계학적 특성 관련 문항을 제외한 모든 문항들을 Likert 5점 척도를 사용하여 측정하였다.

Table 1. Measurement tool

Variables		# of questionnaires	Sources
Independent Variables	Horticultural Healing	4	O. J. Kim (2016) Y. J. Park (2020)
	Animal Healing	4	
	Food Healing	4	
	Forest Healing	4	
Mediator	Functional Image	4	S. W. Yoon & D. I. Yoon (2015)
	Emotional Image	4	J. H. Lee et al.(2009) S. Y. Paek et al.(2012)
Dependent Variables	Satisfaction	4	D. G. Yoo (2004) S. Y. Kim & S. J. Lee (2014)[35]
Demographic Variables		13	

### 3.4 자료수집 및 분석방법

본 연구의 실증적 자료는 전국에 거주하는 치유농업 프로그램 체험자를 주 대상으로 선정하여 설문조사를 실시하였다. 선행연구를 검토하여 설문문항을 작성한 후 pre-test를 실시를 통해 발견된 문제점을 수정·보완한 후 연구목적에 맞게 수정하여 설문지를 작성하였다. Naver Office를 이용한 온라인조사를 통해 약 30일간 (2020. 12. 01. ~ 2020. 12. 30.) 자료를 수집하였다.

총 400부를 배부하여 수집된 자료는 총 367부로 집계되었으며, 결측값이 있거나 불성실한 응답 39부를 제외한 328부를 자료 분석에 사용하였다.

본 연구의 통계처리는 SPSS Win Ver.22.0와 PROCESS macro v3.4를 이용하였다. 조사대상자의 인구통계학적 변수별 자료의 특성을 파악하고자 빈도분석 (frequency analysis)을 실시하였으며, 측정도구의 정확성을 파악하기 위한 타당도 검증으로 요인분석을 실시하였고, 측정변수의 일관성 규명을 위해 Cronbach's  $\alpha$  계수를 이용한 신뢰도 분석(reliability analysis)을 실시하였다.

변수 간의 상호관련성 측정은 이변량 상관관계분석으로 실시하였고, 연구가설의 검정은 회귀분석(regression analysis)을 통해 실시하였다. 치유농업 프로그램이 기능적 이미지 또는 감정적 이미지를 경유하여 만족도에 미치는 영향을 분석하기 위해 PROCESS macro의 병렬다중매개모형인 Model 4를 이용하여 추정된 간접효과, 직접효과, 총 효과를 검정하였다. 간접효과의 유의성은 Bootstrap 신뢰구간 검정을 이용하였다.

### 3.5 조사대상의 특성

본 연구에서 조사대상 328명의 인구통계학적 특성을 파악하고자 성별, 연령, 결혼여부, 학력, 주거지역, 재산 정도, 프로그램 참여 지역, 직업, 월 평균 수입, 치유농업 프로그램 참여 횟수, 참여 구성원 수, 선호 치유농업프로그램, 프로그램 참여 이유 등으로 구분하여 빈도분석을 실시하였고 그 결과는 Table 2에 제시되어 있다.

성별 분포에서는 남자(36.9%, 121명)가 여자(63.1%, 207명)보다 훨씬 적은 것으로 조사되었다. 연령별로는 40~50세 미만이 27.4%(90명), 50~60세 미만이 26.2%(86명), 30~40세 미만이 18.9%(62명), 20~30세 미만이 13.7%(45명), 60~70세 미만이 13.1%(43명), 70세 이상이 0.6%(2명)의 순으로 분포되어 있고 비교적 연령별로 고르게 분포하고 있는 것으로 조사되었다. 결혼 상태 분포는 기혼이 69.2%(227명)로 나타나 미혼 28.4%(93명)보다 훨씬 많은 것으로 나타났다.

학력은 대학교 졸업(38.7%, 127명), 고등학교 졸업(28%, 92명), 전문대 졸업(16.8%, 55명), 대학원 졸업(10.1%, 33명), 중학교 졸업이하(6.4%, 21명)의 순서로 나타나 전문대 졸업 이상이 60%를 상회하는 것으로 나타나 고학력자가 다수인 것으로 나타났다. 주거지역 분포는 서울과 수도권이 가장 많고(39.3%) 그 다음으로 충청권(27.7%)이 차지하는 것으로 조사되었다.



재산 정도는 1~3억 원 미만(54.3%, 178명), 3~5억 원 미만, 5~10억 원 미만, 1~3억 원 미만, 10~15억 원 미만, 15억 이상의 순으로 조사되었다.

프로그램 참여 지역 분포는 영남권(28%, 92명), 수도권(24.7%, 81명), 호남권(14.9%, 49명), 강원권(21%, 69명), 충청권(10.1%, 33명), 제주(1.2%, 4명)의 순으로 분포되었다.

직업은 기타, 회사원, 전문직, 자영업, 공무원, 생산직의 순으로 분포되어 있는데 기타는 주부, 무직, 학생, 농업 등을 포함하고 있는 것으로 조사되었다.

월평균 수입 분포는 100~300만원 미만, 300~500만원 미만, 100만원 미만, 500~700만원 미만, 700~1000만원 미만, 1000만원 이상 순으로 나타났다. 500만원 미만이 다수를 이루고 있는 것으로 조사되었다.

프로그램 참여 횟수는 1회(43%, 141명), 2회(24.7%, 81명), 3회(13.7%, 45명), 5회 이상(12.8% 42명), 4회(5.8%, 19명)의 순으로 조사되었다.

프로그램 참여시 구성원 수는 2인(29.9%, 98명), 5인 이상(29%, 95명), 3인(22.9%, 75명), 1인/4인(9.1%, 30명)의 순으로 분포하는 것으로 나타났다. 이는 대체로 참여시 동반 인원이 있다는 것을 의미한다.

선호프로그램은 원예치유(44.5%, 146명), 숲치유(29.9%, 98명), 음식치유(18.9%, 62명), 가축동물치유(5.5%, 18명), 기타(1.2%, 4명)의 순으로 나타났다. 이는 원예치유프로그램이 가장 호응도가 높다는 것을 시사한다.

프로그램 참여 이유는 정서적 건강(58.5%, 192명)이 가장 크고, 그 다음 신체적 건강(26.5%, 87명), 사회적 건강(13.1%, 43명), 기타의 순으로 조사되었다.

