



2022 소비자분야 통합학술대회

소비자주도의 일상회복과 소비행복

| 일 자 | 2022년 11월 5일(토) 13:30 - 18:00

| 장 소 | 고려대학교 운소우선교육관

주

최

KCA 한국소비문화학회
JOURNAL OF CONSUMER CULTURE

KSCS (사) 한국소비자학회
Korean Society of Consumer Studies

KCPA 한국소비자정책교육학회
KOREAN CONSUMER POLICY AND EDUCATION ASSOCIATION

KSCAP 한국소비자광고심리학회
Korean Society for Consumer and Advertising Psychology

후원 및 협찬

한국소비자원
Korea Consumer Agency

농심

| INVITATION |

2022년도 소비자분야 통합학술대회가 11월 5일 토요일에 고려대학교 운초우선교육관에서 열립니다. 소비자분야 통합학술대회는 4개의 학회인 『한국소비문화학회』, 『한국소비자학회』, 『한국소비자광고심리학회』, 『한국 소비자정책교육학회』가 소비자관련 분야에서 활동하는 연구자들의 학술 결과를 공유하고 토론하는 장으로 매년 개최되고 있습니다. 13개 세션에서 약 80여 편의 연구논문이 발표되는 이번 통합학술대회는 소비자 분야의 최신 연구 동향을 반영하고 있으며, 논문의 양과 질의 측면에서 명실상부한 소비자 분야 최고의 학술대회로 자리매김하고 있습니다.

올해 통합학술대회의 주제는 『소비자주도의 일상회복과 소비행복』으로서 팬데믹 이후 급변하는 시장에서 소비자가 주도하는 소비트렌드의 변화에 주목하고 신속한 일상회복과 소비자행복의 증진을 위한 대안과 방법을 여러 학문적 관점에서 모색할 것입니다. 본 학술대회는 소비자 분야의 다양한 주제를 대상으로 경영학 · 소비자학 · 심리학 · 패션마케팅 · 법학 등의 여러 학문적 관점에서 분석한 연구논문이 발표됩니다. 본 학회에서는 기초강연과 학술포스터 세션을 포함하여 다수의 학술논문발표 세션이 진행됩니다. 이를 통해 신(新)소비문화로서 소비자주도의 시장 변화를 분석하여 건전한 기업 활동의 방안을 모색하는 한편, 미래의 소비자정책 및 소비자교육의 대안을 제시하고자 합니다. 무엇보다 기업과 소비자의 공동 협력이 강조되는 시대에 소비자 중심의 기업 비즈니스 패러다임 전환의 방향성을 탐색하는 좋은 기회가 될 것입니다. 또한 팬데믹 이후 소비자 안전과 건강이 강조되는 시점에서 소비자의 복지와 권익 증진을 위한 시장과 정부의 효율적인 방향성에 대해서도 다각도로 모색하고자 합니다.



2022년 소비자분야 통합학술대회는 나날이 경쟁이 치열해지는 시장 환경에서 기업이 경쟁우위를 갖는 차별적인 방법에 대해 모색하고 이를 통해 소비자의 행복 증진을 위한 학술적 · 실천적 대안을 모색하는 학술 연구의 통합 플랫폼으로 위상을 더해갈 것입니다.

2022년 11월

한 국 소 비 문 화 학 회 회장 이영애(인천대), 라선아(방통대)
한 국 소 비 자 학 회 회장 강우성(동국대), 이윤정(고려대)
한국소비자광고심리학회 회장 성용준(고려대)
한국소비자정책교육학회 회장 유현정(충북대)

2022년 소비자분야 통합학술대회 조직위원회

위원장 : 이준영(상명대)

