

هو الغنى .

گزارش پیش

تأمین مالی در تولید فیلم های سینمایی
مطالعه تطبیقی روش های متعارف و نوین
در سینمای ایران و هالیوود

فاطمه یاسمی

(زیر نظر پژوهشکده هنر)



سازمان اسناد و کتابخانه ملی
جمهوری اسلامی ایران

ناشر: پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات

عنوان: تأمین مالی در تولید فیلم‌های سینمایی (مطالعه تطبیقی روش‌های متعارف و نوین در سینمای ایران و هالیوود)

نویسنده: فاطمه یاسمی

ویراستار: پروین حاجی‌پور

صفحه‌آرا: حسین آذری

نوبت چاپ: اول - پاییز ۱۳۹۸

شمارگان: برای مخاطبان خاص

همه حقوق این اثر برای پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات محفوظ است.
در صورت تخلف، پیگرد قانونی دارد.

نشانی: تهران، پایین‌تر از میدان ولی‌عصر (عج)، خیابان دمشق، شماره ۹، پژوهشگاه فرهنگ، هنر و ارتباطات
صندوق پستی: ۶۲۷۴ - ۱۴۱۵۵. تلفن: ۸۸۹۰۲۲۱۳. دورنگار: ۸۸۸۹۳۰۷۶. Email: nashr@ricac.ac.ir

فهرست مطالب

مقدمه مؤلف.....	۱
فصل اول: روش‌های متعارف و نوین تأمین مالی در ایران و سایر کشورهای اسلامی	
مقدمه.....	۷
۱. روش‌های متعارف تأمین مالی تولیدات سینمایی در ایران.....	۸
۱-۱. تأمین مالی از سوی دولت و نهادهای وابسته به آن.....	۸
الف. تأمین مالی غیرمستقیم.....	۸
ب. تأمین مالی مستقیم.....	۸
۱-۲. تأمین مالی توسط سرمایه‌گذاران بخش خصوصی.....	۹
الف. سرمایه‌گذاری به صورت شخصی.....	۹
ب. سرمایه‌گذاری به صورت بنگاهی.....	۱۰
۱-۳. تأمین منابع مالی توسط سرمایه‌گذاران خارجی.....	۱۲
الف. سرمایه‌گذاری خارجی به صورت شخصی.....	۱۳
ب. سرمایه‌گذاری خارجی به صورت بنگاهی.....	۱۳
۲. روش‌های نوین تأمین مالی تولیدات سینمایی در ایران.....	۱۴
۱-۲. نمونه بنگاه نوآور در زمینه تأمین مالی فیلم در ایران.....	۱۴
۲-۲. روش‌های تأمین مالی و سرمایه‌گذاری در فیلم‌های سینمایی توسط مدرسه سینمایی عمار.....	۱۵
۳. روش‌های نوین تأمین مالی در سایر کشورهای اسلامی.....	۱۶
۱-۳. روش تأمین مالی صکوک.....	۱۶
۲-۳. تأمین مالی با اوراق استصناع.....	۱۷

۱۷.....	۳-۳. تأمین مالی با اوراق جعاله.....
۱۷.....	۳-۴. تأمین مالی با اوراق رهنی.....
۱۸.....	۴. نتیجه گیری.....

فصل دوم: روش های متعارف و نوین تأمین مالی در هالیوود آمریکا و سایر کشورهای جهان

۲۱.....	مقدمه.....
۲۲.....	۱. روش های متعارف و نوین تأمین مالی در هالیوود آمریکا.....
۲۲.....	۱-۱. روش های تأمین مالی از سوی دولت و بنگاه های وابسته به آن.....
۲۲.....	الف. تأمین مالی غیرمستقیم.....
۲۲.....	ب. تأمین مالی مستقیم.....
۲۵.....	۱-۲. تأمین مالی توسط سرمایه گذاران بخش خصوصی.....
۲۵.....	الف. سرمایه گذاری خصوصی به صورت شخصی.....
۲۷.....	ب. سرمایه گذاری خصوصی به صورت بنگاهی.....
۳۴.....	۱-۳. تأمین منابع مالی توسط سرمایه گذاران خارجی.....
۳۴.....	الف. سرمایه گذاری خارجی به صورت شخصی.....
۳۴.....	ب. سرمایه گذاری خارجی به صورت بنگاهی.....
۳۵.....	۲. روش های نوین تأمین مالی در سایر کشورهای جهان.....
۳۶.....	۲-۱. فاند یا گرنت.....
۳۶.....	۲-۲. جمع آوری کمک های مالی.....
۳۶.....	الف. روش اهدایی.....
۳۷.....	ب. روش پاداشی و پیش خرید.....
۳۷.....	ج. روش استقراضی از طریق پایگاه الکترونیکی.....
۳۸.....	د. تأمین مالی مشارکتی یا سرمایه گذاری سهامی از طریق پایگاه الکترونیکی.....
۳۸.....	۲-۳. تأمین منابع مالی از طریق بسته جذب سرمایه گذاران.....
۳۹.....	۲-۴. مشارکت محدود.....
۴۰.....	۲-۵. پیش فروش فیلم.....
۴۰.....	۲-۶. جذب سرمایه توسط کارگزاران.....
۴۱.....	۳. نتیجه گیری.....

فصل سوم: تحلیل داده ها

۴۳.....	مقدمه.....
۴۴.....	۱. دسته بندی روش های تأمین مالی پس از تطبیق روش های هالیوود و ایران و افزودن روش های تأمین مالی نوین.....
۵۰.....	۲. نتیجه گیری.....

فصل چهارم: نتایج و راهکارها

۵۱.....	۱. نتایج.....
۵۴.....	۲. راهکارها.....
۵۵.....	وام‌های بانکی.....
۵۷.....	مشوق‌های مالیاتی.....
۵۷.....	بازاریابی و تبلیغات.....
۵۸.....	بیمه، تضمین پایان کار.....
۵۹.....	بورس کردن فیلم.....
۵۹.....	جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی جهت مشارکت در تولید و توزیع محصولات سینمایی.....
۶۳.....	فهرست منابع.....

مقدمه مؤلف

بخشی از مشکلات عمده جوامع سنتی و کشورهای در حال توسعه که دارای صنعت نفت هستند - از جمله ایران - محوریت این صنعت در چرخه اقتصادی است؛ به طوری که سایر زمینه‌های اقتصادی مؤثر در چرخه توسعه اقتصادی کشور مورد توجه قرار نمی‌گیرند.

توسعه، از قوه به فعل رسیدن تمام توانایی‌های ابعاد گوناگون جامعه را در برمی‌گیرد؛ توانایی‌هایی که بر سیاست‌گذاری و برنامه‌ریزی صحیح متکی هستند. مطلوب‌ترین وضعیت یک جامعه زمانی است که ابعاد مختلف نظام اجتماعی هماهنگ با هم رشد کنند. به عبارتی دیگر، نمی‌توان به راحتی از توسعه یک بُعد جامعه بدون در نظر گرفتن ابعاد دیگر آن صحبت کرد. این توسعه همه‌جانبه باید مبتنی بر فرهنگ بومی هر کشور صورت گیرد تا بتواند پایدار و موفق باشد. به تعبیری، رشد و توسعه هر کشور از دل فرهنگ آن کشور بیرون می‌آید (هانتینگتون، ۱۳۷۹). بخش فرهنگ، همچون سایر بخش‌های جامعه، با کمبود منابع روبه‌روست و توجه به اقتصاد در این حوزه ضرورت دارد؛ تا با تصمیم‌گیری درباره روش‌ها و شیوه‌های مختلف تخصیص منابع و تشخیص بهینه‌ترین آن‌ها، سیاست‌ها در جهت تأمین خواسته‌های جامعه مفید واقع شوند.

یکی از برجسته‌ترین شاخه‌های اقتصاد فرهنگ، اقتصاد صنایع خلاق است که خود دربردارندهٔ بخش‌های مختلفی از جمله سینما، تئاتر و... است. چنانچه به پژوهش‌ها و مقالات صورت گرفته در زمینهٔ سینما مراجعه کنیم، متوجه می‌شویم که سینما در حوزه‌های وسیعی با عناوین مختلفی چون صنایع فرهنگی و هنری، صنایع خلاق و صنایع رسانه‌ای مورد تحلیل و بررسی قرار گرفته است.

صنعت سینما منشوری است که ابعاد مختلف فرهنگی، هنری، اجتماعی، تکنولوژیک، صنعتی و اقتصادی یک جامعه را در سطوح مختلف دربرمی‌گیرد و به دلیل اهمیت این صنعت، باید در نظر داشت که توجه و بررسی بُعد اقتصادی سینما به معنی بی‌اهمیت جلوه دادن سایر ابعاد دیگر آن نیست. توماس گوبک^۱ (۱۹۷۸م) محقق و استاد برجستهٔ علوم ارتباطات و صنایع رسانه‌ای، در مقالهٔ خود به این مسئله که مطالعات سینمایی عمدتاً به نقد و تحلیل فیلم‌ها و اتفاقات تاریخی بسنده می‌کنند، اعتراض کرده و معتقد است که ابعاد اقتصادی فیلم و سینما در بیشتر مواقع از سوی پژوهشگران مغفول واقع شده است.^۲ در هر زمانی، تأمین بودجهٔ کافی و متناسب یکی از مسائل اصلی و محرک چرخ‌های صنایع مختلف بوده است؛ به طوری که همواره روش‌های بدیع و جدیدی در تأمین منابع مالی صنایع مختلف بروز و ظهور می‌کنند و صنعت سینما نیز از این قاعده مستثنی نیست.

مبحث اقتصادی سینما دربرگیرندهٔ تمامی فرایندهای اقتصادی است که به تولید، توزیع و پخش و نیز بخش‌های وابسته به آن‌ها و تأثیراتشان بر سطوح مختلف اقتصاد داخلی و بین‌المللی مربوط می‌شوند. تأمین منابع مالی جهت تولید، توزیع و نمایش فیلم‌های سینمایی از دیدگاه اقتصادی به‌طور مشخص نوعی سرمایه‌گذاری محسوب می‌شود؛ همچنین میزان و چگونگی بازگشت این سرمایه و سود حاصل از آن بهترین شاخص برای ارزیابی میزان موفقیت سینما در بُعد اقتصادی به شمار می‌آید.