Table 2. Demographic Characteristics of the Respondents

Classification		N	%
Gender	①male	121	36.9
	②female	207	63.1
Age	①20~under 30	45	13.7
	②30~under 40	62	18.9
	③40~under 50	90	27.4
	④50~under 60	86	26.2
	⑤60~under 70	43	13.1
	⑥70 & over	2	.6
Marriage status	①married	227	69.2
	②unmarried	93	28.4
	③other	8	2.4
Education	①under middle school	21	6.4

	②high school	92	28.0
	③junior college	55	16.8
	④university	127	38.7
	⑤graduate school	33	10.1
	Residential area	①Seoul/Kyunggi/Incheon	129
	②Daejeon/Sejong/Chungcheong	14	4.3
	③Gwangju/Jeonra	50	15.2
	④Daegu/Kyungsang	91	27.7
	⑤Gangwon	42	12.8
	⑥Jeju	2	.6
Property	①0.1~under 0.3 bil won	178	54.3
	②0.3~under 0.5 bil won	82	25
	③0.5~under 1 bil won	42	12.8
	④1~under 1.5 bil won	20	6.1
	⑤1.5~under 2 bil won	3	0.9
	⑥2 billion won & over	3	0.9
Program participation area	①Seoul/Kyunggi/Incheon	81	24.7
	②Daejeon/Sejong/Chungcheong	33	10.1
	③Gwangju/Jeonra	49	14.9
	④Daegu/Kyungsang	92	28
	⑤Gangwon	69	21
	⑥Jeju	4	1.2
Job	①official	17	5.2
	②profession	69	21
	③office worker	72	22
	④production job	16	4.9
	⑤self-employment	46	14
	⑥other	108	32.9
Average monthly income	①under 1 million won	61	18.6
	②1~under 3 mil won	124	37.8
	③3~under 5 mil won	103	31.4
	④5~under 7 mil won	25	7.6
	⑤7~under 10 mil won	11	3.4
	⑥10 million won & over	4	1.2
Participation	①1 time	141	43
	②2 times	81	24.7
	③3 times	45	13.7
	④4 times	19	5.8
	⑤5 times & over	42	12.8
No. of participants	①1 person	30	9.1
	②2 people	98	29.9
	③3 people	75	22.9
	④4 people	30	9.1
	⑤5 people & over	95	29.0
	Preferred program	①horticultural healing	146
②animal healing		18	5.5
③food healing		62	18.9
④forest healing		98	29.9

	⑤other	4	1.2
Reasons for participating in the program	①emotional health	192	58.5
	②physical health	87	26.5
	③social health	43	13.1
	④other	6	1.8

### 3.6 측정도구의 타당성 검증

타당도란 측정을 위해 개발한 도구를 사용하여 측정하고자 하는 개념이나 속성을 얼마나 정확하게 측정할 수 있는가를 나타내는 지표이다[36]. 측정도구인 설문지의 타당성을 확인하고자 요인분석을 실시하였다. 표본의 적절성을 측정하는 KMO(Kaiser-Meyer-Olkin) 검정을 실시하였다. 본 연구에서 사용한 변수의 KMO 값은 0.9 이상(.918)으로 매우 양호하다고 할 수 있으며 변수 쌍의 상관성이 다른 변수들에 의해 설명되는 것을 뜻한다. 따라서 변수들의 선정은 요인분석에 적합하다고 판단된다. 또한, 요인분석에 사용될 표본의 상관행렬의 단위행렬 여부 검증을 통해 변수들의 선형성 여부를 파악하기 위하여 Bartlett의 구형성 검정을 이용하였다. 분석 결과 유의확률은 0.000으로 나타났으며 상관행렬이 단위행렬이라는 귀무가설을 기각하였다. 따라서 요인분석에 데이터를 사용하는 것은 적합하다고 판단할 수 있다.

요인회전은 배리맥스로 지정하였고 요인선정 기준은 공통성 0.5이상과 요인적재량이 0.5이상으로 하였다. 이를 적용한 요인분석의 결과로써 고유값(eigen values)이 1보다 큰 일곱 개의 요인이 추출되어 Table 3에 나타났고, 요인모델의 총 설명변량은 75.662%로 나타났다. 요인에 속한 변수들의 평균값을 가설검정에 요인 값으로 사용하였다.

Table 3. Factor Analysis

	Factor						
	Sat	Ani	Ho	Emo	Food	Fnc	Frst
Sat-2	.820	.056	.144	.199	.084	.180	.108
Sat-1	.725	.103	.086	.293	.023	.208	.249
Sat-4	.691	.118	.078	.454	.155	.177	.147
Sat-3	.654	.130	.106	.444	.198	.172	.151
Ani-3	.057	.888	.058	.097	.066	.154	.011
Ani-4	-.093	.835	.120	.184	.145	.128	.057
Ani-1	.175	.795	.161	.006	.211	.168	.161
Ani-2	.174	.793	.124	.007	.202	.093	.232
Ho-1	-.022	.146	.811	.165	.193	.161	.182
Ho-2	.144	.072	.791	.041	.251	.148	.255

Ho-3	.170	.062	.758	-.059	.260	.121	.150
Ho-4	.061	.235	.736	.338	.176	.015	.215
Emo-3	.338	.105	.106	.679	.126	.221	.282
Emo-2	.399	.103	.150	.634	.057	.241	.233
Emo-1	.403	.017	.170	.586	.145	.313	.042
Emo-4	.490	.117	.074	.562	.215	.240	.184
Food-3	.066	.184	.297	.239	.786	.006	.175
Food-2	-.012	.174	.208	.074	.708	.181	.315
Food-1	.186	.153	.253	-.106	.695	.274	.251
Food-4	.124	.198	.235	.329	.636	-.011	.332
Fnc-2	.087	.120	.107	.028	.011	.846	.169
Fnc-4	.155	.216	.108	.216	.119	.759	.028
Fnc-3	.084	.210	.048	.461	.274	.611	.105
Fnc-1	.402	.060	.181	.283	.130	.596	.074
Frst-3	.115	.078	.229	.054	.186	.193	.808
Frst-2	-.001	.109	.163	.234	.287	.023	.793
Frst-1	.284	.135	.226	.117	.262	.066	.710
Eigen value	3.253	3.183	3.010	2.836	2.766	2.708	2.672
% of variance	12.047	11.790	11.150	10.502	10.245	10.031	9.897
Cumulative %	12.047	23.837	34.987	45.489	55.733	65.764	75.662
KMO Measure = 0.918							
Bartlett x2 = 6300.810, df = 351, p = 0.000							

Note: Sat=Satisfaction; Ani=Animal Healing; Ho=horticultural healing; Emo=Emotional Image; Food=Food Healing; Fnc=Functional Image; Frst=Forest Healing.

### 3.7 측정도구의 신뢰도 검증

본 연구에서는 신뢰성 평가를 위해 가장 많이 사용되는 방법 중 하나인 내적일관성법을 사용하여 신뢰도 검증을 실시하였다.

내적일관성 방법에서 Cronbach's  $\alpha$  계수의 값은 0과 1사이의 값을 갖고 일반적으로 Cronbach's  $\alpha$  계수의 값이 0.8 이상이면 바람직하고 0.6 이상이면 수용할 만하다고 볼 수 있다. Table 4에서와 같이 본 연구에서 사용되는 모든 변수의 Cronbach's  $\alpha$ 계수가 0.8 이상으로 나타났기 때문에 신뢰도가 바람직하다고 할 수 있다.

Table 4. Reliability Analysis

Variable	Sub-Variable	Cronbach's $\alpha$
Care Farming Program	Horticultural Healing	.882
	Animal Healing	.898
	Food Healing	.861
	Forest Healing	.847
Functional Image		.830
Emotional Image		.882
Satisfaction		.900

### 3.8 단일 응답자 편차 검증

본 연구는 연구모형 내 모든 변수들을 동일한 측정방법(설문조사)으로 측정하였다 이로 인해 동일방법편의(common method bias)가 발생되어 연구의 타당성을 침해하는 오류가 발생할 가능성이 있다.