위 원 : 김우혁(인천대), 이신형(숙명여대), 양희순(상명대),
이채호(동국대), 김태연(광운대), 송유진(충북대)

| 공식행사 및 기조 강연 |

- 일시 : 2022년 11월 5일(토) 13:30~18:00
- 장소 : 고려대학교 운초우선교육관
- 세부일정

일 정	발표 및 내용	비 고
13:30 ~ 14:00	등록 및 포스터부착	
14:00 ~ 14:30	- 개회사: 한국소비문화학회장 - 축 사: 식품의약품 안전처장 오유경	
14:30 ~ 15:10	[기조강연] - 강연자: 박춘남(닐슨아이큐코리아 전무) - 제 목: The Future of Retail & Consumption: Global & Local Trends	진행: 이준영 교수 (상명대) 장소: 203호(대강당)
15:10 ~ 16:20	논문발표 Session I	201호, 202호, 301호, 302호, 303호, 304호, 307호
16:20 ~ 16:30	휴식 및 포스터발표 Session	장소: 2층 로비
16:30 ~ 17:40	논문발표 Session II	201호, 202호, 301호, 302호, 303호, 304호
17:40 ~ 18:00	[시상식] - 전임회장단 시상식: 한국소비자광고심리학회장 - 전임 조직위원회 시상식: 한국소비자정책교육학회장 - 폐회사: 한국소비자학회장	사회: 송유진 교수 (충북대) 장소: 203호(대강당)

Session I 15:10 ~ 16:20

Session I-1. 뉴노멀 시대의 소비자정책

좌장: 배순영(한국소비자원)

장소: 201호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
2022 소비자역량지수 정책대상별 분석: 고령소비자를 중심으로	오수진, 이보한, 이금노 (한국소비자원)	남영운(서울대)
온라인 소비자정보 평가: 분석틀 개발 및 정책사례 분석	이보한 (한국소비자원)	송유진(충북대)
데이터 기반의 소비자정책 성과 평가와 환류 방안	사지연 (한국소비자원), 구명진(서울대)	이진명(충남대)
디지털 금융거래 서비스 소비자 이용실태와 정책 방향 전망	정영훈, 송민수 (한국소비자원)	옥경영(숙명여대)

Session I-2. 소비자와 광고

좌장: 김지호(경북대)

장소: 202호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
의인화 경향성과 연령대가 브랜드의 지각된 따뜻함과 유능함에 미치는 영향	정은별, 강정석 (전북대)	부수현 (경상국립대)
공감소통 척도개발 및 타당화	김정희, 남윤주, 남승규(대전대)	안서원 (서울과학기술대)
친환경행동에 영향을 주는 요인에 관한 연구	김종흠, 김담울 (인천대)	강정석(전북대)
시각적 과장은 소비자를 어떻게 사로잡는가?: 시각적 과장과 프레이밍에 따른 소비자 반응 연구	김은경, 김지호 (경북대)	남승규(대전대)

Session I-3. 소비자정보처리

좌장: 유승엽(남서울대)

장소: 301호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
불확실한 결과가 시간 선호에 미치는 영향	강성모(고려대)	김채영(서강대)
The Effect of Perceived Economic Mobility on Prosocial Conformity and Its Psychological Mechanism	권용주(전북대), 이유재(서울대)	조현영(동덕여대)
The Effect of Perceived Power on Consumer Choices for Joint Consumption	김채영(서강대)	권용주(전북대)
온라인 광고성 뉴스에 대한 이용자의 반응: 광고 대상의 종류와 뉴스 게시 시점의 상호작용을 중심으로	조현영(동덕여대), 조현권(성균관대)	이채호(동국대)

Session I-4. 소비자만족과 행복

좌장: 조유현(중앙대)

장소: 302호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
코로나 시대 디지털 격차와 사회참여 만족도에 관한 연구: 연령의 조절효과 중심으로	강은비, 이 욱, 최소영, 황혜선 (성균관대)	신세라(제주대)
명품소비가 소비자의 행복에 미치는 영향: 구매동기, 자기진정성, 구매 만족도를 중심으로	이현송, 최혜경 (이화여대)	양수진(성신여대)
소셜데이팅 앱 사용자의 인식에 대한 연구 - 글램, 위피를 중심으로	정우현, 석재혜, 정재은(성균관대)	안영리(서울대)
무라벨 관련 소비자의 지각된 혜택과 비용에 대한 연구: 의미연결망 분석을 중심으로	최소영, 정진우, 석재혜, 정재은 (성균관대)	고대균(충남대)

Session I-5. 감정과 소비자

좌장: 강우성(동국대)

