

예술 플랫폼 창업 기업 형태 분석

조종혁*

한양대학교 창업융합학부 석사과정

국 문 요 약

수많은 예술 관련 분야 대학 졸업생들과 예술가들은 많은 시간과 열정을 투자하여 예술 공부와 창작활동을 하지만 창작물을 통해 수익을 창출하는데 많은 어려움을 겪고 있다.

최근에는 이런 문제를 해결하기 위해 많은 예술 플랫폼 창업 기업들이 생기고 있으며 이 기업들은 수익 창출이 어려운 많은 예술가들에게 수익 창출의 기회를 제공하고 있다. 예술가들의 창작물인 그림, 글, 음악, 패션 등을 사업화하여 수익을 창출하는 예술 플랫폼 창업 기업은 그림 대어 및 판매 플랫폼, 예술가 창작물 상품화 플랫폼, 예술 클라우드 펀딩 플랫폼, 공연 전시 플랫폼 이렇게 4가지 분야로 분류해 볼 수 있다.

또한, 국내 창업 생태계의 발전과 함께 예술 플랫폼 창업 기업에 대한 관심이 더욱 증가하고 있지만 예술 플랫폼 형태 분석 및 사례 적용 연구는 미흡한 실정이다. 따라서 본 연구는 예술 플랫폼 창업 기업 형태를 분야별로 분석하여 예술 플랫폼 창업을 준비 중인 예비 창업자들에게 향후 예술 창업 전략 수립에 있어 시사점을 제고하고자 한다.

핵심어: 예술 플랫폼, 예술 창업, 플랫폼, 예술 플랫폼 기업

1. 서론

최근에는 많은 플랫폼 기업들이 큰 성공을 거두고 있으며 예술 산업 분야에서도 창작자와 구매자를 쉽게 연결해주는 예술 플랫폼기업들이 생겨나고 있다. 예술 플랫폼 창업 기업은 예술 작품 판매만으로는 수익을 창출하기 어려운 많은 예술가들에게 수익 창출의 기회를 제공하고 이를 통해 생기는 수익을 예술가와 공유한다. 또한, 예술 작품 및 서비스 구매를 원하는 소비자는 플랫폼을 통해 창작자가 제공하는 예술 작품 및 서비스에 쉽게 접근해서 원하는 정보를 얻을 수 있다. 이처럼 예술 플랫폼 창업 기업은 예술 플랫폼을 제공하는 기업, 창작물을 제공하는 예술가, 그리고 창작물 구매를 원하는 고객이 서로 상호작용 하며 모두의 니즈를 한 번에 충족시킬 수 있는 이상적인 예술 창업 형태이다. 또한, 오픈 플랫폼 상에서 이루어지는 예술품 거래 및 정보 제공을 통해 폐쇄적인 예술 산업 생태계에 큰 변화가 일어나고 있다.

예술 플랫폼은 플랫폼을 제공하는 기업, 창작물을 제공하는 예술가, 예술품 및 서비스를 구매하는 소비자 간의 상호작용을 통해 플랫폼을 사용하는 모든 사용자들이 서

로가 필요한 가치를 창출할 수 있는 장을 만들어주는 창업 형태이다. 특히 ①창작 활동만으로는 수익 창출이 어려운 예술가들에게는 수익 창출 기회를 제공하고 ②플랫폼을 운영하는 기업은 예술가들의 창작물을 활용하여 여러 가지 비즈니스 모델을 만들 수 있으며 ③플랫폼을 사용하는 소비자는 예술가들의 창작물 및 창작물을 통해 파생된 상품 및 서비스에 대한 정보를 쉽고 빠르게 취득할 수 있다. 이처럼 예술 플랫폼의 가장 큰 특징은 서로 입장이 다른 플랫폼 제공자, 예술가, 소비자가 하나의 가상공간에 모여 서로가 필요한 가치를 창출하기 위해 적극적으로 상호작용을 한다는 점이다.

이에 더불어 예술 플랫폼 창업 기업은 예술가의 창작물을 기반으로 예술 작품 판매, 창작물 상품화 및 판매, 클라우드 펀딩 등 다양한 비즈니스 모델 전략을 통해 여러 가지 가치를 창출하며 성장을 이룰 수 있는 혁신적인 모델로서 많은 예술 기반 기업들이 선호하는 창업 형태이다.