1. Thomas H.Guback

متولیان سینمای آمریکا با واقف بودن بر قدرت و نفوذ این صنعت و بهره‌مندی از آن، به رشد و توسعه تولیدات سینمایی پرداختند و امروز، بزرگ‌ترین و قدرتمندترین قطب سینمای دنیا یعنی هالیوود در این کشور قرار دارد. هالیوود آمریکا با برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری دقیق و صحیح، بر اساس روش‌ها و ابزارهای تأمین مالی که در دست دارد، از طریق بخش خصوصی یا سرمایه‌گذاری بانک‌ها، شرکت‌های نامدار فیلم‌سازی، شرکت‌های تجاری و بازارهای سرمایه، بیمه و... هزینه‌های تولید فیلم را تأمین می‌کند. با توجه به شیوه‌های مختلف تأمین مالی تولیدات سینمایی و سرمایه‌گذاری‌های عظیم در شرکت‌های فیلم‌سازی زیرمجموعه هالیوود، فیلم‌هایی با تکنیک‌های خیره‌کننده و کیفیت بالا به دنیا ارائه می‌شوند؛ و از این منظر فرهنگ و سبک هالیوود نیز منتقل می‌شود.

کشورهای مختلف برای رقابت با هالیوود و همچنین حفظ فرهنگ‌های بومی و ارزشی خود به برنامه‌های دقیق و مدونی برای تأمین منابع مالی تولید فیلم‌های سینمایی نیاز دارند. هر کشوری بنا به شرایط حاکم بر آن، به روش‌های گوناگونی این تأمین هزینه‌ها را انجام می‌دهد. برای مثال، در اروپا صنعت فیلم‌سازی بسیار به سیاست‌های مالی و پولی دولت‌ها وابسته است. برخی از کشورهای اروپایی، از جمله فرانسه، سعی کرده‌اند با تکیه بر سیاست‌ها و حمایت‌های مالی دولتی به ساخت و تولید فیلم سینمایی پردازند. دولت فرانسه برای داشتن سینمای ملی ساختار حمایتی بدون تبعیضی را جهت تولید و نمایش فیلم فرانسوی بدون نیاز به بودجه ملی بنیاد نهاد؛ و اکنون حاصل آن را بر پرده سینماها و شبکه‌های تلویزیونی می‌توان شاهد بود (هاشمی، ۱۳۸۹).^۱

در برخی کشورها، از جمله ایران، به دلیل نبودن یا به کار نگرفتن روش‌های متنوع و کاربردی و همچنین تکیه اکثر تولیدکنندگان بر حمایت‌های مالی دولتی، تولید فیلم‌های سینمایی به کندی و گاه با کیفیت غیرقابل قبولی

صورت می‌گیرد. افزون بر معاونت سینمایی وزارت فرهنگ و ارشاد اسلامی و چند سازمان که دارای هیئت‌انامی جداگانه اما تحت نظارت مستقیم معاونت سینمایی هستند، یا بنگاه‌های دولتی و خصوصی که فعالیت‌های حمایتی و اجرایی را دنبال می‌کنند، در برخی موارد سازمان‌ها و نهادهای دولتی دیگر نیز در تأمین سرمایه به صورت کامل یا بخشی از آن به صورت مشارکتی، چه از طریق ریالی و چه از طریق اعمال مقررات یا در اختیار گذاشتن امکانات و تجهیزات و ... در ساخت و تولید فیلم‌های سینمایی مشارکت دارند. با توجه به منابع محدود در اختیار دولت و رشد و پیشرفت صنعت سینما در جهان این مهم تنها با تکیه بر امکانات دولت امکان‌پذیر نیست.

در بخش خصوصی و سینمای مستقل، بودجه مورد نیاز از طریق سرمایه‌گذاران و تهیه‌کنندگان شخصی و مستقل تأمین می‌گردد که متأسفانه هنوز در این زمینه برنامه‌ریزی و سیاست‌گذاری کافی و دقیقی صورت نگرفته است. همچنین نبود یا کمبود آگاهی برخی تهیه‌کنندگان نسبت به چگونگی استفاده از ابزار تأمین مالی پروژه‌های سینمایی و عدم توانایی آنان در بهره‌گیری از منابع مختلف، تأمین هزینه‌های ساخت فیلم را با مشکل مواجه می‌کند. از طرفی نبود اطمینان کافی از فروش مناسب فیلم‌ها و بازگشت سرمایه و سود مطلوب به هنگام توزیع و اکران فیلم، از جمله عوامل مؤثر در افزایش ریسک و کاهش سرمایه‌گذاری‌های مختلف در سینمای ایران است. بنابراین به دلیل دریافت بودجه پایین و ناکام ماندن در تأمین هزینه‌های تولید، برخی متولیان و تولیدکنندگان مجبور می‌شوند از کیفیت‌های بصری و محتوایی کار بکاهند تا هزینه‌های تولید را کاهش دهند؛ و از این طریق احتمال شکست فیلم‌ها در زمان اکران بالا می‌رود. این گونه است که برخی از سرمایه‌گذاران غیرحرفه‌ای، طالب سود و منفعت، به تولید فیلم‌های سطح پایین روی می‌آورند که نه تنها از لحاظ فرهنگی و اقتصادی به بدنه سینما صدمه وارد می‌کنند، بلکه در چرخه اقتصاد کشور نیز تأثیر مثبتی نخواهند داشت.

پژوهش پیش رو برگرفته از پایان‌نامه کارشناسی ارشد فاطمه یاسمی در

دانشگاه بین‌المللی امام رضا^(ع) با نظارت استاد راهنما جناب آقای میثم موسایی، مشاوره جناب آقای وحید مردانی و همکاری جناب آقای یوسف سبحانی است. این گزارش که برگرفته از پژوهش یادشده است، به تبیین و تطبیق روش‌های متداول و نوین تأمین مالی تولیدات سینمایی در صنعت سینمای هالیوود، ایران و جهان می‌پردازد. همچنین ابزارها و شیوه‌های مختلف تأمین مالی متعارف از مجراهای دولتی، سرمایه‌گذاران خصوصی، ترکیبی از این دو به صورت مشارکتی و همچنین سرمایه‌گذاری‌های خارجی و روش‌های نوین تأمین مالی را که در هالیوود استفاده می‌شود و می‌تواند در سینمای ایران و تأمین منابع مالی تولیدات سینمایی کاربرد مناسبی داشته باشد، به تفکیک بیان می‌کند. در خاتمه نیز با مطالعه بخش کوچکی از روش‌های تأمین مالی اسلامی که می‌توانند در زمینه سینمای ایران نیز کاربرد داشته باشند، پیشنهادهایی ارائه می‌گردد.

اینکه برای تأمین بودجه فیلم‌ها چه روش‌هایی در هالیوود و چه روش‌هایی در ایران استفاده می‌شوند؛ و همچنین چگونگی دستیابی به شیوه‌های نوین تأمین مالی فیلم در جهان و منطبق کردن آن‌ها با بازار سینمای ایران، خود مباحث مهمی در صنعت عظیم سینما به شمار می‌روند. هدف موردنظر این گزارش آن است که با شناسایی و تحلیل روش‌های گوناگون بتواند راه‌های جدید، مناسب و حتی سهل‌تری را در برای بهبود شرایط تأمین مالی تولیدات سینمایی در ایران ارائه دهد و از این مجرا به رشد و توسعه صنعت سینما در ایران و در سطح بین‌الملل کمک کند.

فصل اول: روش‌های متعارف و نوین تأمین مالی در ایران و سایر کشورهای اسلامی

مقدمه

در ایران، حمایت مالی از تولیدات سینمایی برای تأمین هزینه‌های فیلم‌ها به شکل‌ها و با استفاده از ابزارهای مختلفی انجام می‌شود. گاهی این حمایت‌ها از طرف سازمان‌های دولتی، عمومی یا خصوصی و حتی خیریه‌ای و غیرانتفاعی به صورت رایگان و بلاعوض برای اجرای پروژه‌های هنری صورت می‌گیرد؛ به طوری که بسیاری از فیلم‌های مستند یا فیلم‌های بلند داستانی از این شیوه استفاده می‌کنند و کمپین‌ها و شرکت‌هایی برای جذب این گونه حمایت‌ها با هدف تولید فیلم‌های با کیفیت فعال هستند.

دولت بر اساس سیاست‌های حمایتی خود با پرداخت یارانه یا کمک‌های مالی دیگر چون حذف مالیات یا روش‌های دیگر حمایتی، به تولید فیلم کمک می‌کند. همچنین در ایران، سابقه حمایت مالی از تولیدات سینمایی با مضامین خاص توسط برخی نهادها و سازمان‌های دولتی و عمومی وجود دارد که

متأسفانه در این رابطه، چارچوب و سازوکار مشخصی وجود ندارد. در بخش اول این گزارش، بر اساس مطالعات صورت گرفته و مصاحبه با برخی از مدیران و صاحب‌نظران سینما، به بررسی ابزارها و روش‌های متداول یا نوین تأمین مالی تولیدات سینمایی در ایران و همچنین مطالعه نمونه‌ای از ابزارهای نوین تأمین مالی در برخی کشورهای اسلامی با عنوان صکوک خواهیم پرداخت.

۱. روش‌های متعارف تأمین مالی تولیدات سینمایی در ایران

۱-۱. تأمین مالی از سوی دولت و نهادهای وابسته به آن

تأمین مالی از طریق دولت و ارگان‌های وابسته به آن به دو شکل مستقیم و غیرمستقیم صورت می‌گیرد.

الف. تأمین مالی غیرمستقیم

ابزاری است که در جهت تأمین قسمتی از سرمایه فیلم‌های تولیدی به کار گرفته می‌شود؛ مثل در اختیار گذاشتن لوکیشن‌ها، صدور مجوزهای لازم، تجهیزات سینمایی و ...

