



2023 소비자분야 통합학술대회

AI와 소비생활혁명

| 일 자 | 2023년 11월 4일(토) 13:00~18:00

| 장 소 | 서울대학교 생활과학대학(222동)

주 최  (사) 한국소비자학회  한국소비문화학회
 한국소비자정책교육학회  한국소비자광고심리학회
후원 및 협찬  신한은행  GS 리테일  1199  한국소비자원
Korea Consumer Agency



| INVITATION |

여러분을 초청합니다.

2023년도 소비자분야 통합학술대회를 11월 4일 토요일, 서울대학교 생활과학대학에서 개최합니다.

소비자분야 통합학술대회는 '한국소비자학회', '한국소비문화학회', '한국 소비자정책교육학회', '한국소비자광고심리학회'가 소비자관련 분야에서 활동하는 연구자들의 학술결과를 공유하고 토론하는 장으로 매년 개최하고 있습니다.

14개 세션에서 약 50여 편의 연구논문이 발표되는 이번 통합학술대회에서는 소비자분야의 최신 연구 흐름을 알 수 있으며, 논문의 질과 양에서 명실상부한 소비자 분야 최고의 학술대회가 될 것입니다.

올해 통합학술대회의 주제는 'AI와 소비생활혁명'으로 정했습니다. 인공지능의 발전이 소비자 행동을 변화시키는 원년이 될 것으로 기대하기 때문입니다. 이에 본 학술대회에서는 기조강연으로 서울대학교 융합과학기술대학원의 이교구 교수님을 모시고 "AI Voice 기술이 가져오는 콘텐츠 창작 패러다임의 변화"에 관한 내용을 듣고자 합니다. 최신의 인공지능과 관련한 발전된 기술과 연구 기회를 체감할 좋은 기회가 될 것입니다. 올해는 코로나 팬데믹을 벗어나 그동안 단절되었거나 중단되었던 일상이 회복되고, 연구와 학술활동도 다시 활발해지는 해입니다. 본 학술대회를 통하여 인공지능과 기술의 발전이 소비생활에 가져오는 변화와 대응방안에 대한 여러 연구 주제와 결과를 함께 논의하는 장을 마련하고자 합니다.

2023년 소비자분야 통합학술대회가 경기침체와 전쟁, 자연재해 그리고 더욱 향방을 알 수 없는 외교문제로부터 기업의 소비자 전략 개발과 이를 위한 정부의 효과적인 정책 개발, 소비자의 복지와 권익 증진을 통한 소비자 행복 증진을 위한 학술적, 실천적 대안을 모색하는 귀한 기회가 될 것으로 기대합니다.

장소를 제공하여 주신 서울대학교 생활과학대학에 감사를 드리며, 통합학술대회의 준비를 위해 애쓰신 조직위원장님과 각 학회 조직위원님들께도 감사를 드립니다.

가을이 좋은 서울대학교 관악캠퍼스에서 많은 학회 회원님들을 뵈 수 있기를 희망합니다.

2023년 11월

한국 소비자 학 회 회장 김성숙(계명대), 차경천(동아대)
한국 소비 문화 학 회 회장 라선아(방송통신대), 이영애(인천대)
한국소비자정책교육학회 회장 배순영(한국소비자원)
한국소비자광고심리학회 회장 성용준(고려대)

2023년 소비자분야 통합학술대회 조직위원회

위원장 : 김소연(서울대)

위 원 : 김우혁(인천대), 김은실(이화여대), 김종흠(인천대),
이유석(명지대), 이청림(경기대), 이해미(이화여대)