하지만 현재까지 예술 창업 관련 된 선행 연구는 보통 예술 창업 지원 정책이나 예술 창업 교육을 중심으로 연구되어왔다(강주희, 최나영 2017). 따라서 본 연구는 예술 창업 지원 정책 및 교육이 아닌 현재 운영 중인 다양한 예술 플랫폼 창업 기업 형태 분석을 통해 예술 플랫폼 창

업 기업의 역할과 중요성을 고찰하고, 예술 플랫폼 기업들이 공통적으로 사용하는 전략을 분석하여 향후 예술 플랫폼 창업 기업들의 창업 전략 수립에 있어서 시사점을 제시하고자 한다.

II. 연구 배경

2.1. 예술 창업의 정의

예술 창업은 예술가의 창작물을 기반으로 경제적 이익을 창출하는 기업을 설립하는 것으로 일반 창업과는 차이가 있다. 예술가는 창작활동을 통해서 순수한 예술적 가치만을 추구지만 예술 기반 창업 기업은 예술가의 창작물에 대한 예술적 가치를 추구함과 동시에 경제적 가치를 추구하여 수익을 창출하는 것을 목적으로 한다. 또한, 예술 창업은 대부분 예술가의 창작물을 기반으로 이루어지며 예술 창업의 아이টে็ม으로는 예술품 판매, 예술 교육, 전시 기획 등 있다(강주희·최나영 2017).

2.2. 플랫폼의 정의

최근에는 ICT의 기술의 발전으로 플랫폼(platform)의 개념이 확장되었다. 최근의 플랫폼은 ICT 기술과 인터넷을 기반으로 한다. 플랫폼을 사용하는 사용자 중 상품 및 서비스 제공자는 자유롭게 상품 및 서비스를 플랫폼을 통해 판매할 수 있고 상품 및 서비스 구매를 원하는 소비자는 플랫폼을 통해 다양한 상품 및 서비스에 관련 된 정보를 쉽게 취득할 수 있으며 원하는 제품 및 서비스를 플랫폼을 통해서 손쉽게 구매할 수 있다. 이처럼 플랫폼은 판매자와 소비자를 자유롭게 연결하여 새로운 가치를 창출하는 온라인 경제 활동 공간의 의미로 확장되었고 현대인의 일상적인 경제활동의 일부분이 되었다. 또한, 플랫폼 사용자는 서로 다른 목적으로 플랫폼을 사용한다. ①플랫폼을 제공하는 기업은 많은 사용자를 확보하기 위해 플랫폼을 운영하고, ②상품 및 서비스를 제공하는 개인이나 업체는 판매를 목적으로 플랫폼을 사용한다. 또한, ③상품 및 서비스 구매를 원하는 소비자는 좋은 상품 및 서비스 구매를 위해 플랫폼을 사용하며 ④상품 및 서비스 홍보를 원하는 사용자는 광고를 목적으로 플랫폼을 사용한다. 정리를 하자면 플랫폼은 서로 다른 목적을 가지고 있는 다양한 사용자들이 한 개의 온라인 공간에 모여 적극적인 상호작용을 통해 서로에게 필요한 가치를 창출하기 위한 목적의 인터넷 서비스 기반 구조라고 할 수 있다(송동현·유

재필 2014).

또한, 플랫폼에 대한 정의를 내리기 위해서 플랫폼 사용자 중 상품 및 서비스 구매자인 소비자의 관점과 상품 및 서비스를 판매하는 사업자의 관점에서 생각해 볼 수 있다. 소비자의 관점에서는 플랫폼이 상품 및 서비스 구매를 결정짓기까지 소비자에게 어떠한 가치를 주는지가 중요하다. 상품 및 서비스에 대한 정확한 정보와 신속한 피드백 등 소비자에게 필요한 정보를 쉽고 빠르게 전달할수록 플랫폼 소비자 사용자 수는 많아질 것이다. 또한, 사업자의 관점에서는 플랫폼을 통한 광고 효과가 극대화 되었을 때 지속적으로 플랫폼을 사용하여 광고를 하게 될 것이다. 이처럼 플랫폼은 각자 다른 목적으로 플랫폼을 사용하는 모든 사용자들에게 그들이 필요한 가치를 창출해 줄 때 플랫폼으로써의 역할을 제대로 한다고 볼 수 있다.