ب. تأمین مالی مستقیم

در قالب حمایت‌های مالی به صورت نقدی اعطا می‌شود. در سرمایه‌گذاری مستقیم، سرمایه لازم برای اجرای طرح‌های تولیدی سودآور از طریق سرمایه‌گذاری بانک تأمین می‌شود. در ایران، این سرمایه‌گذاری از طریق بانک به‌طور کامل انجام نمی‌شود و تنها با مشارکت بخشی از پروژه‌ها، بانک سرمایه‌گذاری خود را به انجام می‌رساند. این روش به سه شکل صورت می‌پذیرد:

● مشارکت

این نوع ابزار تأمین مالی به دو شکل فعال و غیرفعال اجرا می‌شود. هرگاه دولت یا نهادهای حکومتی مبلغی را با عنوان مشارکت در تولید فیلم در اختیار تهیه‌کننده مورد تأیید خود قرار دهند و در تمام مراحل تولید نظارت و دخالت کامل بر محتوا و ساختار فیلم داشته باشند، تأمین مالی به صورت مشارکت فعال انجام می‌گیرد. اما برخی مواقع دولت، بدون هرگونه دخالت در مراحل تولید فیلم سینمایی، فقط

مبلغی را به صورت مشارکت در اختیار تهیه‌کننده مورد تأیید خود قرار می‌دهد؛ که در این صورت، تأمین مالی به شیوه مشارکت غیرفعال خواهد بود.

• وام

در این روش تأمین مالی، بعد از تأیید فیلم‌نامه توسط متخصصان دولتی در این زمینه، تهیه‌کننده فیلم را به یکی از بانک‌های مورد نظر ارجاع می‌دهد. سپس با توجه به قرارداد بین بانک و تهیه‌کننده، نحوه دریافت و پرداخت وام مشخص و نهاد دولتی نیز در این بین به عنوان ضامن برای بازپرداخت مبلغ دریافتی معرفی می‌شود.

• کمک مالی

دولت و نهادهای دولتی برای توسعه فرهنگ و حمایت از تولیدات سینمایی کشور و همچنین رونق هر چه بیشتر این تولیدات، اقدام به اعطای کمک‌های مالی به صورت بلاعوض می‌کنند. با توجه به شرایط موجود کشور، گاهی کمک‌ها به صورت بومی و استانی و در سایر موارد به صورت کشوری انجام می‌شود.

۱-۲. تأمین مالی توسط سرمایه‌گذاران بخش خصوصی

تأمین مالی فیلم به صورت خصوصی به دو شیوه شخصی و بنگاهی انجام می‌شود.

الف. سرمایه‌گذاری به صورت شخصی

این روش در زمانی است که فیلم‌ساز، خود به عنوان تهیه‌کننده فیلم وارد مراحل تولید شود یا برای تأمین منابع مالی به دنبال یافتن تهیه‌کننده و سرمایه‌گذار یا حامی مالی (اسپانسر) مناسب با شرایط مالی فیلم باشد.

• تهیه‌کننده فیلم

به شخصی گفته می‌شود که از ابتدای مراحل تولید فیلم به عنوان مدیر فیلم و صاحب اثر در تولید فیلم ایفای نقش می‌کند. او وظیفه تأمین بودجه ساخت فیلم، انتخاب عوامل، لوکیشن‌ها و سایر موارد تولید فیلم را بر عهده دارد.

• سرمایه‌گذار

کسی است که پول و سرمایه خود را به دلایل مختلف برای تولید یک فیلم در اختیار تهیه‌کننده قرار می‌دهد. گاهی برخی تهیه‌کننده را به اشتباه همان سرمایه‌گذار تصور می‌کنند. البته گاهی ممکن است برخی تهیه‌کنندگان، با توجه به بودجه در

اختیار خود، سرمایه‌گذاری کار را به عهده بگیرند؛ اما این به ندرت اتفاق می‌افتد. در حقیقت، این تهیه‌کنندگان یا شرکت‌های تولید فیلم هستند که هم می‌توانند از منابع مالی شخصی و هم از منابع تأمین سرمایه همچون بودجه‌های عمومی، سرمایه‌گذاری‌های خصوصی، دریافت وام از بانک و مؤسسات اعتباری یا کمک‌ها و حمایت‌های مالی استفاده کنند و بودجه لازم برای تولید و ساخت فیلم را فراهم آورند. در سینمای هالیوود و کشورهایی که صنعت فیلم‌سازی تجاری و حرفه‌ای را دنبال می‌کنند، مسئولیت جذب و تأمین سرمایه به عهده کمپانی‌ها و مؤسسات تولید فیلم است. آن‌ها با پذیرش مسئولیت سرمایه‌گذاری اولیه به صورت نقدی (که مراحل اولیه تولید را دربردارد) راه‌های مختلف جذب سرمایه را در نظر می‌گیرند و بر اساس برآوردهای مشخص و توافق‌شده طی سازوکارهایی در اختیار تهیه‌کننده قرار می‌دهند (فصلنامه سینمایی فارابی، ۱۳۹۰: ۴۱).

● حامی مالی (اسپانسر)

حامیان در سه دسته قرار می‌گیرند: (۱) شخصی؛ (۲) بنگاهی؛ و (۳) خارجی. حامی مالی (اسپانسر) شخصی به کسی گفته می‌شود که برای علایق شخصی خود (کسب شهرت یا علاقه به سینما) هزینه‌ای را برای تأمین هزینه‌های تولید در اختیار فیلم‌ساز قرار می‌دهد و انتظار بازگشت پول و سرمایه خود را از تولیدکنندگان ندارد. برای مثال، در سینمای ایران برخی بازیگران برای دریافت دستمزد خود از طرف تهیه‌کنندگان مجاب می‌گردند از طریق حامیان مالی (اسپانسرهای) شخصی یا بنگاهی هزینه‌های فیلم را تأمین کنند. اسپانسر بنگاهی به شرکت‌ها یا بنگاه‌های اقتصادی اطلاق می‌گردد که برای تبلیغ محصولات یا خدمات و... خود کل یا بخشی از هزینه تولید فیلم را تأمین می‌کنند.

● هدیه

مبالغی که افراد علاقه‌مند به صورت خیرخواهانه برای تأمین مالی تولید فیلم سینمایی به تهیه‌کننده اعطای می‌کنند و نسبت به بازپرداخت پول هیچ گونه انتظاری از عوامل تولید ندارند.

ب. سرمایه‌گذاری به صورت بنگاهی

به دوروش (۱) قرضی که تولیدکننده برای تأمین مالی فیلم از ابزار دریافت وام استفاده می‌کند و

۲) روش غیرقرضی صورت می‌گیرد. در روش قرضی، وام می‌تواند به سه شکل تأمین شود.

● روش‌های قرضی

❖ وام بانکی به همراه سود

وام به شخص درخواست‌کننده (تهیه‌کننده یا سرمایه‌گذار) اعطا می‌شود. طبق قرارداد بین بانک و شخص دریافت‌کننده، میزان سود و نحوه پرداخت مشخص می‌گردد.

❖ وام از طریق قرض الحسنه

وام از طریق سپرده و به صورت قرض الحسنه اعطا می‌شود.

❖ وام از طریق دریافت از مؤسسات

برخی از مؤسسات به اعطای وام برای تولید فیلم اقدام می‌کنند؛ طریقه بازپرداخت وام بر اساس قرارداد بین دو طرف مشخص می‌گردد.

● روش‌های غیرقرضی

❖ سرمایه‌گذاری غیرمستقیم

در این روش، بنگاه از طریق همکاری در مراحل مختلف فرایند تولید به صورت غیرمستقیم مشارکت می‌کند. مشارکت در تولید به این صورت است که بنگاه در مراحل تولید فیلم به سه شیوه عمل می‌کند:

□ زیرساختاری: که بنگاه موظف می‌شود با در اختیار گذاشتن لوکیشن‌ها، وسایل نقلیه، آکسسوار صحنه و سایر موارد و ملزومات موردنیاز، در تولید فیلم مشارکت کند.

□ شرکت‌های سینمایی: که در این نوع مشارکت، شرکت با تأمین تجهیزات فنی موردنیاز فیلم همچون تجهیزات فیلم‌برداری، نورپردازی، صدابرداری و عوامل مختلف از جمله فیلم‌بردار، صدابردار، منشی صحنه و تدوینگر و... در تولید فیلم مشارکت می‌کند.

□ خدمات رسانه‌ای: که مشارکت بنگاه‌ها در این بخش اغلب پس از تولید اکران است و بیشتر خدمات تدوین، ساخت تیزرهای تبلیغاتی فیلم و همچنین اکران و توزیع فیلم را شامل می‌شود.

❖ سرمایه‌گذاری مستقیم

در این روش، بنگاه‌ها هزینه یا خدمات خود را به شکل‌ها و روش‌های

مختلف در اختیار تولیدکننده قرار می‌دهند. این روش‌ها عبارت‌اند از:

- **تملک:** در این شیوه، بنگاه اقتصادی تأمین مالی کل هزینه‌های تولید فیلم را بر عهده می‌گیرد؛ و طبق قرارداد بنگاه با تهیه‌کننده، آن مؤسسه یا بنگاه صاحب اصلی اثر می‌گردد و تمام حقوق مالکیت مادی و معنوی فیلم به آن تعلق می‌گیرد.
- **سرمایه‌گذاری مشترک:** بنگاه خصوصی به چهار روش سرمایه‌گذاری مشترک انجام می‌دهد:

مشارکت مالی که بنگاه خصوصی بخشی از هزینه تولید فیلم را به‌صورت نقدی و مشارکت در اختیار تهیه‌کننده می‌گذارد. طبق قرارداد بین بنگاه اقتصادی و تهیه‌کننده، میزان مشارکت در فیلم برای دو طرف مشخص می‌گردد (در این روش هیچ تبلیغی برای بنگاه خصوصی در فیلم صورت نمی‌گیرد)؛ حامی مالی (اسپانسر): در این روش، شرکت‌هایی به‌صورت خیریه‌ای به جذب کمک‌های مالی از طریق جذب سرمایه‌های کوچک خیرین اقدام می‌کنند و مبالغ کسب‌شده در جهت پیشبرد اهداف بنگاه‌ها که اغلب فرهنگی‌اند، مصرف می‌شوند. در ضمن، در این روش بنگاهی که به‌صورت خیرخواهانه مبلغی را در اختیار سازندگان فیلم می‌گذارد، هیچ انتظاری در مقابل مبلغ‌اهدایی خود به تولیدکنندگان فیلم ندارد؛ و غیرانتفاعی که همانند روش خیرخواهانه عمل می‌کند؛ با این تفاوت که شرکت در قبال پولی که اعطا می‌کند، انتظار دریافت پاداشی چون بلیت رایگان فیلم، حضور در اکران‌های خصوصی با عوامل و... را دارد.