장소: 303호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
노스텔지어 음악이 소비자의 노스텔지어 감성에 미치는 영향에 관한 연구	박혜경(아주대), 전성률(서강대)	유창석(경희대)
럭셔리 브랜드의 로고 현저성이 구매의도에 미치는 영향	정가예, 김경민 (신라대)	강우성(동국대)
이 할인은 이제부터 제곱니다! 패창가격 할인이 구매의도에 미치는 영향: 범주 간 스퍼illover(spillover)의 조절효과를 중심으로	조단비, 김재휘 (중앙대)	박혜경(아주대)
소속감이 소비자의 긍정적 심리와 자연 보상에 미치는 영향: EEG 알파파 뇌파 주파수 분석	최한나, 윤미령, 이은주(성균관대)	김경민(신라대)

Session I-6. 친환경 소비문화

좌장: 김성숙(계명대)

장소: 304호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
무라벨 시장 동향 및 소비자 인식 분석	정진우, 최소영, 석재혜, 정재은 (성균관대)	김민정(충남대)
일회용품 사용규제에 관한 텍스트마이닝 분석	유재영, 이 욱, 황혜선(성균관대)	박종옥 (한국소비자원)
광주·전남권 비건 사회운동의 현황과 발전방안에 관한 소고: 양적·질적 혼합 연구방법의 적용	이호영, 손지연 (전남대)	임은정 (한국소비자원)

Session I-7. 신기술과 소비자

좌장: 심 영(서원대)

장소: 307호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
텍스트 마이닝을 활용한 전기차에 대한 국내 소비자 인식 분석	선정은, 정재은 (성균관대)	황진주(서울대)
스마트워치 건강관리기능에 대한 노인 소비자 수용과 저소득 독거노인 수용 증대방안 연구	전상민(충북대), 심유조(서울대)	이준영(상명대)
인공지능 투자상담 에이전트에 대한 사용자 태도 연구	임가영, 손영우 (연세대)	장연주(충북대)
소비약자 보호를 위한 인공지능기반 공정성 증강모델의 가능성과 한계	한세역(동아대)	이신형(숙명여대)

Session II 16:30 ~ 17:40

Session II-1. 소비자의사결정

좌장: 라선아(한국방송통신대)

장소: 201호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
장애인 모델이 포함된 광고는 더 멋질까: 포용적 마케팅의 브랜드 멋짐 효과	송채원, 송수진 (고려대)	황산영(고려대)
팬데믹 상황에서 영화관 방역활동이 소비자의 관람 태도에 미치는 영향	최운아, 유창석 (경희대)	박현아(서울대)
The Effect of Goal-Setting Strategy on Goal Level	황산영(고려대)	이채호(동국대)
When Does Philanthropy Benefit the Brand? The Role of CSR in Mitigating Malicious Envy and Undeservingness	박현아, 이유재 (서울대)	유창석(경희대)

Session II-2. 문화와 소비자

좌장: 이은희(인하대)

장소: 202호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
소비성향의 세대 간 전이와 가족 맥락에 관한 생애과정 접근: Z세대 자녀와 어머니를 중심으로	권정윤, 김난도 (서울대)	전상민(충북대)
중장년층 집단 내 디지털정보화수준 분석: 잠재계층분석(LCA)을 중심으로	최소영, 이 욱, 강은비, 황혜선 (성균관대)	한세억(동아대)
한국 클래식음악 소비자의 공연예술 애호에 관한 연구	안영리(서울대)	이혜미(이화여대)

Session II-3. 가치소비와 소비자심리

좌장: 김재휘(중앙대)

장소: 301호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
개념적 유창성이 업사이클링 제품 구매 의도에 미치는 효과	김민지, 김경연, 부수현(경상국립대)	김가은(동아대)
내 지갑 안에 속 들어가는 귀여움: 체크카드 디자인에 따른 소비자 태도 연구	최승혁, 김지호 (경북대)	김은실(이화여대)
마지 못한 친환경: 지속 가능 제품에 관한 연구	서문식, 유제은 (부산대)	김태연(광운대)
신뢰와 불안이 여행상품선택과 행복에 미치는 영향	최미심, 남윤주, 남승규(대전대)	임가영(연세대)

Session II-4. 디지털기술과 소비자행동

좌장: 차경천(동아대)