Harman's one-factor 검증<sup>1)</sup>을 이용하여 동일방법편의의 가능성을 확인하였다. 요인분석에서 한 요인에 의해 추출된 총 분산이 50%를 초과하면 동일방법편의가 존재한다고 판단한다. 한 요인에 의해 추출된 분산이 권장된 한계점인 50%보다 작은 39.406%로 나타나 동일방법편의로 인한 데이터의 문제점은 크게 발견되지 않았다.

## 4. 분석결과

### 4.1 상관관계 분석

상관관계 분석은 변수들 간의 관계를 규명하기 위한 기본적인 방법으로 상관계수는 변수들 간의 선형관계를 설명해준다. 일반적으로 ±.81~±1.0 범위이면 상관관계 크기가 매우 크고, ±.61~±.80 이면 크기가 강하고, ±.41~±.60 이면 어느 정도의 상관관계가 있고, ±.21~±.40 이면 상관관계가 약하고, ±.00~±.20 이면 통제변수인 성별, 학력, 참여횟수를 더미변수화하여 독립변수로 설정하고 만족도를 종속변수로 하는 회귀분석을 중 ±.81~±1.0 범위에 해당되는 것은 없는 것으로 나타나 다중공선성 가능성은 존재하지 않는 것으로 확인되었다.

Table 5. Correlation Coefficient

	Ho	Ani	Food	Frst	Fnc	Emo	Sat
Ho	1						
Ani	.370**	1					
Food	.632**	.465**	1				
Frst	.553**	.348**	.658**	1			
Fnc	.392**	.410**	.430**	.375**	1		
Emo	.417**	.327**	.471**	.486**	.621**	1	
Sat	.371**	.299**	.406**	.448**	.563**	.782**	1

\*P<0.05, \*\*P<0.01, \*\*\*P<0.001

Note: Sat=Satisfaction; Ani=Animal Healing; Ho=horticultural healing; Emo=Emotional Image; Food=Food Healing; Fnc=Functional Image; Frst=Forest Healing.

1) Podsakoff, P. M., MacKenzie, S. B., Lee, J. Y., & Podsakoff, N. P. (2003). Common method biases in behavioral Tesearch; A critical review of literatur3e and recommended remedies, Journal of Applied Psychology, 88(5), pp879-903.

모든 변수 간의 관계는 정(+ )의 선형관계가 유의적으로 나타났다. 이는 변수들 간에 연관성이 존재한다는 것을 의미한다.

### 4.2 가설검정

본 연구에서는 치유농업프로그램 유형이 만족도에 미치는 영향을 추론하기 위해 치유농업프로그램 유형의 하위변수인 원예치유 프로그램, 가축동물치유 프로그램, 음식치유 프로그램, 숲치유 프로그램을 독립변수로, 기능적 이미지와 감정적 이미지를 매개변수로, 만족도를 종속변수로 설정하였다. 독립변수간의 관계인 다중공선성을 검증하기 위해 분산팽창계수(VIF)를 확인한 결과 10보다 작으므로(2.373 이하) 다중공선성은 존재하지 않는 것으로 나타났다.

인구통계학적 변수가 만족도에 미치는 영향력을 배제시키기 위하여 성별, 학력 및 치유농업프로그램 참여 횟수를 통제변수로 투입하여 회귀분석을 실시하였다.

통제변수인 성별, 학력, 참여횟수를 더미변수화하여 독립변수로 설정하고 만족도를 종속변수로 하는 회귀분석을 실시하였다. 분석결과 D.참여횟수.3회, D.참여횟수.5회 이상에서만 만족도에 유의적으로 나타났다.

모든 변수가 포함된 완전모형과 종속변수에 유의한 영향을 주는 변수(참여횟수)만이 포함된 축소모형의 차이의 유의성 검정을 Jaccard & Turrisi<sup>2)</sup> 방법으로 실시하였다. 차이가 비유의적이면 두 모형은 동일 모형이라는 것을 의미한다. 이 경우 가능하면 적은 수의 독립변수로 최상의 효과를 보고자하는 간결성 원칙에 의해 축소모형을 선택한다.

완전모형과 축소모형의 차이의 유의성은 유의하지 않은 것으로 나타났다(p=.642, F=.938). 이는 두 모형이 동일하다는 것을 의미하므로 축소모형은 완전모형과 같은 모형으로 평가되어 축소모형을 사용해도 무방하다. 따라서 추가분석에서 통제변수로 참여횟수만을 사용하기로 하였다. 참여횟수 1을 reference로하고 그 외를 event로 설정하였다.

본 연구에서 설정된 가설은 모두 방향성 가설이므로 SPSS에서 산출된 p값의 1/2을 사용하여 가설을 검정하기로 한다. 매개효과를 검정하기 위해 Andrew F. Hayes의 PROCESS macro를 이용하여 총효과, 직접효과, 간접효과를 포함한 효과 분석을 실시하였다. 간접효

2) Jaccard, J., R. Turrisi, & J. Jaccard(2003), Interaction effects in multiple regression(2nd ed), New York : Sage

과의 통계적 유의성 검정을 위하여 10,000회 반복의 Bootstrap 표본들에 관한 편의수정 95% Bootstrap 신뢰구간을 사용하였다. 이 분석에서 신뢰구간이 0을 포함하고 있지 않으면 간접효과가 유의적이라고 결론 내린다.

4.2.1 치유농업프로그램이 기능적 이미지에 미치는 영향

치유농업프로그램이 기능적 이미지에 미치는 영향을 추론하기 위하여 치유농업프로그램 유형의 하위변수인 원예치유 프로그램, 가축동물치유 프로그램, 음식치유 프로그램, 숲치유 프로그램을 독립변수로 기능적 이미지를 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시하였다.

분석 결과, 치유농업프로그램이 기능적 이미지에 미치는 영향은 Table 6과 같이 가축동물치유(B=.192, p=.000), 음식치유(B=.141, p=.021), 숲치유(B=.145, p=.011)는 기능적 이미지에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에 원예치유(B=.072, p=.109)는 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 가축동물치유, 음식치유, 숲치유의 선호도가 높아질수록 기능적 이미지가 커진다는 것을 의미한다. 따라서 가설 H1.2, H1.3 및 H1.4는 지지되었고 가설 H1.1은 기각되었다.

표준화계수( $\beta$ ) 비교를 통해 기능적 이미지에 미치는 치유농업프로그램의 영향력의 크기를 살펴보면 가축동물치유, 숲치유, 음식치유의 순으로 나타났다. 이는 치유농업프로그램 중 가축동물치유가 기능적 이미지에 가장 크게 영향을 미친다는 것을 의미한다. 치유농업프로그램

Table 6. Effect of Care farming program on Functional image

	Functional image			
	B	$\beta$	t	VIF
(constant)	1.425		6.408***	
D.Pat.2	.228	.134	2.483**	1.315
D.Pat.3	-.091	-.042	-.831	1.178
D.Pat.4	.306	.097	1.987*	1.081
D.Pat.5	.221	.101	1.947*	1.205
Ho	.072	.079	1.233	1.859
Ani	.192	.237	4.414***	1.301
Food	.141	.148	2.050*	2.333
Frst	.145	.151	2.307*	1.931
R <sup>2</sup>	.292			
F	16.442***			

\*P<0.05, \*\*P<0.01, \*\*\*P<0.001  
 Note: D.Pat.2=Dummy variable when # of participation=2, D.Pat.3=Dummy variable when # of participation=3, D.Pat.4=Dummy variable when # of participation=4, D.Pat.5=Dummy variable when # of participation=over 5, Ho=horticultural healing; Ani=Animal Healing; Food=Food Healing; Frst=Forest Healing.