۱-۳. تأمین منابع مالی توسط سرمایه‌گذاران خارجی

زمانی که تولیدکنندگان فیلم به‌صورت حقیقی یا حقوقی از سابقه و اعتبار خوبی در سطح ملی و بین‌المللی برخوردار باشند، امکان جذب سرمایه توسط سرمایه‌گذاران خارجی برایشان مهیا می‌گردد. در اختیار داشتن تجربه‌های موفق در عرصه ملی و بین‌المللی و داشتن فروش خوب در فیلم‌های گذشته سازنده فیلم و همچنین جوایز جشنواره‌ای و... ازجمله مواردی هستند که می‌توانند در تسهیل دریافت سرمایه‌های خارجی مؤثر

باشند. در آمریکا و به‌خصوص هالیوود، کارگردانان بزرگی هستند که برای تولید خود از سرمایه‌های خارجی بهره برده‌اند؛ از جمله وودی آلن^۱، جیم جارموش^۲، هال هارتلی^۳ و... در ایران نیز استاد عباس کیارستمی، مجید مجیدی، محسن مخملباف، اصغر فرهادی و... کارگردانانی هستند که از حمایت و سرمایه‌گذاری منابع خارجی بهره برده‌اند.

سرمایه‌گذاری خارجی در دو بخش (۱) شخصی و (۲) بنگاهی مورد بررسی قرار می‌گیرد.

الف. سرمایه‌گذاری خارجی به صورت شخصی

در این بخش، تأمین مالی یا از طریق تهیه‌کننده خارجی یا سرمایه‌گذار شخصی انجام می‌شود.

● تهیه‌کننده خارجی

با توجه به توضیحات قبلی در مورد تهیه‌کنندگان، تهیه‌کننده خارجی نیز به‌عنوان صاحب اثر در تولید فیلم، از ابتدا تا انتها، وظیفه تأمین مالی و همچنین مدیریت تولید اثر را بر عهده دارد.

● سرمایه‌گذار شخصی خارجی

به شخصی اطلاق می‌شود که برای تأمین مالی کل یا بخشی از هزینه‌های تولید فیلم با شخص تهیه‌کننده قرارداد می‌بندد و طبق آن، در سود و زیان فیلم مشارکت دارد.

ب. سرمایه‌گذاری خارجی به صورت بنگاهی

به پنج روش انجام می‌شود:

● تملک

بنگاه با در اختیار گذاشتن تمام بودجه موردنیاز تولید فیلم، تمامی حقوق مادی و معنوی فیلم را در اختیار می‌گیرد.

● حامی مالی (اسپانسر)

1. Woody Allen

2. Jim Jarmusch

3. Hal Hartley

● هدیه

از جمله ابزارهایی است که بنگاه‌ها یا سازمان‌های خارجی به صورت خیرخواهانه مبالغی را برای تأمین مالی تولید فیلم سینمایی به تهیه‌کننده اعطا می‌کنند و نسبت به بازپرداخت پول هیچ‌گونه انتظاری از عوامل تولید ندارند؛

● سرمایه‌گذاری مشترک

دو یا چند سرمایه‌گذار به صورت شخصی یا بنگاهی در تولید فیلم سینمایی با هم مشارکت دارند و بر اساس قراردادی که بین ایشان منعقد می‌گردد، از سود و زیان حاصل از فروش فیلم بهره‌مند می‌شوند؛ و

● مشارکت در تولید

به این صورت است که یک شرکت یا کمپانی با در اختیار گذاشتن عوامل، لوکیشن، تجهیزات و... در روند ساخت و تولید فیلم مشارکت می‌کند. افزون بر روش‌های ذکر شده، به‌تازگی برخی از بنگاه‌های خصوصی در زمینه تأمین مالی تولیدات سینمایی روش‌های بدیع و کاربردی‌ای را استفاده کرده‌اند که نویدبخش رشد و حرکت صحیح در جهت تأمین هزینه‌های تولیدات سینمایی ایران است. در این بخش به ذکر نمونه‌ای از آن‌ها پرداخته می‌شود.

۲. روش‌های نوین تأمین مالی تولیدات سینمایی در ایران

۲-۱. نمونه بنگاه نوآور در زمینه تأمین مالی فیلم در ایران

دفتر مطالعات جبهه فرهنگی انقلاب اسلامی (مدرسه سینمایی عمار) یکی از نهادها یا شرکت‌های وابسته به بخش دولتی است که فعالیت‌های ساخت و تولید فیلم را در زمینه‌ها و قالب‌های مختلف به عهده دارد. همچنین این مؤسسه هر سال به برگزاری جشنواره‌ای مردمی با عنوان «عمار» در تمام زمینه‌های فیلم اقدام می‌کند. تأمین منابع مالی در این نهاد که یک نهاد وابسته به دولت است، به شیوه‌های مختلفی صورت می‌گیرد. هدف این نهاد بیشتر نمونه‌سازی جهت پیشبرد خط‌مشی‌های فرهنگی در جامعه است و کمتر

به مبحث اقتصادی و تجاری آن‌ها می‌پردازد. سرمایه‌گذاری در این نهاد به شکل‌های مختلفی صورت می‌گیرد که به مواردی از آن اشاره می‌شود.

۲-۲. روش‌های تأمین مالی و سرمایه‌گذاری در فیلم‌های سینمایی توسط

مدرسه سینمایی عمار

● سرمایه‌گذاری حرفه‌ای

در این مورد، سرمایه‌گذاری و تهیه‌کنندگی به صورت کامل و البته مشروط به ضمانت در استفاده از گروه تولید و کارگردانی حرفه‌ای پذیرفته می‌شود. این گونه فیلم‌ها نمره «الف» را به خود اختصاص می‌دهند. در اینجا سرمایه‌گذار اعمال نظر کامل روی طرح خواهد داشت.

● سرمایه‌گذاری مشارکتی

این روش تأمین مالی برای تولید فیلم‌هایی با بودجه پایین یا به شیوه مشارکتی استفاده می‌شود. اگر کارگردان یا تهیه‌کننده از اعتبار کافی و لازم برخوردار نباشد، این سرمایه‌گذار مبلغی به صورت وام برای تولید فیلم در اختیار تهیه‌کننده قرار می‌دهد که پس از اکران یا فروش، این مبلغ را طی چند قسط پس می‌گیرد.

● تأمین تجهیزات و امکانات تا سقف مبلغی مشخص

به این صورت است که اگر طرحی در اولویت این نهاد باشد، به آن کمک‌های تجهیزاتی و مکانی به مبلغی تعیین شده اختصاص می‌یابد و در نهایت فیلم تولید شده یا به صورت کامل یا به شیوه حمایتی توسط خود مؤسسه خریداری می‌شود.

● بورس کردن فیلم تولید شده

این حالت معمولاً در مورد فیلم‌نامه‌ها اتفاق می‌افتد؛ چراکه هزینه خلق یک فیلم‌نامه خوب که افزون بر داشتن جذابیت‌ها، یکی از آیتم‌های تضمین‌کننده فروش فیلم در زمان اکران و پخش اثر نیز محسوب گردد، زیاد است؛ و هر مقدار فیلم‌نامه بهتر و به قولی استخوان‌دارتر باشد، هزینه نویسندگی آن نیز بیشتر است. در این روش، برای مثال هزینه یک فیلم‌نامه خوب ۲۰ میلیون تومان و حتی بیشتر تخمین زده می‌شود. این هزینه زمانی اتفاق می‌افتد که بودجه چند

میلیارد تومانی برای تولید فیلم سرمایه‌گذاری شود؛ آنگاه مؤسسه زمان یک‌ماهه فیلم‌نامه‌نویس را برای خود خریداری می‌کند، مثلاً به قیمت ۴/۵ میلیون تومان. پس از آن، اگر فیلم به مرحله تولید و تخصیص بودجه برسد و تأیید شود، باقیمانده پول تا سقف ۲۰ میلیون تومان به نویسنده اثر پرداخت می‌شود.

● کمک مالی جهت خرید تجهیزات

در این حالت بورس تجهیزات صورت می‌گیرد. به این شکل که از طرف مؤسسه مبلغی مشخص به تهیه‌کننده داده می‌شود تا تجهیزات موردنیاز خود را خریداری کند. پس از پایان یافتن زمان مشخص شده، تجهیزات خریداری شده به مؤسسه بازگردانده می‌شوند.

● تأمین مالی به صورت مردمی

در این روش، مردم با در اختیار گذاشتن امکانات در دسترس از جمله مکان تولید فیلم و همچنین با هزینه‌های شخصی خود به خرید تجهیزات موردنیاز فیلم اقدام می‌کنند؛ و به این طریق، حمایت و تأمین بخشی از بودجه فیلم را بر عهده می‌گیرند.

● روش مشارکت اعضای گروه تولید

در این روش، اعضای تولید فیلم (تهیه‌کننده، کارگردان، هنرپیشه و...) دستمزد خود را نمی‌گیرند و پس از اکران و فروش فیلم، هزینه موردنظر را از درآمد فروش کم می‌کنند و به ایشان بازمی‌گردانند. مزیتی که این روش دارد، ایجاد انگیزه جهت اکران و فروش فیلم تولیدشده با هدف پرداخت مبالغ است.

افزون بر این نوآوری‌ها در زمینه تأمین منابع مالی تولید فیلم، این مؤسسه تدابیر بدیعی نیز در زمینه اکران و پخش فیلم در برنامه خود طراحی کرده است؛ از جمله «استفاده از مخاطب به عنوان اکران‌کننده و پخش‌کننده محصول تولیدشده» و «تبدیل مخاطب به مشتری با ایجاد بازار مناسب».