장소: 302호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
Enhancing the Acceptability of VR Products through Machine Learning: Amazon's Helpful Review Acceptability Prediction Model	이종찬, 한상만 (성균관대), 이선녕(동국대)	강정석(전북대)
Human vs. Service Robot as the Social Actor in Persuasion Settings: How the Social Presence of an Anthropomorphized Robot Harms Perceived Sincerity	이희경, 이유재 (서울대)	최윤슬(한양대)
AI 스피커 의인화가 지속 사용의도에 미치는 영향: 심리적 과정의 연령차	강선우, 강정석 (전북대)	이선녕(동국대)
VR 광고의 측정을 위한 척도개발과 타당성 검증: 360° VR 광고를 대상으로	최윤슬(한양대)	이희경(서울대)

Session II-5. 미디어와 소비자 커뮤니케이션

좌장: 이유리(서울대)

장소: 303호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
국내 게임의 해외 유저 리뷰 분석: 구조적 토픽모델링을 활용하여	이 철, 정재은 (성균관대)	구혜경(충남대)
가상 인플루언서의 양면적 특성에 따른 소비자 반응 연구	김신혜, 이진명 (충남대)	장연주(충북대)
마이크레이션 이론을 적용한 유튜브로의 소비자 정보채널 전환에 관한 연구	백지연, 이진명 (충남대)	권정윤(서울대)
미디어 공간에서 의사사회적 상호작용이 소비자 행복에 미치는 영향: 패션·뷰티 유튜브 이용을 중심으로	신승현, 박민정 (이화여대)	김선우(서울대)

Session II-6. 경험경제와 소비자

좌장: 주영혁(한성대)

장소: 304호

논 문 제 목	연 구 자	토 론 자
The Impact of Customer-generated Content on Search Ranking and Sales of Experience Goods in a Platform Market	김다연(동국대), 김상용(고려대)	이진석(동국대)
경험재 온라인 구매 시 소비자는 후기의 어떤 내용에 영향을 받는가?	안서원 (서울과학기술대)	강철승(중앙대)
남녀는 상대 성(性)의 경험적 과시 소비 (Experiential Conspicuous Consumption)를 어떻게 해석하는가?	이진석, 전승우 (동국대)	김다연(동국대)
Endemic Era, METAVERSE Economy and Consumer Reform Policy	강철승(중앙대)	안서원 (서울과학기술대)

| 포스터 발표 |

장소: 2층 로비

번호	논제목	연구자
1	청소년 금융교육 효과평가 모형 검증 - YWCA 씽크머니 교육 참여자를 대상으로	김민정(충남대), 고은희(이화여대), 서가연(서울대), 김은미(서민금융진흥원)
2	스마트 세탁기 추구 가치에 따른 소비자 집단 별 스마트 세탁기 기술 인식의 차이	문희강(배재대), 김선우(서울대)
3	패션 모델의 매력의 소비자의 일치성 인식과 구매 의도에 미치는 영향: 패션 모델 사이즈에 따른 차이 검증	김선우(서울대), 양수진(성신여대)
4	소비자의 단계적 기술수용 연구: 자율주행기술을 중심으로	김소현, 나종연(서울대)
5	구독형 오디오북 서비스 소비자의 만족도에 관한 연구	김수연, 최아라, 구혜경(충남대)
6	Mobility, Political Contexts, and Hotel Industry before and during Covid 19 Pandemic: Insights from Mobile Phone Data	Woohyuk, Kim (Incheon National University), Bongsug, Chae (Kansas State University) Eunhye, Park (Gachon University)
7	로컬푸드 이용 간편식에 대한 MZ세대 소비자의 인식에 관한 연구	나종연, 김지혜, 전윤선, 박소정(서울대)
8	2030 소비자의 후불결제 서비스 혁신저항과 이용의도에 대한 연구 : 인지된 위험과 상대적 이점을 중심으로	백나연, 이혜미(이화여대)
9	기후변화 원인 및 위험 인지와 친환경제품 구매	이성림, 석재해, 정진우(성균관대)
10	도덕적 허가에 따른 친환경소비행태의 차이	송유진, 이아름(충북대)
11	생활화학제품의 친환경 표시에 따른 소비자 인식의 차이 - 세탁세제 및 섬유유연제를 중심으로 -	유현정, 신재호, 김혜주, 송유진(충북대)
12	소비생활 여건에 대한 소비자 신뢰와 지속가능소비 실천의 관련성 연구	심영(서원대)
13	뷰티 시장의 소비자지향성 변인이 구매 후 만족도에 미치는 영향에 대한 연구: 재화와 서비스 간 비교를 중심으로	박지수, 양수진(성신여대)