유형은 기능적 이미지의 총 분산을 29.2%를 설명하고 있다(F=16.442, R<sup>2</sup>=.292).

4.2.2 치유농업프로그램이 감정적 이미지에 미치는 영향

치유농업프로그램이 감정적 이미지에 미치는 영향을 추론하기 위하여 치유농업프로그램 유형의 하위변수인 원예치유 프로그램, 가축동물치유 프로그램, 음식치유 프로그램, 숲치유 프로그램을 독립변수로, 감정적 이미지를 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시하였다.

분석 결과, 치유농업프로그램이 감정적 이미지에 미치는 영향은 Table 7과 같이 원예치유(B=.097, p=.024)과 가축동물치유(B=.076, p=.037), 음식치유(B=.114, p=.024), 숲치유(B=.236, p=.000)는 감정적 이미지에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 치유농업프로그램의 선호도가 높아질수록 감정적 이미지가 커진다는 것을 의미한다. 따라서 가설 H2.1, H2.2, H2.3 및 H2.4는 지지되었다.

표준화계수( $\beta$ ) 비교를 통해 감정적 이미지에 미치는 치유농업프로그램의 영향력의 크기를 살펴본 결과, 숲치유, 음식치유, 원예치유, 가축동물치유의 순으로 나타났다. 이는 치유농업프로그램 중 숲치유가 감정적 이미지에 가장 크게 영향을 미친다는 것을 의미한다. 치유농업프로그램 유형은 감정적 이미지의 총 분산을 34.0% 설명하고 있다(F=20.570, R<sup>2</sup>=.340).

Table 7. Effect of Care farming program on Emotional image

	Emotional image			
	B	$\beta$	t	VIF
(constant)	1.925		10.393***	
D.Pat.2	-.049	-.034	-.646	1.315
D.Pat.3	.159	.086	1.749*	1.178
D.Pat.4	.256	.094	1.995*	1.081
D.Pat.5	.328	.173	3.465***	1.205
Ho	.097	.123	1.985*	1.859
Ani	.076	.108	2.091*	1.301
Food	.114	.138	1.990*	2.333
Frst	.236	.284	4.497***	1.931
R <sup>2</sup>	.340			
F	20.570***			

\*P<0.05, \*\*P<0.01, \*\*\*P<0.001  
 Note: D.Pat.2=Dummy variable when # of participation=2, D.Pat.3=Dummy variable when # of participation=3, D.Pat.4=Dummy variable when # of participation=4, D.Pat.5=Dummy variable when # of participation=over 5, Ho=horticultural healing; Ani=Animal Healing; Food=Food Healing; Frst=Forest Healing.

4.2.3 기능적 이미지와 감정적 이미지가 만족도에 미치는 영향

기능적 이미지가 만족도에 미치는 영향을 추론하기 위해 기능적 이미지가 치유농업프로그램 및 감정적 이미지와 독립적으로 만족도에 미치는 영향을 추론해야 한다. 마찬가지로 감정적 이미지가 만족도에 미치는 영향을 추론하기 위해 감정적 이미지가 치유농업프로그램 및 기능적 이미지와 독립적으로 만족도에 미치는 영향을 추론해야 한다. 이를 위해 치유농업프로그램, 기능적 이미지, 감정적 이미지를 독립변수로 하고, 만족도를 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시한 결과가 Table 8에 제시되어 있다.

치유농업프로그램과 감정적 이미지와 독립적으로, 즉 치유농업프로그램과 감정적 이미지가 통제된 상황에서 기능적 이미지는 만족도에 유의한 영향( $B=.114, p=.004$ )을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기능적 이미지가 증가하면 만족도가 증가한다는 것을 의미한다.

마찬가지로 치유농업프로그램과 기능적 이미지와 독립적으로, 즉 치유농업프로그램과 기능적 이미지가 통제된 상황에서 감정적 이미지는 만족도에 유의한 영향( $B=.702, p=.000$ )을 미치는 것으로 나타났다. 이는 감정적 이미지가 증가하면 만족도가 높아진다는 것을 의미한다.

따라서 가설 H3.1과 H3.2는 지지되었다.

Table 8. Effect of Functional image & Emotional image on Satisfaction

	Satisfaction			
	B	$\beta$	t	VIF
(constant)	.498		2.949**	
D.Pat.2	-.064	-.042	-1.049	1.360
D.Pat.3	.016	.008	.217	1.204
D.Pat.4	.073	.026	.720	1.099
D.Pat.5	-.118	-.059	-1.558	1.251
Ho	.041	.049	1.049	1.882
Ani	.008	.011	.282	1.380
Food	-.029	-.033	-.634	2.373
Frst	.063	.072	1.481	2.054
Emo	.114	.126	2.670**	1.915
Fnc	.702	.669	13.698***	2.055
R <sup>2</sup>	.632			
F	54.409***			

\*P<0.05, \*\*P<0.01, \*\*\*P<0.001

Note: D.Pat.2=Dummy variable when # of participation=2, D.Pat.3=Dummy variable when # of participation=3, D.Pat.4=Dummy variable when # of participation=4, D.Pat.5=Dummy variable when # of participation=over 5, Ho=horticultural healing; Ani=Animal Healing; Food=Food Healing; Frst=Forest Healing; Emo=Emotional Image; Fnc=Functional Image.

4.2.4 치유농업프로그램이 만족도에 미치는 영향

치유농업프로그램이 만족도에 미치는 영향을 추론하기 위하여 치유농업프로그램 유형의 하위변수인 원예치유 프로그램, 가축동물치유 프로그램, 음식치유 프로그램, 숲치유 프로그램을 독립변수로, 만족도를 종속변수로 설정하여 다중회귀분석을 실시하였다.

분석 결과, 치유농업프로그램이 만족도에 미치는 영향은 Table 9와 같이 원예치유( $B=.117, p=.016$ )와 가축동물치유( $B=.083, p=.019$ ), 숲치유( $B=.245, p=.000$ )는 만족도에 유의미한 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에 음식치유( $B=.067, p=.144$ )가 만족도에 미치는 영향은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 이는 원예치유, 가축동물치유, 숲치유의 선호도가 높아질수록 만족도가 증가한다는 것을 의미한다. 따라서 가설 H4.1, H4.2, 및 H4.4는 지지되었고 가설 H4.3은 기각되었다.

표준화계수( $\beta$ ) 비교를 통한 만족도에 미치는 치유농업프로그램의 영향력의 크기는 숲치유, 원예치유, 가축동물치유의 순으로 나타났다. 이는 치유농업프로그램 중 숲치유가 만족도에 가장 크게 영향을 미친다는 것을 의미한다. 치유농업프로그램 유형은 만족도의 총 분산을 26.6% 설명하고 있다( $F=14.462, R^2=.266$ ).