۳. روش‌های نوین تأمین مالی در سایر کشورهای اسلامی

۳-۱. روش تأمین مالی صکوک

یکی از این ابزارهای مالی اسلامی و بدون بهره، صکوک است که از چندین دهه گذشته تاکنون مورد استفاده و توجه کشورهای مسلمان قرار گرفته است. کشور

مالزی یکی از موفق‌ترین کشورهای مسلمان در استفادهٔ بهینه از این روش بوده و توانسته است عایدات مالی بسیاری را از این طریق وارد چرخهٔ اقتصادی کشور خود کند. صکوک همان اوراق بهادار اسلامی است که با تأمین زیرساخت‌های لازم از جمله تسهیل در امور رتبه‌بندی و انتشار اوراق و نیز ایجاد بازارهای ثانویه مناسب برای خرید و فروش اوراق، می‌تواند شرایط رشد و گسترش نظام مالی و در نتیجه نظام اقتصادی را در کشورهای اسلامی فراهم کند.^۱

۳-۲. تأمین مالی با اوراق استصناع

روشی است که به موجب آن یک طرف قرارداد تعهد می‌کند کالای مشخصی را با ویژگی معین، قیمت مشخص و در یک زمان خاص تولید کند؛ که اغلب شامل هرگونه فرایند تولید، ساخت، مونتاژ یا بسته‌بندی می‌گردد. همچنین استصناع می‌تواند در تأمین مالی کالاهای سرمایه‌ای و حتی کالاهای غیرقابل ملموس به کار رود. از آنجا که در صکوک استصناع، کارفرما و سازنده محصول، هر دو با ویژگی‌های محصول آشنایی دارند، این نوع از صکوک با عدم تقارن اطلاعات کمتری نسبت به سایر انواع دیگر روبه‌روست (باستانی‌فر؛ رئیسی دهکردی؛ واعظ برزانی، ۱۳۹۲).

۳-۳. تأمین مالی با اوراق جعاله

هر شخص حقیقی یا حقوقی که واجد شرایط عمومی دریافت تسهیلات بانکی و همچنین دارای شرایط خاص مربوط به عقد جعاله باشد، می‌تواند با رعایت ضوابط مربوط از تسهیلات جعاله استفاده کند. تسهیلات جعاله برای اجرای طرح‌های مختلف مورد استفاده قرار می‌گیرد.

۳-۴. تأمین مالی با اوراق رهنی

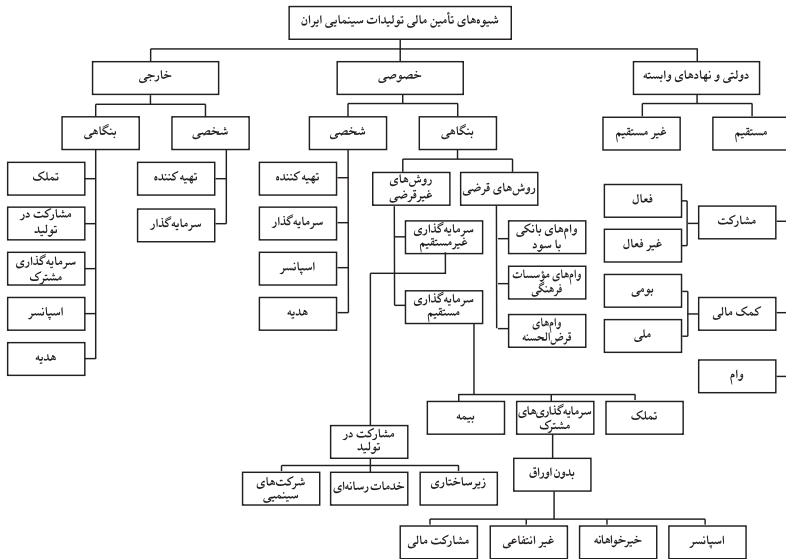
این اوراق به‌گونه‌ای طراحی شده‌اند که بر اساس آن دیون ناشی از تسهیلات رهنی اعطاشده به مشتریان به شرکت ثالثی فروخته شود. در ایران در حال حاضر، به دلیل وجود شرایط خاص مالیاتی انتشار اوراق رهنی به شیوهٔ مرسوم امری ناممکن محسوب می‌شود. این موضوع سبب شده است که

۱. محمد لشگری و مریم بهزاد ارجمندی، روش‌های تأمین مالی در سیستم اسلامی با تأکید بر صکوک

برای تأمین مالی شرکت‌ها فقط بتوان از اوراق مشارکتی استفاده کرد که دارای معافیت مالیاتی هستند. از این رو اوراق رهنی در قالب اوراق مشارکت رهنی طراحی شده‌اند (ابوذر سروش، ۱۳۸۷).

۴. نتیجه‌گیری

نمودار (۱) نشان‌دهنده روش‌های متنوع و متعارف تأمین مالی در ایران و همچنین روش‌های نوین تأمین مالی در جهان است.



نمودار ۱. روش‌های تأمین مالی تولیدات سینمایی در ایران

با توجه به این نمودار مشخص می‌شود که ابزار و روش‌های بسیار متنوع و کاربردی‌ای به صورت متداول و بدیع جهت تأمین مالی تولیدات سینمایی در ایران در اختیار متولیان و سازندگان قرار دارد و با آشنایی صحیح از سازوکار این ابزار و استفاده همراه با رعایت قوانین و مقررات آن‌ها می‌توان هزینه‌های ساخت محصولات سینمایی را تأمین کرد. برخی از ابزارهای تأمین مالی موجود در نمودار، مانند اعطای وام یا بیمه کردن اثر، در گذشته کاربرد

داشته‌اند که متأسفانه امروز به دلایل مختلف مورد استفاده قرار نمی‌گیرند. همچنین برخی از روش‌های ارائه‌شده در این بخش به بررسی مجدد قوانین و نحوه اجرا و نیز بررسی‌های کامل و دقیق‌تر درباره این روش‌ها نیاز دارند.

فصل دوم: روش‌های متعارف و نوین تأمین مالی در هالیوود آمریکا و سایر کشورهای جهان

مقدمه

پژوهش‌های زیادی در زمینه روش‌های جذب و تأمین مالی تولیدات سینمایی توسط صاحب‌نظران حوزه اقتصاد در جهان صورت پذیرفته؛ از جمله جان دبلیو کنزا در کتاب خود با عنوان ۴۳ روش برای جذب منابع مالی تولید فیلم سینمایی به تفصیل درباره انواع منابع سرمایه و قواعد و سازوکارهای استفاده از آنها توضیح داده است. کی اچ هافمن^۱ از دیگر محققانی است که تحقیقات بسیاری در این حوزه دارد و در کتاب خود با عنوان «تأمین مالی تولید فیلم‌های هالیوود به وسیله سرمایه‌گذاران خارجی»^۲، به تحلیل و بررسی شیوه‌ها و روش‌های مختلف این گونه سرمایه‌گذاری پرداخته است. همچنین در کتاب «فیلم‌سازان و تأمین مالی»^۳ انواع روش‌های جذب

1. John W. kenz

2. K. H. Hoffmann

3. Co-Financing Hollywood Film Productions with Outside Investors

4. Filmmakers and Financing, Authors: Louise Levison

سرمایه و تأمین مالی پروژه‌های تولید فیلم به‌طور کامل توضیح داده شده است. سرمایه‌گذاری در هالیوود در سه مرحله مجزا از مراحل فیلم صورت می‌گیرد: (۱) مرحله پیش‌تولید یا بسط و توسعه؛ (۲) مرحله تولید؛ و (۳) مرحله توزیع. سرمایه‌گذاران می‌توانند در یک یا چند مرحله از این مراحل تولید فیلم سرمایه‌گذاری کنند. برای مثال، یک سرمایه‌گذار فقط در مرحله تولید فیلم‌نامه سرمایه‌گذاری می‌کند و پس از پایان یافتن این مرحله، هزینه سرمایه‌گذاری خود را طبق قرارداد از تهیه‌کننده یا کمپانی تولیدکننده دریافت می‌کند؛ و سایر بخش‌ها توسط سرمایه‌گذاران دیگر تأمین مالی می‌شوند. شکل‌های مختلفی برای تأمین هزینه‌های تولید وجود دارد. نوع پروژه، بودجه، روابط و منابع دیگر مورد استفاده در پروژه فیلم از جمله عواملی هستند که می‌توانند در انتخاب روش تأمین مالی مورد نظر، مؤثر واقع شوند. در این بخش از گزارش، بر اساس پژوهش‌ها و مطالعات صورت گرفته در زمینه اقتصاد سینمای هالیوود و با توجه به تحقیقات میدانی و مشاهدات انجام‌شده، به برخی از مهم‌ترین روش‌های تأمین مالی در هالیوود اشاره و سپس به معرفی برخی از روش‌های نوین تأمین مالی در سایر کشورهای جهان پرداخته می‌شود.

۱. روش‌های متعارف و نوین تأمین مالی در هالیوود آمریکا

۱-۱. روش‌های تأمین مالی از سوی دولت و بنگاه‌های وابسته به آن

در این روش‌ها، سرمایه‌گذاری به دو صورت مستقیم و غیرمستقیم انجام می‌شود.

الف. تأمین مالی غیرمستقیم

ابزاری است که برای تأمین قسمتی از سرمایه فیلم‌های تولیدی به کار گرفته می‌شود؛ مثل در اختیار گذاشتن لوکیشن‌ها، صدور مجوزهای لازم، تجهیزات سینمایی و ...

ب. تأمین مالی مستقیم

که در قالب «حمایت‌های مالی، مشارکت یا مشوق‌های مالیاتی» صورت می‌پذیرد.

● تأمین مالی از طریق کمک‌های مالی^۱

کمک‌های مالی برای فیلم‌سازان ممکن است از سوی بنیادها، سازمان‌های دولتی، شرکت‌های بزرگ، جشنواره‌های فیلم، سازمان‌های هنری و گروه‌های دیگر باشد.