그리고 플랫폼은 사용자의 특성에 따라 그 활용도와 가치가 결정되며 더 많고 정확한 정보를 제공할수록 많은 사용자들을 확보 할 수 있다. 또한, 플랫폼이 활성화되기 위해서는 플랫폼을 사용하는 모든 사용자들이 각자의 역할에 충실히 임해야한다. 상품 및 서비스 판매자는 판매하는 상품 및 서비스의 자세한 정보를 제공해야 하고 상품 및 서비스를 구매하는 소비자는 플랫폼이 정해진 구매 절차를 따라 상품 및 서비스를 구매하여야하며 플랫폼 제공자는 판매자와 구매자 등 플랫폼을 사용하는 사용자들 간의 소통이 잘 될 수 있도록 플랫폼을 운영해야한다(이도형, 2019).

이처럼 플랫폼은 다양한 사용자들 간의 연결고리로서 서로 다른 목적을 가지고 있는 다양한 사람들이 하나의 온라인 공간에 모여 제한 없이 서로가 필요한 가치를 창출할 수 있도록 서로에게 필요한 가치를 창출 할 수 있는 장을 만들어 준다(최유정·이제호 2019).

III. 연구방법

국내 예술 플랫폼 창업 기업에 대한 연구는 매우 드물다. 따라서 국내 예술 플랫폼 창업 기업의 형태를 4가지 분야로 나눈 후 각 분야별 대표적인 기업을 선정하여 각 기업의 운영 방식 등 예술 플랫폼 기업 형태에 대하여 분석하는데 주력하였다.

<표 1> 예술 플랫폼의 분류

종류	내용
①작품대여 및 판매	예술가의 창작물인 예술 작품 대여 및 판매
②상품제작 및 판매	예술가의 창작물로부터 파생된 상품 제작 지원 및 판매
③예술크라우드 펀딩	예술가의 창작활동을 지원하기 위한 크라우드 펀딩
④공연 전시 플랫폼	공연 및 전시 연계

3.1. 오픈갤러리(작품 대여 및 판매 플랫폼)

오픈갤러리는 예술 작품 대여 및 판매 서비스 플랫폼으로 전문 큐레이터들이 공모를 통해 작가를 선발하고 선발된 작가의 작품들을 고객들의 니즈에 맞게 매칭 한 후 그림을 대여해 주는 맞춤형 그림 대여 서비스이다. 만약 대여한 그림이 마음에 들 경우 오픈갤러리 전문 딜러를 통해 그림을 구매 할 수도 있다.

그림 대여를 원하는 사용자가 일정금액을 매달 지불하는 서비스를 신청하면 오픈갤러리 플랫폼에 올라가있는 그림을 저렴한 가격으로 대여할 수 있다.

그림 대여를 위한 그림 선정 방식은 오픈 갤러리의 내부 전문가들을 통해서 이루어진다. 오픈갤러리의 전문 큐레이터들이 고객의 니즈에 맞게 그림과 고객 매칭 작업을 진행하며 매칭이 완료 되면 그림 설치 전문가들이 선정된 원화 작품을 고객이 원하는 공간에 직접 설치해준다. 이처럼 그림 대여 서비스를 신청한 고객들은 설치 및 해체 걱정 없이 저렴한 가격으로 원화 작품을 원하는 공간에 설치하고 감상할 수 있고 작가들은 오픈갤러리 플랫폼을 통해 고객들에게 작품을 알릴 수 있는 기회와 수익창출의 기회를 제공받는다.

이처럼 오픈갤러리는 예술가, 플랫폼 제공자, 고객 모두에게 서로가 필요한 다양한 가치를 하나의 플랫폼으로 제공해주는 연결고리 역할을 수행함으로써 예술가에게는 작품 대여 및 판매를 통한 수익 창출, 플랫폼 제공자는 작품 대여 및 판매 수수료를 통한 수익 창출, 고객은 다양한 원화 작품을 설치 및 비용 걱정 없이 편안하게 감상할 수 있는 상호보완적인 서비스를 제공하고 있다. 이런 이유로 오픈갤러리는 다양한 목적을 가진 사람들이 서로가 필요한 가치를 창출하기 위해 사용하는 대표적인 예술 플랫폼으로 자리를 잡았다.

또한, 오픈갤러리의 가장 큰 특징은 이미 유명한 작가들의 작품을 대여해주거나 판매 하는게 아닌 아직 세상에

잘 알려지지 않은 신진 작가 및 중견 작가들을 발굴하여 그들의 작품을 법인고객이나 개인고객에게 대여 및 판매 한다는 점이다. 이를 통해 고객은 새로 발굴된 작가들의 작품을 대여하기 위해 구독료를 지불하고 오픈갤러리는 이를 통해 발생한 대여 소득 및 판매 소득을 작가와 일정 비율로 공유한다(라준영 2020).