Table 9. Effect of Care farming program on Satisfaction

	Satisfaction			
	B	$\beta$	t	VIF
(constant)	2.012		9.816***	
D.Pat.2	-.073	-.047	-.861	1.315
D.Pat.3	.117	.061	1.163	1.178
D.Pat.4	.288	.101	2.028*	1.081
D.Pat.5	.137	.069	1.312	1.205
Ho	.117	.141	2.162*	1.859
Ani	.083	.114	2.079*	1.301
Food	.067	.078	1.062	2.333
Frst	.245	.282	4.224***	1.931
R <sup>2</sup>	.266			
F	14.462***			

\*P<0.05, \*\*P<0.01, \*\*\*P<0.001

Note: D.Pat.2=Dummy variable when # of participation=2, D.Pat.3=Dummy variable when # of participation=3, D.Pat.4=Dummy variable when # of participation=4, D.Pat.5=Dummy variable when # of participation=over 5, Ho=horticultural healing; Ani=Animal Healing; Food=Food Healing; Frst=Forest Healing.

4.2.5 매개효과 분석

간접효과 검정을 위해 제 1 매개변수인 기능적 이미지와 제 2 매개변수인 감정적 이미지가 인과관계가 없는

병렬관계인 병렬다중매개모형인 PROCESS macro의 model 4를 분석에 사용하였다.

독립변수가 종속변수에 미치는 영향인 총효과와 매개변수가 통제된 상황에서 독립변수가 종속변수에 영향을 미치는 효과의 크기인 직접효과의 통계적 유의성을 95%의 신뢰구간 검정을 사용하여 검정하였다. 간접효과의 통계적 유의성 검정을 위하여 10,000개의 Bootstrap 표본으로 설정하고 편위수정 95% Bootstrap 신뢰구간을 사용하였다. 각 경로의 간접효과인 특정간접효과와 이들 특정간접효과의 합인 총간접효과에 대한 통계적 유의성 검정을 실시하였다. 신뢰구간이 0을 포함하고 있지 않으면 검정을 통계적으로 유의적이라고 결론 내린다.

총간접효과는 독립변수가 한 단위 차이 날 때 나타나는 매개변수들을 경유하여 종속변수의 차이에 대한 효과를 계량화 한 것이다. 총간접효과가 유의적으로 나타났다는 것은 매개변수들의 구조를 통하여 독립변수가 매개변수를 경유하여 종속변수에 간접적으로 영향을 미친다는 것이다. 이와 같이 총간접효과는 특정간접효과의 합이다. 또한 한 특정간접효과가 다른 특정간접효과와 통계적 차이가 발생하는지를 검정하기 위해 특정간접효과들의 대응별 비교를 실시하였다.

가. 원예치유 프로그램

Table 10에서 나타난 바와 같이 치유농업프로그램 중 원예치유 프로그램이 만족도에 미치는 총 효과는 .117로 나타났으며 신뢰구간 [.028 .207]이 0을 포함하고 있지 않으므로 총 효과는 유의한 것으로 나타났다. 반면에 직접효과는 .041으로 나타났으나 신뢰구간 [-.023, .105]이 0을 포함하므로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

원예치유 프로그램이 기능적 이미지를 경유하여 만족도에 영향을 미치는 특정간접효과는 .008로 나타났으며 Bootstrap 신뢰구간 [.000, .025]이 0을 포함하고 있지 않으므로 유의한 것으로 검정되었다. 마찬가지로 원예치유 프로그램이 감정적 이미지를 경유하여 만족도에 영향을 미치는 특정간접효과는 .068로 나타났으며 Bootstrap 신뢰구간 [.004, .131]이 0을 포함하고 있지 않으므로 유의한 것으로 검정되었다. 총간접효과의 크기는 .077로 유의한 것으로 나타났다.

두 간접효과들의 대응별 비교에서는 차이의 신뢰구간이 0을 포함하고 있으므로 차이는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 검정되었다.

이는 한 단위 더 큰 원예치유 프로그램이 양(+의) 기능적 이미지를 가져오고 한 단위 더 큰 기능적 이미지가

양(+의) 만족도 증가를 가져와 원예치유 프로그램 한 단위 작은 경우보다 .008 만큼 만족도가 크다는 것을 의미한다. 마찬가지로 원예치유 프로그램이 한 단위 증가하면 한 단위 작은 경우보다 감정적 이미지를 경유하면 만족도가 .068 만큼 증가한다는 것을 의미한다.

따라서 가설 H5.1과 H6.1은 지지되었다.

Table 10. Effect of Horticultural healing program

	Effect	95% LLCI	95% ULCI
Total effect	.117	.028	.207
Direct effect	.041	-.023	.105
	Effect	95% BootLLCI	95% BootULCI
Indirect effect	.077	.007	.144
Ho → Fnc → Sat(Ind1)	.008	.000	.025
Ho → Emo → Sat(Ind2)	.068	.004	.131
CI = Ind1 - Ind2	-.060	-.121	.003

Note: LL=Lower limit; UL=Upper limit; CI=Confidence interval; Boot=Bootstrapping; Ind=Indirect effect; Ho=horticultural healing; Fnc=Functional Image; Sat=Satisfaction.

나. 가축동물치유 프로그램

Table 11에서와 같이 치유농업프로그램 중 가축동물치유 프로그램이 만족도에 미치는 총 효과는 .083으로 나타났으며 신뢰구간 [.017 .150]이 0을 포함하고 있지 않으므로 총 효과는 유의한 것으로 나타났다. 반면에 직접효과는 .008로 나타났으나 신뢰구간 [-.040, .057]이 0을 포함하므로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

가축동물치유 프로그램이 기능적 이미지를 경유하여 만족도에 영향을 미치는 특정간접효과는 .022로 나타났으며 Bootstrap 신뢰구간 [.004, .042]이 0을 포함하고 있지 않으므로 유의한 것으로 검정되었다. 마찬가지로 가축동물치유 프로그램이 감정적 이미지를 경유하여 만족도에 영향을 미치는 특정간접효과는 .053으로 나타났으며 Bootstrap 신뢰구간 [.011, .094]이 0을 포함하고 있지 않으므로 유의한 것으로 검정되었다. 총간접효과는 .75의 크기로 유의한 것으로 나타났다.

두 간접효과들의 대응별 비교에서는 차이의 신뢰구간이 0을 포함하고 있으므로 차이는 통계적으로 유의하지 않은 것으로 검정되었다.

이는 한 단위 더 큰 가축동물치유 프로그램이 양(+의) 기능적 이미지를 가져오고 한 단위 더 큰 기능적 이미지가 양(+의) 만족도 증가를 가져와 가축동물치유 프로그램 한 단위 작은 경우보다 .022 만큼 만족도가 크다는 것을 의미한다. 마찬가지로 가축동물치유 프로그램이 한 단

위 증가하면 한 단위 작은 경우보다 감정적 이미지를 경유하면 만족도가 .053 만큼 증가한다는 것을 의미한다. 따라서 가설 H5.2와 H6.2는 지지되었다.