هدف ایجاد انگیزه و تأمین مالی فیلم اولی‌ها به منظور فیلم‌سازی بر اساس خط‌مشی خاص ارگانی ویژه است که هدف یا ایده‌ای خاص در آن مطرح می‌شود. همچنین ممکن است کمک‌های مالی به منظور تأمین مالی و تشویق فیلم‌نامه‌نویسان، دانشجویان، زنان و ... یا برای تولید فیلم‌های مربوط به موضوعات خاص، فیلم‌های بحث‌برانگیز یا تجربی، ایده‌ها یا علائق خاصی انجام پذیرد، مانند تقویت سازمان‌هایی که به فقر و بی‌عدالتی می‌پردازند و ارزش‌های دموکراتیک دارند و همکاری بین‌المللی و دستاوردهای انسانی را ارتقا می‌دهند. افزون بر آن ممکن است کمک‌های مالی به‌طور خاص برای پوشش هزینه‌های توسعه، تولید یا پس‌تولید^۱ طراحی شده باشند؛ یا به‌عنوان بودجه استفاده شوند یا حتی برای پوشش هزینه‌ی اقلام تحویل توزیع‌کننده به مصرف برسند. همچنین ممکن است به جمعیت خاص یا ساکنان شهرها یا ایالت‌های خاص اشاره کنند. برخی مواقع این کمک‌های مالی می‌توانند هزینه‌های بسط و توسعه، پیش‌تولید، تولید و پس‌تولید فیلم را تأمین کنند. در واقع، این کمک‌های مالی می‌توانند به یک جمعیت خاص یا اقلیت یا ایالت داده شوند که بیشتر به‌صورت هدایای نقدی یا کمک‌های تأمین تجهیزات و... است.

در هدایای نقدی، دولت مبلغی را به‌صورت بلاعوض در اختیار سازندگان فیلم می‌گذارد؛ و در مواقع کمک‌های تأمین تجهیزات و زیرساخت‌ها، دولت با در اختیار گذاشتن تجهیزات فیلم‌سازی، لوکیشن‌ها، تجهیزات خاص، مثل سلاح‌های نظامی، هواپیماهای نظامی و... در ساخت و تولید فیلم کمک می‌کند.

● مشارکت

در این نوع سرمایه‌گذاری، دولت و نهادهای وابسته از طرح یا فیلم‌نامه‌ای که مطابق با خط‌مشی فکری و فرهنگی موردنظرشان باشد، حمایت و در آن مشارکت می‌کنند؛ یا به‌صورت سفارشی موضوع یا طرحی را به یک کمپانی فیلم‌سازی برای تولید فیلم سینمایی سفارش می‌دهند. در این صورت نیز مثل سایر مشارکت‌ها به دو شکل صورت می‌گیرد:

❖ **مشارکت فعال** که در آن نهاد یا سازمان دولتی افزون بر اعطای هزینه، بر تمام مراحل تولید فیلم نظارت دارد؛ و کار باید با تأیید ارگان موردنظر جلو برود؛

❖ مشارکت غیرفعال که در این حالت ارگان یا سازمان دولتی فقط به پرداخت مبلغ موردنظر برای تأمین مالی فیلم بسنده می‌کند و در مراحل تولید و اکران هیچ دخل و تصرفی ندارد.

● **تأمین مالی از طریق هدایا**

یک هدیه می‌تواند انتقالی داوطلبانه از پول نقد یا دیگر دارایی‌ها مثل ملک و... باشد. با توجه به اینکه هیچ مبلغی یا پاداشی برای بازگشت به اهداکننده وجود ندارد، این کار تقریباً به صورت خیریه‌ای انجام می‌شود. باید توجه داشت که یک فیلم‌ساز قادر نخواهد بود با درخواست یک یا چند هدیه، تأمین مالی فیلم خود را به طور کامل به انجام برساند (مگر زمانی که برای تولید فیلم بودجه بسیار کم موردنظر است)؛ اما این احتمال وجود دارد که فیلم‌ساز بتواند از این طریق فعالیت‌های تولید فیلم خود را آغاز کند.

● **کمک‌های دولتی و مشوق‌های مالیاتی^۱**

ممکن است مشوق‌های مالیاتی به عنوان یک شکل مستقل از روش‌های تأمین مالی فیلم محسوب نشوند؛ بلکه بیشتر به عنوان یک مکمل برای تأمین مالی سرمایه‌گذار عمل کنند. به این معنی که آن‌ها انگیزه بیشتری برای سرمایه‌گذاران جهت سرمایه‌گذاری فراهم می‌کنند. برخی شرکت‌های فیلم‌سازی تولید خود را به خارج از کشور می‌برند تا هزینه‌های تولید فیلم را پایین بیاورند. به همین دلیل این‌گونه شرکت‌ها از دولت فدرال درخواست می‌کنند به آن‌ها مشوق‌های مالیاتی اعطا کنند تا به تولید فیلم به صورت بومی در داخل کشور آمریکا بپردازند. با توجه به قوانین کنگره و سنای آمریکا، تأمین بخشی از بودجه تولید فیلم سینمایی از طریق معافیت مالیاتی برای فیلم‌ساز و سرمایه‌گذاران صورت می‌پذیرد. به دلیل تعدد روش‌های مشوق‌های مالیاتی که در سنا و کنگره تصویب شده است، فقط به عنوان کردن چند نمونه در این پژوهش بسنده می‌شود:

● **معافیت مالیاتی برای سرمایه‌گذاری در فیلم‌های بومی و ایالتی**

هدف از این کار، نگه داشتن فیلم‌سازان آمریکایی و تولید فیلم در داخل کشور است.

● معافیت مالیاتی برای سرمایه‌گذاری به صورت اوراق خصوصی

در برخی موارد، تهیه‌کننده برای تأمین هزینه‌های تولید فیلم به پیش‌فروش بخشی از فیلم به صورت اوراق نیاز دارد؛ که در این حالت، اگر تهیه‌کننده بعد از ثبت اوراق به صورت رسمی، آن را در مجامع خصوصی مثل بخش، گروه، شهر یا منطقه یا ایالت خاصی از آمریکا به فروش برساند، خریدار و فروشنده مشمول معافیت مالیاتی می‌شوند.

۱-۲. تأمین مالی توسط سرمایه‌گذاران بخش خصوصی^۱

تأمین مالی فیلم به صورت خصوصی به دو شیوه شخصی و بنگاهی صورت می‌گیرد.

الف. سرمایه‌گذاری خصوصی به صورت شخصی

این روش، سرمایه‌گذاری روی تمام یا بخشی از مراحل تولید فیلم یا توزیع آن، به شکل کاملاً متمایز نسبت به سایر روش‌های رایج دیگر تأمین مالی همچون هدیه، کمک یا وام است. در این ابزار تأمین مالی، افراد یا اشخاص سرمایه‌گذار نه تنها انتظار بازگشت پول خود را در یک پروژه دارند، بلکه خواهان کسب سود هستند؛ حتی اگر به‌عنوان یک سرمایه‌گذار مستقل فیلم، یک سرمایه‌گذاری پُریسک را انجام دهند.

● سرمایه‌گذاری توسط خود فیلم‌ساز

معمولاً از این روش برای تولید فیلم‌های با بودجه پایین^۲ استفاده می‌شود و تمامی هزینه‌های تولید فیلم بر عهده خود فیلم‌ساز است. در این روش، خود فیلم‌ساز به‌عنوان سرمایه‌گذار وارد عمل می‌شود و باید تصمیم بگیرد که سرمایه اولیه را از چه طریق تهیه کند؛ از طریق کمک‌های مالی، به صورت سرمایه‌گذاری مشترک، از طریق بستن قرارداد با نهاد یا شرکت سرمایه‌گذار یا اینکه با استفاده از روش سهام خصوصی شرکت (اوراق قرضه خصوصی) برای تأمین مالی بلندمدت.

روش دیگر این است که فیلم‌ساز می‌تواند به صورت عمومی فیلم خود را در بورس ارائه دهد؛ یا ممکن است تصمیم بگیرد امتیاز شرکت را به صورت

1. Investor Financing

2. Low cast

سهام خصوصی یا عمومی ارائه دهد. اگر موفق شود، می‌تواند سهام کل شرکت را در بورس ارائه دهد و مردم را عضو سهام آن گرداند.

● سرمایه‌گذاری توسط تهیه‌کننده حرفه‌ای

در این روش، تهیه‌کننده به‌عنوان عامل اصلی برای تأمین مالی هزینه‌های بالای تولید وارد می‌شود و با استفاده از روش‌های مختلف تأمین مالی، به‌صورت مشترک هزینه فیلم‌های با تولید (پروداکشن) متوسط و بالا را تهیه می‌کند.

● سرمایه‌گذاری و مشارکت

این روش به دو شکل فعال و غیرفعال اجرا می‌شود.

❖ سرمایه‌گذاری و مشارکت فعال

در این حالت، خود سرمایه‌گذار در روند تولید فیلم به‌صورت کامل یا بخشی از آن وارد می‌شود و در محتوا و ساختار و همچنین مراحل تولید اعمال نظر می‌کند؛ و طبق قرارداد منعقدشده بین سرمایه‌گذار و تهیه‌کننده، در سود و زیان حاصل از درآمد فیلم شریک است. به‌طور خلاصه، سرمایه‌گذاران فعال کسانی هستند که به‌طور مرتب در کمک به تولیدکننده و تصمیمات مهم با مدیریت پروژه ارتباط دارند.

❖ سرمایه‌گذاری و مشارکت غیرفعال^۱

سرمایه‌گذاران غیرفعال کسانی هستند که به‌طور مؤثر در مدیریت کسب‌وکار شرکت نمی‌کنند و فقط طبق قرارداد منعقدشده بین سرمایه‌گذار و تهیه‌کننده، در سود و زیان حاصل از درآمد فیلم شریک هستند.