법인 고객은 사무실, 건물 복도 등 인테리어의 목적으로 그림 대여를 주로 하며 개인고객은 주로 본인이 살고 있는 가정집에서 편하게 작품을 감상하기 위해 그림을 대여한다. 또한, 오픈 갤러리는 3개월에 한 번씩 그림을 교체해주는 서비스를 운영하고 있어서 그림이 지겨워 질 때쯤에 새로운 그림을 대여해서 집안의 분위기를 바꾸고 새로운 작품을 감상할 수 있다. 이러한 작품 대여가 작품 판매로 이어질 경우 작가들은 추가 소득을 얻는다(라준영 2020).

3.2. 마플샵(상품 제작 및 판매 플랫폼)

마플샵은 제품 이미지 개인 맞춤형 온라인 커스텀 프린팅 플랫폼으로서 예술가, 인플루언서 등 전문가들이 직접 디자인한 이미지를 마플샵 플랫폼 상에 준비되어있는 티셔츠, 컵, 에코백 등에 가상으로 입힌 후 플랫폼 상점에 올리고 주문이 들어오면 제품을 제작하여서 판매하는 플랫폼이다.

화가, 디자이너 등 이미지 창작자들은 마플샵 플랫폼을 사용하여 직접 디자인 한 이미지를 플랫폼에 탑재되어 있는 디자인 기능을 사용하여 마플샵 플랫폼 상에 준비되어있는 티셔츠, 모자, 에코백, 컵 등에 가상으로 입혀 볼 수 있다. 입혀진 이미지가 마음에 들어서 상품으로 제작하여 판매를 원하는 경우 본인이 제작한 이미지를 플랫폼 상에 준비되어있는 제품 중 어떤 제품에 프린트해서 판매할지만 결정하면 판매, 배송, CS, 재고관리까지 모두 마플샵 플랫폼 상에서 해결이 가능하다.

이 플랫폼을 통해서 고객은 본인이 좋아하는 예술가 및 인플루언서가 직접 디자인한 이미지가 프린트 되어 있는 상품을 구매할 수 있다. 고객이 원하는 상품 결제를 완료하면 마플샵의 오프라인 프린팅 공장에서 주문이 들어온 수량에 맞게 창작자가 디자인한 이미지로 티셔츠, 모자, 에코백, 컵 등에 프린팅 작업을 시작하고 작업이 완료되면 완성된 제품을 고객에게 전달한다.

마플샵의 가장 큰 특징은 전문 예술가가 아니더라도 누구나 쉽게 상품을 만들고 판매 할 수 있고 소량 주문 제작을 할 수 있다는 점이다. 마플샵 온라인 플랫폼 셀러로

선정이 된 후 마플샵 셀러 스튜디오에 로그인을 하면 셀러가 직접 온라인 샵을 꾸밀 수 있으며 셀러가 직접 제작한 디자인을 마플샵 플랫폼 상에 준비되어 있는 티셔츠, 모자, 후드, 에코백, 액세서리, 홈데코, 컵, 쿠션, 핸드폰 케이스 등에 가상으로 입혀 보면서 색감, 이미지 배치 등의 작업을 플랫폼 상에서 할 수 있으며 최종적으로 원하는 디자인을 완성 한 후 바로 판매를 할 수 있다.

상품의 가격은 이미지 디자인을 한 셀러가 직접 정할 수 있으며 마플샵은 상품이 판매되면 판매금액에서 결제대행사 수수료만을 제외한 금액의 100%를 셀러에게 정산해 준다.

3.3. 텀블벅(예술 크라우드 펀딩 플랫폼)

텀블벅은 음악, 디자인, 영화, 게임, 출판, 요리, 패션, 미술, 이벤트 등 창작의지와 아이디어가 있으나 자금이 없어 창작활동을 하지 못하고 있는 독립적인 문화 예술 창작자들의 창작 프로젝트를 후원하기 위한 크라우드 펀딩 플랫폼이다.

텀블벅 플랫폼에 로그인 후 프로젝트 올리기 기능을 사용해서 누구나 손쉽게 크라우드 펀딩 프로젝트를 시작할 수 있다. 하지만 상업적인 목적만을 가지고는 프로젝트를 진행할 수 없다(박인정 2013). 텀블벅은 초심과 방향성을 지켜나가기 위해 순수한 창작 활동 그 자체가 목적인 프로젝트들 위주로 크라우드 펀딩 프로젝트를 진행 할 수 있도록 심사를 통해 프로젝트 진행 가능 여부를 결정한다.