| 공식행사 및 기조강연 |

- 일시 : 2023년 11월 4일 (토) 13:00 ~ 18:00
- 장소 : 서울대학교 생활과학대학(222동)
- 세부일정

일 정	발 표 및 내 용	비 고
13:00 ~ 13:30	등록	222동 1층 로비
13:30 ~ 13:50	- 개회사: 한국소비자학회장 - 축사: 한기정 공정거래위원장 - 감사패 증정	
13:50 ~ 14:30	< 기조강연 > - 강연자: 이교구 교수 (서울대학교 융합과학기술대학원 지능정보융합학과) - 제목: AI Voice 기술이 가져오는 콘텐츠 창작 패러다임의 변화	사회 : 김소연 교수(서울대) 701호 목련홀
14:30 ~ 14:50	이동 및 휴식	
14:50 ~ 16:10	논문발표 Session I	112호, 113호, B102호, B106호, B202호, B203호, B204호
16:10 ~ 16:30	이동 및 휴식	
16:30 ~ 17:40	논문발표 Session II	112호, 113호, B102호, B106호, B202호, B203호, B204호
17:40 ~	< 시상식 및 폐회식 > - 전임 회장단 시상식 시상 : 한국소비자정책교육학회장 - 전임 조직위원회 시상식 시상 : 한국소비자학회장 - 폐회사 : 한국소비문화학회장	사회 : 이유석 교수(명지대) 701호 목련홀

Session I 14:50 ~ 16:10

Session I-1. 특별세션 : 시니어의 디지털 소비생활 지원플랫폼 구축 방안

좌장: 배순영(한국소비자원)

장소: B102(최병오홀)

논문제목	연구자	토론자
공공데이터 활용을 위한 시기술 적용 방안	강용성 ((주)와이즈넷, 대표이사 사장)	* 초청발표
머신러닝 기반 스마트워치 사용자의 고혈압 예측모델: 국민건강영양조사 자료 활용	김민정(숙명여대)	서인주(상명대)
금융소비자보호 실태평가 분석 - 시중 주요은행과 인터넷뱅크 비교	조혜진(인천대) 김민정(충남대)	김성숙(계명대)
디지털거래분석에서의 공공데이터 활용	육경영(숙명여대)	
K-modes 클러스터링을 활용한 시니어의 여가활동유형과 유형별 특성	고대균(충남대) 한지형(서울대)	
중고령자의 디지털역량과 소셜네트워크서비스(SNS) 이용이 디지털시장경제 참여에 미치는 영향	이성림(성균관대)	
시니어소비자의 건강관련 관심과 행동에 따른 식생활 만족도에 대한 연구: 1인 가구를 중심으로	나종연(서울대) 이해람(서울대) 김소현(서울대)	포스터발표
시니어 연령 집단별 온라인·비대면 소비실태 및 소비 유용성 인식	배순영 (한국소비자원), 임은정 (OCAP)	

* 본 세션은 신한은행 후원으로 기획되었으며, 세션 시간 제한으로 인하여 구두 및 포스터발표 동시 진행됨.

Session I-2. 인공지능 활용과 효과

좌장: 김지호(경북대)

장소: B106

논문 제목	연구자	토론자
“너희는 인간성이 부족해!”: 기업-생성형 AI의 협업이 기업의 비인간화에 미치는 영향과 생성형 AI의 의사 결정권 수준의 조절 효과	최정현(경북대) 김지호(경북대)	강정석(전북대)
가치기반수용모델에 기반한 패션 AI 추천 서비스 지속이용의도 결정요인	장은교(충남대) 이진명(충남대)	김종흠(인천대)
서비스 산업(경험재)에서의 AI의 적용과 AI vs. 인간의 비교 연구 - 지식수준의 조절효과를 중심으로	신지승(경희대) 손용석(경희대)	김예리(서울여대)
인공지능 챗봇 사용의도에 영향을 미치는 요인에 관한 연구-통합기술수용이론과 혁신저항모델을 중심으로	김담울(인천대) 김종흠(인천대)	이진명(충남대)

Session I-3. 머신러닝과 메타버스 기반 마케팅 전략

좌장: 강우성(동국대)

장소: B202(조흥연홀)

논문 제목	연구자	토론자
머신 러닝 기법을 활용한 한국 대중음악 시장에서의 성공 요인 분석	문관영(서울대) 김종대(전남대) 송인성(서울대)	이유석(명지대)
Maximizers' Reactance to Algorithm-Recommended Options: The Moderating Role of Autotelic vs. Instrumental Choices	김가은(동아대)	김종대(전남대)
아바타 꾸미기를 통한 대리만족이 메타버스 플랫폼에 대한 충성도에 미치는 영향: 중국 소비자를 대상으로	NI YUNTING(고려대) 이윤정(고려대) 기정화(Hong Kong Polytechnical University)	고은희 (한국소비자원)
소비자의 필터버블 경험과 태도에 관한 연구: 신기성 수용도의 조절효과를 중심으로	정우현(성균관대) 황혜선(성균관대)	김우혁(인천대)