번호	논 문 제 목	연 구 자
14	객실사용자 특성에 따른 호텔 만족도 결정 요인에 대한 연구: 아고다 리뷰 데이터마이닝 분석을 중심으로	양수진(성신여대), 서승수(고려대)
15	B마트 이용 소비자 유형별 만족에 관한 연구: 지각된 위험과 코로나19 두려움의 영향	유상화, 최아라, 김설인, 김수연, 구혜경(충남대)
16	지각된 아바타 어포던스가 메타버스 내 행동 확장에 미치는 영향	위지원, 윤남희, 이윤정(고려대)
17	소셜 빅데이터를 활용한 인공지능(AI) 스피커 구매후기 분석	김지희, 이여진, 김송미, 이유리(서울대)
18	친환경 소비의 지속성을 위한 커스터마이징의 효과	최이도, 함형주, 최현정, 임혜빈, 이병관(광운대)
19	OTT 서비스 콘텐츠 추천 유형에 따른 소비자 사용의도에 관한 연구	GAO WUXING, 장승욱(강릉원주대)
20	사회적 자본이 소비자 문제경험과 소비생활만족도에 미치는 영향 연구	정우진, 최현자(서울대)
21	소유할 것인가 공유할 것인가? 팬더믹 시대 미국 소비자들의 온라인 패션구매와 렌탈 행동	정혜정(중앙대), 양희순(상명대)
22	중년여성의 노화불안과 패션 소비 행동에 관한 연구: 체면민감성, 자기존중감, 패션혁신성의 조절효과를 중심으로	위지원, 이애우, 링화민, 한정민, 이윤정(고려대)
23	“중대재해” 관련 최근 연구 동향	김병태, 황혜선(성균관대)
24	식물육, 배양육 등 대체육류에 대한 국내 소비자 반응 탐색	HU WENDIE, 정재은(성균관대)
25	친환경 패션 제품 속성에 따른 소비자 인식 차이	김지윤, 이새은, 이규혜(한양대)
26	대학생 소비자의 중고거래 피해 경험과 대응행동에 관한 연구	윤재일, 신현호, 안승찬, 장연주(충북대)
27	디지털네이티브 Z세대의 온라인 쇼핑 검색 행동	윤초롱, 박연희(부산대)
28	대학생의 OTT서비스 요금제 선택에 따른 이용행태 및 불만족 경험과 해결 노력에 관한 연구	김수인, 김주연, 이윤지, 정희진, 홍유경, 김민정(충북대)
29	배달 앱 리뷰 작성자의 정보활동에 관한 탐색적 연구 - 배달의 민족 앱을 중심으로 -	김설인, 구혜경(충남대)

| 2022년 소비자분야 통합학술대회 조직위원회 |

>> 준비위원장

한 국 소 비 문 화 학 회 회장: 이영애(인천대), 라선아(방통대)

한 국 소 비 자 학 회 회장: 강우성(동국대), 이윤정(고려대)

한국소비자광고심리학회 회장: 성용준(고려대)

한국소비자정책교육학회 회장: 유현정(충북대)

>> 조직위원장

이준영(상명대)

>> 조직위원회

김우혁(인천대), 이신형(숙명여대), 양희순(상명대),

이채호(동국대), 김태연(광운대), 송유진(충북대)

| 학술대회 현장등록 참가비 |

- 학생회원(대학원생) : 20,000원
- 연회원 및 평생회원 : 30,000원
- 기관참가자 : 60,000원

| 학술대회장소 오시는 길 |

● 지하철로 오시는 경우

6호선 고려대역 2번 출구 이용 후,
지도에 보이시는 파란색 선을 따라 걸어오시면 됩니다.

● 자동차로 오시는 경우

주차장 2번 출구 이용 후, 지도에 보이시는 초록색 선을 따라 걸어오셔서
운조우선교육관으로 들어오신 후, 엘리베이터를 타고 2층으로 이동해주시면 됩니다.



**2022 소비자분야
통합학술대회**