현재 텀블벅 플랫폼은 게임, 공연, 디자인, 만화, 예술, 공예, 사진, 영화·비디오, 푸드, 음악, 출판, 테크, 패션, 저널리즘 총 13개 관련분야 크라우드 펀딩 프로젝트를 진행할 수 있도록 분야가 나뉘어져 있다. 이 13개 분야에 속하는 프로젝트를 생각하고 있는 창작자들은 프로젝트 실행을 위한 자금을 확보하기 위해 텀블벅 플랫폼을 활용하여 크라우드 펀딩을 진행할 수 있다. 예를 들어 아직 유명하지 않은 영화 감독이 독립영화를 찍기 위해 준비중이었다면 텀블벅 플랫폼에 준비 중인 영화의 내용 및 제작 목적 등을 올리고 후원금을 모을 수 있다. 이렇게 모아진 후원금을 사용하여 영화 제작을 완료한 후 후원의 결과물인 영화 DVD나 영상 파일 등을 후원자들에게 보내주면 후원자들은 본인들의 후원을 통해 만들어진 결과물인 영화를 감상할 수 있다.

간단히 말하면 프로젝트 진행을 위해 설정한 금액만큼 후원금이 모아지면 후원금을 사용하여 작품 및 서비스를 완성하고 완성된 작품 및 서비스 등의 결과물을 후원자들

에게 직접 전달하면 프로젝트가 완료된다.

하지만 텀블벅 플랫폼에 크라우드 펀딩 프로젝트를 올린다고 해서 무조건 후원금을 받을 수 있는 건 아니다. 플랫폼 상에 탑재되어 있는 스토리 작성 기능을 사용하여 프로젝트를 올려야하는데 이 과정에서 프로젝트 진행자가 설정한 목표 금액을 채워야만 프로젝트는 진행할 수 있다.

또한, 텀블벅 플랫폼을 통해 직접적인 통신 판매는 할 수 없으며 텀블벅은 펀딩이 성공했을 경우 일정 금액의 수수료를 받는 것으로 수익을 창출 한다.

3.4. 아트맵(공연 전시 플랫폼)

아트맵은 전국의 미술관, 갤러리, 작가, 전시, 작품구매, 작품평가 등 미술과 관련 된 모든 정보를 제공하는 플랫폼으로 예술가, 수집가, 미술관, 평론가, 갤러리 등 미술 산업 관련자들을 모두 연결하는 연결고리의 역할을 하고 있는 플랫폼이다.

아트맵 플랫폼은 빅데이터 기술 및 블록체인 기반 진품 인증 솔루션기술을 사용하여 미술 산업의 신뢰도를 높이기 위해 노력하고 있다. 또한, 위치 추적 기술을 사용하여 플랫폼 사용자가 본인의 위치에서 가장 가까운 거리의 전시회 정보를 얻을 수 있도록 전시 정보를 제공하고 있고, 빅데이터 기술을 사용하여 플랫폼 사용자가 좋아하는 작가의 전시가 언제 어느 갤러리에서 열리는지 등 전시 관련 된 정보를 실시간으로 제공하고 있다. 그리고 아트맵 플랫폼의 온라인 갤러리에 등록되어 있는 작가들의 작품 구매를 희망할 경우 플랫폼을 통해서 작품 구매도 할 수 있으며 전시 홍보, 갤러리 홍보도 가능하다. 한마디로 말해 아트맵은 우리나라에서 열리는 미술 관련 전시 및 행사에 관련 된 모든 정보에 쉽게 접근할 수 있도록 돕는 원스톱 미술 관련 정보 제공 플랫폼이라고 할 수 있다.