Session I-4. 광고와 소비자

좌장: 김재휘(중앙대)

장소: 112

논문 제목	연구자	토론자
광고 속 사용자 리뷰가 구매의도에 미치는 영향: 자기참조(self-referencing)의 매개효과를 중심으로	박희주(중앙대) 김재휘(중앙대)	소재인(세종대)
기부 메시지에서 광고수용자를 지칭하는 대명사 사용이 기부의도에 미치는 영향: 심리적 파워의 조절 효과를 중심으로	이수현(서울대) 이경미(서울대)	유재미(청주대)
경외감 정서 유발 SNS 광고와 혁신적 제품 선호도	임가영(연세대)	김문섭(강원대)
광고의 브랜드 인상 소구 유형(온화함 vs. 유능함)이 고령자의 광고 정보 처리 과정에 미치는 영향	정유진(전북대) 강정석(전북대)	송영아 (KOBACAO)

Session I-5. 공유경제와 지속가능소비

좌장: 라선아(방송통신대)

장소: 113

논문 제목	연구자	토론자
공동 사용맥락이 업사이클 제품 구매의도에 미치는 효과: 지각된 오염을 중심으로	신하정(중앙대) 소지원(중앙대) 김재휘(중앙대)	송수진(고려대)
SNS에서의 지속가능소비 콘텐츠 경험이 지속가능소비 태도와 행동에 미치는 영향: 20-30대 소비자를 중심으로	서유현(전남대) 홍은실(전남대)	이혜미(이화여대)
상징적 도덕정체성(symbolic moral identity)과 도덕적 위협(moral threat)에 따른 비영리기업에 대한 태도: 모델 매력도(attraction)의 조절된 매개효과	전성률(서강대) 김 윤(서강대)	이청림(경기대)
Differences in Message Framing Regarding the Value of the Sharing Economy: A Comparative Study of China, South Korea, and the United States	고 정(동국대) 이진석(동국대) 전승우(동국대)	유동호(한라대)

Session I-6. 리테일 트렌드와 소비자 경험

좌장: 옥경영(숙명여대)

장소: B203

논문 제목	연구자	토론자
선택실험을 이용한 소비자의 무인매장 선호 연구	남영운(서울대) 이시현(서울대) 이호영(서울대) 김유진(서울대)	정재은(성균관대)
무인매장 지속이용의도에 미치는 영향: 신뢰와 지각된 품질의 매개효과를 중심으로	남영운(서울대) 유서영(서울대) 정지윤(서울대)	이홍주(숙명여대)
럭셔리 패션 브랜드 팝업매장 분위기가 소비자의 지각된 브랜드 가치, 브랜드 구매의도에 미치는 영향과 브랜드와 팝업매장 분위기의 일치성의 조절효과	오예우(성균관대) 박인형(성균관대) 박주영(성균관대) 정재은(성균관대)	남영운(서울대)
소비자의 팝업매장 체험이 이미지 평가와 구전의도에 미치는 영향-럭셔리 패션 브랜드의 팝업매장 유형 중심으로	박주영(성균관대) 박인형(성균관대) 오예우(성균관대) 정재은(성균관대)	왕다운(이화여대)

Session I-7. 금융 소비와 은퇴

좌장: 주소현(이화여대)

장소: B204

논문 제목	연구자	토론자
비은퇴 가계의 재무적 은퇴준비에 관한 연구	서기연(서울대) 최현자(서울대)	최 철(숙명여대)
은퇴자의 공공일자리 참여 경험과 일의 의미	박현숙(이화여대) 주소현(이화여대)	한지형(서울대)
금융소비자가 인식하는 자기책임의 차원과 영향요인 분석	구지연(성신여대) 차경옥(성신여대)	장연주(충북대)

Session II 16:30 ~ 17:40

Session II -1. 인플루언서 마케팅

좌장: 최자영(숭실대)

장소: B102(최병오홀)

논문 제목	연구자	토론자
Do luxury posts on social media help impression management?	이진석(동국대) 조현영(동덕여대)	이지수(가천대)
진정성이 사라질 때: 가상 장애인 인플루언서와 휴먼 장애인 인플루언서의 기부 캠페인 효과 비교	송채원(고려대) 송수진(고려대)	조현영(동덕여대)
인플루언서 유형과 집단 범주가 인상 평가에 미치는 영향	김지호(경북대) 손유화(경북대)	김태연(고려대)