Table 11. Effect of Animal healing program

	Effect	95% LLCI	95% ULCI
Total effect	.083	.017	.150
Direct effect	.008	-.040	.057
	Effect	95% BootLLCI	95% BootULCI
Indirect effect	.076	.027	.122
Ani → Fnc → Sat(Ind1)	.022	.004	.042
Ani → Emo → Sat(Ind2)	.053	.011	.094
C1 = Ind1 - Ind2	-.031	-.076	.012

Note: LL=Lower limit; UL=Upper limit; CI=Confidence interval; Boot=Bootstrapping; Ind=Indirect effect; Ani=Animal healing; Fnc=Functional Image; Sat=Satisfaction.

다. 음식치유 프로그램

Table 12에 나타난 바와 같이 치유농업프로그램 중 음식치유 프로그램이 만족도에 미치는 총 효과와 직접효과는 각각 .067과 -.029로 나타났으나 신뢰구간 [-.037, .172], [-.104, .046]이 0을 포함하므로 각각 유의하지 않은 것으로 나타났다.

음식치유 프로그램이 기능적 이미지를 경유하여 만족도에 영향을 미치는 특정간접효과는 .016으로 나타났으며 Bootstrap 신뢰구간 [.001, .039]이 0을 포함하고 있지 않으므로 유의한 것으로 검정되었다. 마찬가지로 음식치유 프로그램이 감정적 이미지를 경유하여 만족도에 영향을 미치는 특정간접효과는 .080으로 나타났으며 Bootstrap 신뢰구간 [.020, .146]이 0을 포함하고 있지 않으므로 유의한 것으로 검정되었다. 총간접효과는 .096의 크기로 유의한 것으로 나타났다.

두 간접효과들의 대응별 비교에서는 차이의 신뢰구간이 0을 포함하고 있지 않으므로 차이는 통계적으로 유의한 것으로 검정되었다. 감정적 이미지를 경유하는 간접효과가 기능적 이미지를 경유하는 간접효과보다 .64만큼 크게 통계적으로 유의하게 나타났다.

이는 한 단위 더 큰 음식치유 프로그램이 양(+의) 기능적 이미지를 가져오고 한 단위 더 큰 기능적 이미지가 양(+의) 만족도 증가를 가져와 음식치유 프로그램 한 단위 작은 경우보다 .016 만큼 만족도가 크다는 것을 의미한다. 마찬가지로 음식치유 프로그램이 한 단위 증가하면 한 단위 작은 경우보다 감정적 이미지를 경유하면 만족도가 .080만큼 증가한다는 것을 의미한다.

따라서 가설 H5.3과 H6.3은 지지되었다.

Table 12. Effect of Food healing program

	Effect	95% LLCI	95% ULCI
Total effect	.067	-.037	.172
Direct effect	-.029	-.104	.046
	Effect	95% BootLLCI	95% BootULCI
Indirect effect	.096	.030	.168
Food → Fnc → Sat(Ind1)	.016	.001	.039
Food → Emo → Sat(Ind2)	.080	.020	.146
C1 = Ind1 - Ind2	-.064	-.129	-.004

Note: LL=Lower limit; UL=Upper limit; CI=Confidence interval; Boot=Bootstrapping; Ind=Indirect effect; Food=Food healing; Fnc=Functional Image; Sat=Satisfaction.

라. 숲치유 프로그램

Table 13에 나타난 바와 같이 치유농업프로그램 중 숲치유 프로그램이 만족도에 미치는 총 효과는 .245로 나타났으며 신뢰구간 [.149, .341]이 0을 포함하고 있지 않으므로 유의한 것으로 나타났다. 반면에 직접효과는 .063으로 나타났으나 신뢰구간 [-.007, .133]이 0을 포함하므로 유의하지 않은 것으로 나타났다.

숲치유 프로그램이 기능적 이미지를 경유하여 만족도에 영향을 미치는 특정간접효과는 .017로 나타났으나 Bootstrap 신뢰구간 [.001, .035]이 0을 포함하고 있으므로 유의한 것으로 검정되었다. 숲치유 프로그램이 감정적 이미지를 경유하여 만족도에 영향을 미치는 특정간접효과는 .166으로 나타났으며 Bootstrap 신뢰구간 [.103, .234]이 0을 포함하고 있지 않으므로 유의한 것으로 검정되었다. 총간접효과는 .182의 크기로 유의한 것으로 나타났다.

두 간접효과들의 대응별 비교에서는 차이의 신뢰구간이 0을 포함하고 있지 않으므로 차이는 통계적으로 유의한 것으로 검정되었다. 감정적 이미지를 경유하는 간접효과가 기능적 이미지를 경유하는 간접효과보다 .149만큼 크게 통계적으로 유의하게 나타났다.

이는 한 단위 더 큰 숲치유 프로그램이 양(+의) 기능적 이미지를 가져오고 한 단위 더 큰 기능적 이미지가 양(+의) 만족도 증가를 가져와 숲 프로그램 한 단위 작은 경우보다 .017 만큼 만족도가 크다는 것을 의미한다. 마찬가지로 숲 프로그램이 한 단위 증가하면 한 단위 작은 경우보다 감정적 이미지를 경유하면 만족도가 .165만큼 증가한다는 것을 의미한다.

따라서 가설 H5.4와 H6.4는 지지되었다.

Table 13. Effect of Forest healing program

	Effect	95% LLCI	95% ULCI
Total effect	.245	.149	.341
Direct effect	.063	-.007	.133
	Effect	95% BootLLCI	95% BootULCI
Indirect effect	.182	.114	.253
Frst → Fnc → Sat(Ind1)	.017	.001	.035
Frst → Emo → Sat(Ind2)	.165	.103	.234
CI = Ind1 - Ind2	-.149	-.220	-.087

Note: LL=Lower limit; UL=Upper limit; CI=Confidence interval; Boot=Bootstrapping; Ind=Indirect effect; Frst=Forest healing; Fnc=Functional Image; Sat=Satisfaction.

## 5. 결론 및 제언

본 연구에서는 치유농업 프로그램 체험자들을 대상으로 프로그램 유형이 기능적 이미지와 감정적 이미지가 병렬로 매개하여 프로그램 만족도에 미치는 영향을 살펴 보았다.

분석 결과, 첫째, 치유농업프로그램 유형 중 가축동물치유, 음식치유, 숲치유 모두 기능적 이미지에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 가축동물치유, 음식치유, 숲치유 선호도가 높아질수록 기능적 이미지가 증가되는 정(+의 영향력이 있는 것으로 나타났다. 치유농업 프로그램 중 가축동물치유가 기능적 이미지에 가장 크게 영향을 미치고 음식치유가 가장 작게 영향을 미치는 것으로 나타났으나 숲치유와의 차이는 미미한 것으로 나타났다.

둘째, 치유농업프로그램 유형 중 원예치유, 가축동물치유, 음식치유, 숲치유 모두 감정적 이미지에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 치유농업프로그램 선호도가 높아질수록 감정적 이미지가 정(+의 방향으로 증가되는 결과를 보여주고 있다. 치유농업프로그램 중 숲치유가 감정적 이미지에 가장 크게 영향을 미치고 가축동물치유가 가장 작게 영향을 미치는 것으로 나타났다.

셋째, 기능적 이미지와 감정적 이미지가 만족도에 미치는 영향은 유의한 정(+의 영향을 미치는 것으로 나타났다. 이는 기능적 이미지와 감정적 이미지가 커질수록 만족도가 증가한다는 것을 의미한다.