● کمک‌های مالی شخصی (هدایا)

در این حالت نیز مثل موارد گذشته، شخص اهداکننده پول و... هیچ انتظاری برای بازپرداخت پول از سوی فیلم‌ساز ندارد و این کار کاملاً خیریه‌ای صورت می‌گیرد. از نظر قانونی:

الف) هدیه از اموال شخصی معتبر و قانونی صورت می‌گیرد؛

ب) شخص اهداکننده باید از صلاحیت و آگاهی نسبت به اقدام خود برخوردار باشد؛

- (ج) قصد اهداکننده اعطای یک هدیه داوطلبانه باشد؛
(د) اهدا، چه واقعی و چه نمادین باشد، در هر دو صورت، تحویل اموال رخ می‌دهد؛
(ه) اموال چه واقعی و چه تقلبی باشند، پذیرفته شده هستند؛
(ز) اهداکننده باید از نظارت و کنترل بر هدایا صرف نظر کند؛ و
(ح) هیچ سنجشی برای هدایا وجود ندارد.

ب. سرمایه‌گذاری خصوصی به صورت بنگاهی

استفاده از این ابزار به دو شیوهٔ قرضی و غیرقرضی صورت می‌گیرد.

● روش‌های قرضی

در این روش‌ها، تولیدکنندهٔ فیلم می‌تواند (به‌جای هدیه، کمک مالی یا سرمایه‌گذاری) از روش متمایز دیگری با عنوان وام استفاده کند. در این روش، مبلغی به‌صورت وام به تهیه‌کننده داده می‌شود و بر اساس قرارداد منعقدشده، این پول به همراه سود آن به قرض‌دهنده بازپرداخت می‌شود. وام‌ها می‌توانند برای تأمین هزینه‌های توسعه، تولید و توزیع یک فیلم مشخص مورد استفاده قرار گیرند. وام‌ها در زمینهٔ تأمین مالی فیلم ممکن است انواع مختلفی داشته باشند:

- ❖ وام‌هایی که توسط وام‌دهندگان ثالث (توزیع‌کنندگان فیلم) اعطا می‌شوند.
- ❖ وام قرارداد پیش‌خرید نگاتیو و انواع آن، به اصطلاح فروش نسخهٔ فرعی فیلم.
- ❖ وام تأمین مالی از طریق پیش‌فروش، از جمله پیش‌فروش خارجی.
- ❖ وام به شکل طرح‌های بیمه‌ای.
- ❖ وام از طریق تبدیل شدن ارزش فیلم به اوراق بهادار.

در این قسمت، بحث دربارهٔ وام‌هایی است که توسط بانک‌ها یا سایر وام‌دهندگان با دریافت وثیقه‌ای سنگین به افراد اعطا می‌شوند.

با توجه به شکل‌های مختلف وام و شرایط گوناگون آن‌ها در آمریکا، فقط به ذکر چند نمونه وام با شرایط آن پرداخته می‌شود:

وام‌های شخصی: برای تولید فیلم‌های مستقل به شخص تهیه‌کننده اعطا

می‌شوند و در قبال آن از شخص وام‌گیرنده وثیقه‌ای (ملک، اموال، دارایی و...) به مبلغ مشخصی به‌عنوان ضمانت دریافت می‌شود.

وام‌ها به شرکت‌های سینمایی: وام‌هایی که به شخص داده نمی‌شوند؛ بلکه به یک شرکت فیلم‌سازی معتبر جهت سرمایه‌گذاری در فیلم اعطا می‌شوند و در قبال آن ضمانت‌نامه‌ای معتبر از شرکت سینمایی اخذ می‌گردد.

وام‌های کوتاه‌مدت: در این‌گونه وام‌ها مبالغ به‌سرعت در اختیار تهیه‌کننده قرار می‌گیرند. این مبالغ برای شروع فیلم، بسیار به تهیه‌کننده کمک می‌کنند. همچنین شرایط بازپرداخت آن طبق قرارداد در زمان کوتاهی باید انجام شود. شرایط دریافت این‌گونه وام‌ها مثل تمام مبالغ قرضی همراه با وثیقه معتبر از سوی تهیه‌کننده یا شرکت فیلم‌سازی صورت می‌گیرد.

وام‌های بلندمدت: این‌گونه وام‌ها به دو شکل رأسی و اقساطی در اختیار وام‌گیرنده قرار می‌گیرند.

□ **وام‌های بلندمدت رأسی:** طبق قرارداد، تاریخی برای بازگشت هزینه به همراه سود به‌صورت یکجا به بانک مشخص می‌گردد. در صورت عدم پرداخت، وثیقه یا دارایی‌های ضمانتی وام‌گیرنده مصادره می‌شوند.

□ **وام‌های بلندمدت اقساطی:** مبلغ دریافت‌شده طبق قرارداد به‌صورت قسطی در زمان‌های مشخص به بانک بازپرداخت می‌شود.

وام به‌صورت خط اعتباری: در این روش، بانک مبلغی را به‌صورت مقطعی به وام‌گیرنده اعطا می‌کند؛ و طبق قرارداد منعقدشده میان سرمایه‌گذار و تهیه‌کننده، متولیان تولید فیلم موظف‌اند در زمان‌های مقرر شده گزارش میزان پیشرفت در تولید فیلم را به بانک ارائه دهند.

تبصره: این وام‌ها به‌صورت یک‌ساله در نظر گرفته شده‌اند و اگر تهیه‌کننده در ادامه تولید باز هم به دریافت این مبالغ نیاز پیدا کند، باید زمان قرارداد را مجدداً یک سال دیگر تمدید کند.

وام‌های با اعتبار کارت اعتباری: بانک پول یا اعتبار پولی را به وام‌گیرنده اعطا می‌کند که بر اساس آن مبلغ دریافت‌شده وام در مدت زمان مشخص شده در قرارداد، از کارت اعتباری وام‌گیرنده کاسته می‌شود. (در این روش، اگر وام به‌صورت بلندمدت باشد، به دلیل سود زیادی که به وام‌تعلق می‌گیرد، صرفه اقتصادی ندارد.)

وام به صورت پیش خرید نگاتیو و نسخه فرعی: شکل خاصی از تأمین مالی است. این اصطلاح به تعهد یک توزیع کننده به تولید کننده برای خرید یا صدور مجوز حق پخش فیلم و تضمین پرداخت قیمت توافق شده خرید (قیمت پیش خرید) اشاره می کند. این تعهد معمولاً قبل از شروع تولید و بی تردید قبل از پایان یافتن فیلم انجام می شود؛ به این صورت که سرمایه گذار فیلم نامه را مطالعه می کند و با توجه به قرارداد منعقد شده از طرف ایشان با تهیه کننده یا شرکت فیلم سازی، حقوق مادی و معنوی فیلم را برای اکران و بقیه مراحل توزیع به عهده می گیرد. معمولاً خرید نگاتیو توسط شرکت های توزیع داخلی یا خارجی صورت می گیرد. یک سری وام ها با عنوان خرید نگاتیو (با توجه به شرایط و ضوابط ذکر شده برای دریافت وام) در آمریکا تعریف شده اند. به این ترتیب، این گونه وام ها در مرحله توزیع مورد استفاده قرار می گیرند.

وام gap و super gap: نوع دیگری از تأمین مالی از طریق گرفتن وام است که تولید کننده حق راییت (حق پخش منطقه ای) یک فیلم را به یک منطقه یا ایالت برای مدت مشخص پیش فروش می کند؛ پولی که از این طریق به دست می آید، تا حدی هزینه های تولید را پوشش می دهد. اما برای تولید فیلم باید از ابزارهای دیگر تأمین مالی نیز بهره جست. این روش تأمین مالی در فیلم های بلند سینمایی استفاده می شود که ممکن است در سطح بین الملل نیز مخاطب خود را داشته باشند.

برخی از فیلم ها توسط تعدادی از شرکت های هالیوودی تولید و پخش می گردند؛ ولی همان آثار در کشور یا کشورهای دیگر توسط یک کمپانی دیگر انتشار می یابند. به این هم گرایی و واگذاری کار Gap و در بازارهای خاص و فوق العاده super Gap گفته می شود. برای مثال، فیلم یک کارگردان بزرگ هالیوودی بعد از تولید برای اکران در بازار اروپا، آسیا یا... به یک شرکت بزرگ دیگر واگذار می گردد. بانک های آمریکا با توجه به پشتوانه فروش این گونه از فیلم ها در خارج از کشورشان، وامی را به همین منظور

اختصاص داده‌اند. (این وام‌ها فقط به فیلم‌های مطرح و پرفروش داده می‌شوند.) بانک برای تصمیم‌گیری دربارهٔ ارائه این گونه وام‌ها، بر اساس تجربهٔ یک شخص خارجی عمل می‌کند که نمایندهٔ بانک محسوب می‌شود. آن فرد تخمین می‌زند و تصمیم می‌گیرد که احتمال فروش این فیلم در آن منطقه یا ایالت زیاد است یا نه؛ و بر طبق آن، بانک وام را اعطا می‌کند. وامی که بانک می‌دهد، برای حقوق داخلی یا بین‌المللی پخش یک فیلم که هنوز فروش نرفته، در مواردی که بودجهٔ تولید به‌طور کامل تأمین نشده، مناسب است.

● روش‌های غیرقرضی

شیوه دیگری که در سرمایه‌گذاری بخش خصوصی به صورت بنگاهی صورت می‌پذیرد، روش‌های غیرقرضی است که به شکل‌های گوناگونی به شرح زیر ارائه می‌شود.

❖ تملک

در این روش تأمین مالی، سرمایه‌گذار با تأمین تمامی هزینه‌های تولید فیلم، بر اساس قرارداد منعقدشده، کلیه حقوق مربوط به فیلم را تحت مالکیت خود درمی‌آورد.

❖ سرمایه‌گذاری مشترک

در این حالت، دو یا چند سرمایه‌گذار شخصی یا بنگاهی در تولید فیلم سینمایی با هم مشارکت می‌کنند و در نهایت بر اساس قراردادی که بین ایشان منعقد گردیده است، از سود و زیان حاصل از فروش فیلم بهره‌مند می‌شوند. این گونه سرمایه‌گذاری با دو شیوه کاربرد دارد:

❖ سرمایه‌گذاری مشترک با اوراق

در این شیوه ارزش فیلم تولیدشده به صورت اوراق ارزشی در بازار سهام به فروش می‌رسد؛ و افراد مختلف با سرمایه‌گذاری پول خود از طریق خرید اوراق در تولید فیلم و سود و زیان آن مشارکت می‌کنند. بازار سهام نیز به دو شکل خصوصی و عمومی است.