Session II -2. 소비자 문제와 정책

좌장: 나종연(서울대)

장소: B106

논문 제목	연구자	토론자
소비자영향평가의 필요성 및 제도 도입에 관한 연구	홍채은 (한국소비자원)	구혜경(충남대)
가습기살균제 소비자 피해구제에 관한 연구	허민영(서울대) 여정성(서울대)	임은정(OCAP)
공감소통 프로그램이 신뢰와 정신건강에 미치는 영향	김정희(대전대) 남윤주(대전대) 장수용(대전대) 남경민(대전대) 남승규(대전대)	김정원(고려대)

Session II -3. 디지털 리터러시

좌장: 한성희(강원대)

장소: B202(조흥연홀)

논제	연구자	토론자
고령자 친화형 스마트워치의 노인 소비자 수용과 사회복지사, 자녀의 평가 연구: 통합기술수용모형을 중심으로	전상민(충북대) 구명진(서울대) 심유조(서울대)	이준영(상명대)
청소년의 소득계층이 디지털 역량 및 활용, 그리고 삶의 만족도에 미치는 영향	정진우(성균관대) 갈교교(성균관대) 이성성(성균관대) 이성림(성균관대)	최은실 (한국소비자원)
AI 윤리에 대한 사회적 이슈 탐색 연구	최한솔 (전)이화여대) 김은실(이화여대) 박민정(이화여대) 이혜미(이화여대)	김소연(서울대)

Session II -4. 라이프스타일과 소비자 행동

좌장: 이성림(성균관대)

장소: 112

논제	연구자	토론자
채식 소비자 유형별 식생활 라이프스타일, 농식품 소비자 역량, 식재료 관심도 및 식생활 만족도에 관한 연구	김예은(충남대) 김설인(충남대) 서윤경(충남대) 유상화(충남대) 구혜경(충남대)	김민정(숙명여대)
못난이 식품(ugly food)에 대한 점화 효과와 라벨링 효과	조단비(중앙대) 김재희(중앙대)	김은실(이화여대)
에슬레저 의류를 재구매 하게 만드는 요인은 무엇인가?	이홍주(숙명여대)	조혜진(인천대)

Session II -5. 소비자 행복

좌장: 서인주(상명대)

장소: 113

논문 제목	연구자	토론자
소비자행복이 가치공동창출에 미치는 영향에 관한 연구	조민식, 라신아 (방송통신대)	권용주(전북대)
긍정-부정적 상황의 보상소비와 소비자 감정반응 및 소비자행복 간의 구조적 관계	한만설(서울대) 호우티엔티엔 (서울대) 김소연(서울대)	김민정(충남대)
PSD 커뮤니케이션이 공감소통과 행복에 미치는 영향	김정희(대전대) 남윤주(대전대) 남승규(대전대)	김동후(중앙대)

Session II -6. 사회와 소비문화

좌장: 차경옥(성신여대)

장소: B203

논문 제목	연구자	토론자
Cultural Citizenship and Consumption: Examining Chinese Students in Korea	Ge Ting(동국대) Zhang, Jiwen (동국대) 전승우(동국대)	김가은(동아대)
ESG 정책과 실행의 괴리에 대한 소비자 태도	유재미(청주대)	이한석(상명대)
전주 한옥마을에 대한 전주시민의 태도 연구	유수정(전북대) 강정석(전북대)	안정용(고려대)

Session II -7. 소비자 행동

좌장: 김문섭(강원대)

장소: B204

논문 제목	연구자	토론자
관계 증진 동기가 선물 구매 시 행동적 비용 지출에 미치는 영향: 연령의 조절 효과를 중심으로	박혜원(서울대) 이경미(서울대)	이희정(경기대)
판매원의 의사소통 방식과 고객의 자아개념 명확성이 직원 설득력에 미치는 영향: 지각된 따뜻함과 지각된 진실성의 매개효과를 중심으로	이유리(서울대) 이유재(서울대)	박유경 (방송통신대)
자원의 희소성이 소비자 불평에 미치는 영향에 관한 연구	소재인(세종대) Nidhi Agrawal (워싱턴대)	차문경(한성대)