넷째, 치유농업프로그램 유형 중 원예치유, 가축동물치유, 숲치유는 만족도에 유의적인 영향을 미치는 것으로 나타났다. 반면에 음식치유가 만족도에 미치는 영향은 유의하지 않은 것으로 나타났다. 원예치유, 가축동물

치유, 숲치유의 선호도가 높아질수록 만족도가 정(+의 방향으로 증가되는 결과를 보여주고 있다. 치유농업프로그램 중 숲치유가 만족도에 가장 크게 영향을 미치고 가축동물치유가 가장 작게 영향을 미치는 것으로 나타났다.

다섯째, 기능적 이미지는 치유농업프로그램 유형 모두와 만족도 간을 매개하는 것으로 나타났다. 이는 한 단위 더 큰 치유농업프로그램 선호도가 기능적 이미지 증가를 가져오고 한 단위 더 큰 기능적 이미지가 양의 만족도 증가를 가져와 치유프로그램이 한 단위 작은 경우보다 만족도가 크다는 것을 의미한다.

여섯째, 감정적 이미지는 치유농업프로그램 유형 모두와 만족도 간을 매개하는 것으로 나타났다. 이는 한 단위 더 큰 치유농업프로그램 선호도가 감정적 이미지 증가를 가져오고 한 단위 더 큰 감정적 이미지가 양의 만족도 증가를 가져와 치유프로그램이 한 단위 작은 경우보다 만족도가 크다는 것을 의미한다.

위의 결과로부터 얻을 수 있는 시사점을 학술적 관점과 실무적 관점으로 나누어 정리하면 다음과 같다.

먼저 학술적 시사점으로는 첫째, 치유농업법 발효 2년 차인 시장초기에 소비자 관점에서 대표적인 치유농업프로그램 4종의 유형별 만족도와 이미지의 매개효과를 기능적 이미지와 감정적 이미지로 나누어 실증적으로 규명하였다는 점을 들 수 있다.

둘째, 치유농업프로그램 유형에 따라 기능적 이미지에 더 큰 영향을 미치는 프로그램(가축동물치유)과 감정적 이미지에 더 큰 영향을 미치는 프로그램(숲치유)이 있으며, 이러한 영향이 프로그램 만족도 증가에 매개역할을 한다는 점을 밝혔다.

셋째, 치유농업프로그램 유형 중에는 직접적으로는 만족도가 유의하지 않으나 감정적 이미지의 매개를 통해 만족도 증가가 유의하게 나타날 수 있는 프로그램이 있음을 확인하였다. 음식치유가 이에 해당되는데, 음식치유가 프로그램 만족도에 미치는 영향이 유의하지 않은 것으로 나타난 결과를 설명하기 위하여 유사한 연구분야인 음식체험관광에 대한 마지영·장동현(2021)의 선행연구 결과와 비교해 논의하자면, 음식체험관광 프로그램의 체험요소 중 교육적, 오락적, 일탈적 체험은 체험만족에 유의한 영향을 미치지 않는 것으로 나타나[37] 본 연구와 유사한 결과를 보이고 있다. 반면 심미적 체험만은 체험만족에 유의한 영향을 미치는 것으로 나타났다[37]. 이를 본 연구에서 감정적 이미지를 매개하여 만족도에 간접효과가 있다는 결과를 해석하는 데 참고하자면, 음식치유 프로그램에 있어서는 다른 치유농업프로그램과 달리 감



정적 이미지 형성을 위한 심미적 체험 요소를 프로그램 구성에 반영해야 할 것으로 볼 수 있다.

다음으로 본 연구로부터 얻을 수 있는 실무적 시사점은 다음과 같다.

먼저 실무적 시사점으로는 첫째, 치유서비스의 소비자라는 관점에서 프로그램 이용객들을 대상으로 대표적인 치유농업 프로그램 4종의 유형별 만족도와 이미지의 매개효과를 기능적 이미지와 감정적 이미지로 나누어 실증적으로 규명하였다는 점에서 기존 치유농업 관련 연구와 차별적이라 할 수 있다.

둘째, 가축동물치유의 경우 기능적 이미지에 가장 큰 영향을 미치며, 기능적 이미지가 만족도 증가에 매개역할을 하므로 프로그램을 기획하고 구성할 때 단순히 동물과의 교감 체험에 그치지 말고, 신체적·심리적 치유효과의 사전·사후 체크를 통한 과학적 검증으로 효과를 설명할 수 있을 때 참가자들의 만족도를 더욱 높일 수 있을 것이다.

셋째, 숲치유의 경우 감정적 이미지에 가장 큰 영향을 미치며, 감정적 이미지가 만족도 증가에 매개역할을 하므로 프로그램을 기획하고 구성할 때 숲의 향기, 바람, 야생화, 나무열매 등 다양한 자원을 활용해 오감을 자극하거나 즐거움, 감동, 긍정적 감정을 자극하는 콘텐츠를 반영하는 것이 만족도를 높이는데 효과적일 것이다.

넷째, 음식치유의 경우 프로그램 자체의 만족도는 유의하지 않기 때문에 음식을 만들고 먹을 때 시각, 후각, 미각 등을 최대한 자극하는 요소들을 반영해 감정적 이미지 형성에 도움이 되는 프로그램을 제안해야만 이용객의 만족도를 높일 수 있을 것이다.

본 연구의 한계점으로는 첫째, 선호프로그램, 프로그램 참여이유 등의 인구통계학적 변수의 범주를 그룹핑하여 심층분석을 확대할 필요가 있다. 둘째, 기능적 이미지와 감정적 이미지 외에도 만족도에 영향을 미칠만한 새로운 매개변수를 발굴하는 등을 통한 후속 연구가 필요할 것으로 보인다. 셋째, 본 연구에서는 병렬다중매개모형을 사용했으나 조절변수를 도입하여 조절된 매개효과를 분석할 수 있는 조절변수를 포함한 조건부과정보형의 후속 연구가 필요할 것으로 판단된다.

## REFERENCES

- [1] H. C. Park & D. K. Kang. (2017). Suggestions for applications of therapeutic farms for promoting school community engagement in Korea based on

review of therapeutic farms, gardens, animals, policies and laws in the U.S.A. *Journal of Rural Society*, 27(2), 215-269.