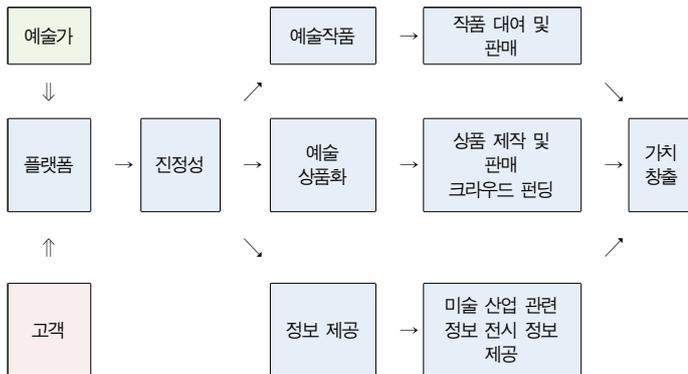
또한, 플랫폼 상에서 운영되고 있는 온라인 갤러리를 통해 서양화, 동양화, 유화, 조각, 설치미술, 미디어아트, 사진 총 7개 분야의 미술 작품 전시가 진행되고 있으며 전문 큐레이터가 전시, 작품에 대해 쓴 평론 글을 읽을 수도 있다. 그리고 전시문 번역 및 평론 의뢰 등의 서비스도 제공하고 있다. 이처럼 아트맵은 미술과 관련 된 모든 정보를 쉽고 빠르게 제공하기 위해 필요한 빅데이터, 블록체인 등 여러 가지 기술을 플랫폼에 적용시켜 플랫폼 사용자들에게 정확하고 효율적으로 정보를 제공하고 있다.

IV. 예술 플랫폼 창업 기업 형태 분석 결과

예술 플랫폼 창업 기업은 다른 창업 기업들과는 다르게 진정성, 상품성 등을 예민하고 섬세하게 관리 할 수 있어야 하며 혁신 기술을 잘 결합하여야 많은 사용자를 확보 할 수 있다.

또한, 상품·서비스를 제공하는 예술가는 좋은 상품·서비스를 제공하기 위해 진정성 있게 상품 및 서비스를 제작해야하고 플랫폼을 제공하는 기업은 예술가와 구매자 사이에서 친절하고 정확한 연결고리 역할을 해야 하며 창작물을 구매하는 고객은 제품 및 서비스 창작자의 진정성을 받아드리고 그만큼의 금액을 지불할 수 있는 열린 마음을 가지고 창작자가 제공하는 제품 및 서비스를 바라볼 수 있어야 한다.

이도형(2019). 플랫폼 비즈니스 모델 분석을 통한 창업기업들의 전략수립을 위한 연구, *사회과학연구*, 26(1), 206-223.
 송진화·이동수(2019). 예술인 창업교육 지원 사례연구 및 제언. *연기예술연구*, 16, 199-215.
 최유정·이제호(2019). 배달앱 ‘배달의 민족’ 핵심성공요인에 관한 연구. *한국경영학회 통합학술발표논문집*, 439-462.
 김주현(2020). 온라인 기반 예술 창업에 대한 공유개념도 연구. *기초조형학연구*, 21(5), 75-86.
 라준영(2020). 구독경제와 미술작품의 서비스화: 오픈갤러리 사례, *서비스경영학회지*, 21(3), 227-252.
 오픈갤러리(2021). *플랫폼 형태 분석*. 2021.2.03.~2021.2.10. 검색, <https://www.opengallery.co.kr>
 마플샵(2021). *플랫폼 형태 분석*. 2021.2.11.~2021.2.20 검색, <https://marpple.shop.kr/>
 텀블벅(2021). *플랫폼 형태 분석*. 2021.3.12.~2021.3.18. 검색, <https://www.tumblbug.com>
 아트맵(2021). *플랫폼 형태 분석*. 2021.1.16.~2021.11. 검색, <https://www.art-map.co.kr/>



<그림 1> 예술 플랫폼 프레임 워크

참고문헌

박인정.(2013). 문화예술 분야 클라우드 펀딩의 가능성: 문화나눔 포털과 텀블벅 사례를 중심으로. *문화예술경영학연구*, 6(1), 131-156.
 송동현·유재필.(2014). 인터넷 플랫폼 비즈니스 동향분석 및 정책적 제언. *한국인터넷진흥원 Internet & security Focus*, 5, 4-21.
 이서한·노승훈.(2014). ICT 융합 유형별 스타트업 기업의 성공 요인에 관한 연구-사례연구를 중심으로. *Journal of Digital Convergence*, 19(12), 203-215.
 오소정·임대근(2016). 후원형 클라우드펀딩과 그 효용성: 한국 텀블벅(Tumblbug)과 대만 플라잉비(Flying V) 사례를 중심으로, *글로벌문화콘텐츠*, 26, 115-130
 강주희·최나영(2017). 예술가 창업지원 정책 개선 방안 연구. *문화예술교육연구*, 12(3), 51-79.
 공채영(2017). *문화·예술 분야의 클라우드 펀딩 현황 및 성공 전략 연구*. 한국문화예술재단과 텀블벅 사례를 중심으로, 석사학위논문, 경희대학교