- [2] Rural Development Administration - National Institute of Horticultural and Herbal Science. (2021). *Series of Agro-healing*. Seoul: Jinhan M&B.
- [3] J. Sempik, R. Hine & D. Wilcox. (2010). *Green Care: A Conceptual Framework: a Report of the Working Group on Health Benefits of Green Care*. Loughborough University.
- [4] G. M. Kim, J. H. Moon, S. J. Jeong & S. M. Lee. (2013). Analysis on the Present Status and Characteristics of Agro-healing in Korea. *Journal of Agricultural Extension & Community Development*, 20(4), 909-936.
- [5] Y. K. Kim. (2021). *Effects of Agro-healing Program on Trauma Reduction in COVID-19 Vulnerable Groups*. Master's dissertation. Daegu Catholic University, Daegu.
- [6] T. G. Kim, J. N. Heo & J. H. Jeon. (2014). *Expansion of healing function of urban agriculture and ways for urban and rural cooperation*. Naju: Korea Rural Economic Institute (KREI).
- [7] O. J. Kim. (2016). Literature review on the healing programs with farm animals in care farming. *Journal of Animal Assisted Psychotherapy*, 5(1), 1-13.
- [8] Y. J. Park. (2020). *The research on green healing agriculture impact on life satisfaction and the psychological well-being*. Doctoral dissertation. Westminster Graduate School of Theology, Yong-in.
- [9] H. J. Kim & J. W. Seo. (2016). A Study on the Use of Forest Healing for Regional Economic Vitalization in Mountain Villages. *Journal of Agriculture & Life Science*, 50(4), 45-57.
- [10] Korea Forest Service. (2015). *Composition and operation manual for a Healing Forest*.
- [11] S. Baloglu & K. W. McCleary. (1999). A model of destination image formation. *Annals of Tourism Research*, 26(4), 868-897.
- [12] P. Kotler. (1972). A generic concept of marketing. *Journal of Marketing*, 36(2), 46-54.
- [13] K. L. Keller. (1993). Conceptualizing, measuring, and managing customer-based brand equity. *Journal of Marketing*, 57(1), 1-22.
- [14] M. D. Johnson, A. Gustafsson, T. W. Andreassen, L. Lervik & J. Cha. (2001). The evolution and future of national customer satisfaction index models. *Journal of Economic Psychology*, 22(2), 217-245.
- [15] S. W. Yoon & D. I. Yoon. (2015). A role of functional and symbolic image of the brand. *Journal of Korea Academia-Industrial Cooperation Society*, 16(3), 1745-1752.
- [16] C. W. Park, B. J. Jaworski & D. J. MacInnis. (1986). Strategic brand concept-image management. *The Journal of Marketing*, 50(Oct.), 135-145.
- [17] J. H. Lee, J. W. Lee & T. H. Oh. (2009). A Study on the

- Impact of Place Image, Experiential Value and Visit Satisfaction on Intention to (Re)Visit. *Korean Corporation Management Review*, 6(4), 165-182.
- [18] J. E. Lee. (2011). The Effect of the Local Festival on the Tourism Destination Image and the Relationship with Emotional Reaction. *Korean Journal of Tourism Research*, 25(6), 295-313.
- [19] R. A. Westbrook & M. D. Reilly. (1983). Value-Percept Disparity: an Alternative to the Disconfirmation of Expectations Theory of Consumer Satisfaction. *Advances in Consumer Research*, 10(1), 256-261.
- [20] S. Y. Paek, H. R. Lee, S. Y. Lin & W. T. Jou. (2012). A study of brand image for Starbucks: A qualitative approach among Taiwanese and Korean consumers. *Korean Corporation Management Review*, 19(2), 1-19.
- [21] R. N. Cardozo. (1965). An experimental study of customer effort, expectation, and satisfaction. *Journal of Marketing Research*, 2(3), 244-249.
- [22] R. L. Oliver. (1993). Cognitive, affective, and attribute bases of the satisfaction response. *Journal of Consumer Research*, 20(3), 418-430.
- [23] D. G. Yoo. (2004). *Integrated Marketing*. Seoul: Seonhaksa.
- [24] C. G. Chi & H. Qu. (2007). Examining the structural relationships of destination image, tourist satisfaction and destination loyalty: An integrated approach. *Tourism Management*, 29(4), 624-636.
- [25] S. M. Lee, G. M. Kim, S. H. Jeong, S. J. Jeong & Y. J. Kim. (2015). Analysis of Experience Type Demand for Healing Program Development Through Agricultural Experience. *Korean Society For Horticultural Science*, 235-235.
- [26] G. S. Yun. (2020). Effects of Wellness Tourism Cluster Program on Natural Healing Effects and Health Satisfaction. *Leisure Welfare Management Research*, 1(1), 78-99.
- [27] Y. S. Oh. (2018). *The effect of a creative space's experience program on the spatial image perceived by visitors and their intention to revisit the creative space*. Master's dissertation. Chung-ang University, Seoul.
- [28] A. R. Cho. (2018). *The Effect of Theme Park's Event Program Attributes on Corporate Images & Visitors' Re-visit Intention*. Master's dissertation. Chung-ang University, Seoul.
- [29] H. S. Jeong & Y. S. Kim. (2003). The effects of consumer's store image and brand image, and in-store emotions on post-purchase emotions and satisfaction. *Journal of Marketing Management Research*, 8(3), 1-28.
- [30] J. H. Lim, Y. S. Choe & H. J. Song. (2016). A Study of Causal-Effect Relationships among Functional, Symbolic, Experiential Brand Image, Satisfaction, Trust, and Loyalty : Focused on Family Restaurant Customers. *Journal of the Korean Data Analysis Society*, 18(6), 3251-3268.
- [31] I. H. Lee. (2019). Congruity effects of University Students' Self-Image on the Satisfaction to Social Enterprise: Focused on SEN Club. *Asia-Pacific Journal of Business Venturing and Entrepreneurship*, 14(5), 175-185.
- [32] J. S. Lee. (2021). The Effect of Hospital Brand Image and CEO Image on Hospital Customer Satisfaction and Reuse Intention. *Journal of Cultural Industry Studies*, 21(2), 41-50.
- [33] N. H. Kim. (2017). Examining the Effect of Cognitive and Affective Images of a Farm Party Venue on Consumer Satisfaction and Revisit Intention. *Journal of the Korea Academia-Industrial cooperation Society*, 18(12), 548-556.
- [34] H. J. Park. (2020). *Effects of Cognitive Image and Affective Image on Customer Satisfaction in Artistic Space of Hotel*. Master's dissertation. Kyunghee University, Seoul.
- [35] Kim, S. Y. & Lee, S. J.(2014). Effects of smart phone's brand images on customer's satisfaction and loyalty: Focused on Galaxy and Iphone user groups. *Journal of Digital Convergence*, 12(10), 223-233.
- [36] H. Y. Lee. (2012). *Research Methodology*. Seoul: Cheongram.
- [37] J. Y. Ma & D. H. Jang. (2021). Effects of Experience Factors and Experience Satisfaction on Action Intention of Food Experience Tourism. *Journal of Industrial Economics and Business*, 34(1), 43-61.

## 오 신 영(Sinyeong Oh)

[정회원]



- 2006년 8월 : 방송통신대학교 법학과 (법학학사)
- 2011년 8월 : 제주대학교 경영대학원 경영학과(경영학석사)
- 2020년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 벤처대학원 정보경영학과 박사과정
- 1988년 6월 ~ 현재 : NH농협은행부

지점장

- 관심분야 : 벤처농업, 벤처경영
- E-Mail : ohra21@hanmail.net

## 허 철 무(Chul-Moo Heo)

[정회원]



- 1989년 2월 : 숭실대학교 화학공학과 (공학사)
- 2008년 2월 : 중앙대학교 유통산업과 (유통학석사)
- 2014년 2월 : 호서대학교 벤처대학원 정보경영학과(경영학박사)
- 2014년 3월 ~ 현재 : 호서대학교 벤처

대학원 정보경영학과 교수

- 관심분야 : 벤처농업, 벤처경영
- E-Mail : cmheo@hoseo.edu