سرمایه‌گذاری بدون اوراق؛ که در این روش تأمین مالی به صورت نقدی و غیرنقدی و بدون تبدیل ارزش فیلم به اوراق صورت می‌گیرد؛ و خود شامل:

□ مشارکت مالی

در این شیوه از ابزارهای مالی، سرمایه‌گذاران یا بنگاه‌ها با ارائه مبالغ پولی در تأمین سرمایه و درنهایت سود و زیان فیلم مشارکت دارند

□ حامی مالی (اسپانسر)

شرکت‌ها یا بنگاه‌های اقتصادی با هدف تبلیغ محصولات، خدمات و... کل یا بخشی از هزینه تولید فیلم را تأمین می‌کنند.

□ خیرخواهانه جمعی

به شکل‌های مختلفی (چون الف) با انتظار و (ب) بدون انتظار یا هدیه و... در پروژه‌های مختلف قابل اجراست. توضیح کامل آن در بخش روش‌های نوین تأمین مالی، بخش تأمین مالی جمعی ارائه شده است.

□ مشارکت در تولید

یکی دیگر از روش تأمین مالی فیلم از طریق مشارکت در تولید و ساخت فیلم شکل می‌گیرد؛ که در اصطلاح به آن تولید مشترک نیز گفته می‌شود. این مطلب زمانی اتفاق می‌افتد که دو یا چند شخص حقیقی یا دو یا چند استودیو یا شرکت فیلم‌سازی برای تولید یک فیلم به صورت مشترک سرمایه‌گذاری کنند؛ یا اینکه یک مؤسسه اعتباری یا بانک و همچنین سازمان یا نهاد دولتی و غیردولتی با یک شرکت تهیه و تولید فیلم به صورت مشترک سرمایه‌گذاری کنند. به این ترتیب، مالکیت فیلم و درآمدهای ناشی از فروش فیلم، به نسبت میزان سرمایه‌گذاری‌های انجام‌شده، بین دو طرف تقسیم می‌شود. تعهدات نیز بدون افزایش مالیات و عوارض و تغییر در سایر جوانب مالی و حقوقی تولید، بین آن‌ها تقسیم می‌شود. این‌گونه مشارکت در مرحله تولید فیلم صورت می‌گیرد و به دو شکل زیر امکان‌پذیر است:

□ زیرساختاری

بنگاه یا سازمان‌های مربوطه از طریق در اختیار گذاشتن لوکیشن‌ها یا صدور مجوزهای موردنیاز و... در ساخت و تولید فیلم مشارکت می‌کنند.

□ عوامل و تجهیزات

در این شیوه نیز سازمان‌ها یا سرمایه‌گذاران بنگاهی با در اختیار گذاشتن

تجهیزات فنی موردنیاز فیلم همچون تجهیزات فیلم‌برداری، نورپردازی، صدا برداری و عوامل مختلف از جمله فیلم‌بردار، صدا بردار، منشی صحنه، تدوینگر و... در تولید فیلم مشارکت می‌کنند.

□ مشارکت در توزیع

شامل خدمات در بخش پس تولید، اکران و توزیع می‌شود:

الف) توزیع در سینماهای آمریکا

اهمیت اکران و توزیع فیلم‌های سینمایی هالیوود از میزان تولید کمتر نیست. زمانی که کمپانی شناخته‌شده و مشهوری توزیع فیلم سینمایی تولیدشده را بر عهده گیرد، بر ارزش و کسب موفقیت بیشتر فیلم در زمان اکران صحنه گذاشته است. به این ترتیب برخی کمپانی‌ها برای توزیع و اکران مناسب فیلم‌های سینمایی ساخته‌شده با یکدیگر مشارکت می‌کنند.

ب) تبلیغات

تبلیغات فیلم یکی از ارکان مهم و هزینه‌بردار در صنعت سینمایی هالیوود محسوب می‌گردد. اهمیت این بخش به حدی است که گاهی هزینه‌ای که برای تبلیغات فیلم‌ها در سطح ملی و بین‌المللی صورت می‌گیرد، از هزینه تولید فیلم بیشتر است. به این ترتیب، برخی شرکت‌ها و کمپانی‌ها از طریق مشارکت با یکدیگر هزینه تبلیغات فیلم‌های سینمایی را بر عهده می‌گیرند.

ج) توزیع در سایر کشورها

توزیع فیلم‌ها در داخل آمریکا و خارج از آن، در سطح بین‌الملل، نیازمند هزینه‌های بالایی است که گروهی از کمپانی‌های مختلف هالیوود به صورت تخصصی این کار را انجام می‌دهند.

د) بیمه

اکثر این بیمه‌های مالی مربوط به طرح‌های حمایت‌شده از بیمه در دهه ۱۹۹۰ میلادی هستند که به‌طور خاص بین سال‌های ۱۹۹۵ و ۱۹۹۹ آغاز شدند. در آن زمان، بسیاری از تولیدکننده‌های فیلم‌سازی به شدت به دنبال راه‌هایی برای تأمین مالی فیلم‌های خود بودند. (احتمالاً کارگزاران بیمه که از

نزدیک با تولیدکنندگان فیلم کار می‌کنند و طرح‌های جدیدی را برای استفاده از بیمه جهت تأمین مالی فیلم ارائه کردند.

ایده این بود که یک بانک یا گروهی از بانک‌ها (یک سندیکا) باید پول موردنیاز برای تولید یک فیلم نامزد جشنواره‌ای را از میان پنج یا ده فیلم آینده برای یک کمپانی بسیار برجسته و مشهور (با توزیع بومی داخل آمریکا) تأمین کنند؛ و به جای انتظار بازپرداخت پول توسط توزیع‌کننده، به محض تحویل فیلم‌ها (مثل پیش‌خرید نگاتیو)، باید بازپرداخت فیلم را به سه تا پنج سال پس از اکران و انتشار فیلم موکول کنند. ریسکی که در بازپرداخت وام وجود دارد، باید توسط یک کارگزار بیمه با یک یا چند شرکت بیمه، برطرف گردد. محتوای اصلی این کار آن بود که اگر یک فیلم تولیدشده سود خوبی از فروش به دست نیاورد، گسترش این ریسک روی فیلم‌های تعیین‌شده تا حد زیادی برطرف گردد. طرح‌های تأمین مالی بیمه‌شده به‌عنوان یک ابزار کاهش ریسک اضافی برای بانک‌های تأمین مالی‌کننده فیلم‌های سینمایی با استفاده از روش Gap ارائه شده است. شیوه‌های وام‌دهی بانکی برای مجموعه‌ای از فیلم‌ها در نهایت روش پیش‌فروش و (gap financing) آن‌ها را به نتیجه‌نهایی می‌رساند؛ در این طرح‌ها، از بیمه برای حمایت مالی و محافظت در برابر خطر ضرر مالی استفاده می‌شود.

این طرح‌های تأمین مالی پشتیبانی‌شده به‌وسیله بیمه ممکن است قابل استفاده و مؤثر باشند؛ برای بسته‌ای (پکیجی) از فیلم‌ها که در آن ریسک حتی تا شش برابر طرح‌های حمایت‌شده می‌تواند در طول یک دوره دو ساله گسترش یابد. اما این طرح‌های پشتیبانی برای پروژه فیلم‌های مستقل امکان‌پذیر نیستند. حداقل بودجه برای چنین فیلم‌هایی احتمالاً حدود ۳ میلیون دلار است؛ و چنین بودجه‌ای فقط برای تولیدکنندگان باتجربه یا شرکت‌های تولیدی نسبتاً قابل اعتماد امکان‌پذیر خواهد بود. محدوده حمایتی این معاملات بین ۲۰ و ۳۰ درصد کل بودجه فیلم است. به این ترتیب، یک کارگزار بیمه که با یک یا چند شرکت بیمه همکاری

دارد، از سازنده در برابر خطر ناتوانی در بازپرداخت حمایت می‌کند و این کار به‌نوبه‌خود باعث کاهش ریسک‌های مربوط به بیمه مشترک یا بیمه مجدد می‌شود که در بازار بیمه لندن رایج است.

۱-۳. تأمین منابع مالی توسط سرمایه‌گذاران خارجی

الف. سرمایه‌گذاری خارجی به صورت شخصی

این روش سرمایه‌گذاری از دو طریق تهیه‌کننده شخصی و سرمایه‌گذار شخصی اعمال می‌شود.

ب. سرمایه‌گذاری خارجی به صورت بنگاهی

سرمایه‌گذاری از طریق بنگاه‌ها یا شرکت‌های خارجی با چند روش قابل اجراست.

● تملک

در این شیوه، بنگاه اقتصادی تأمین مالی کل هزینه‌های تولید فیلم را بر عهده می‌گیرد و طبق قرارداد بنگاه با تهیه‌کننده، آن مؤسسه یا بنگاه صاحب اصلی اثر می‌شود و تمام حقوق مالکیت مادی و معنوی فیلم به آن تعلق می‌گیرد.

● مشارکت در تولید

گاهی مشارکت در تولید فیلم بین دو استودیوی فیلم‌سازی یا شرکت‌های سرمایه‌گذاری در تولیدات سینمایی یا مؤسسات در دو کشور مختلف صورت می‌گیرد که وجود توافق‌نامه‌های فرهنگی و هنری بین دو کشور و تعیین چارچوب‌های مشخص برای سرمایه‌گذاری مشترک بین دو کشور از الزامات این تولیدات است؛ چراکه رعایت مقررات مالیاتی و محدودیت‌ها و قواعد خاص هر کشور مسائل پیچیده‌ای هستند که در روند تولید فیلم بسیار تأثیرگذارند. سایر موارد این روش همچون نمونه‌های مشارکت در تولیدی هستند که در قسمت‌های قبل توضیح داده شدند.

● سرمایه‌گذاری مشترک

چندین سرمایه‌گذار به روش‌های گوناگون تأمین مالی هزینه‌های تولید فیلم را به عهده می‌گیرند:

❖ حامی مالی (اسپانسر)

❖ هدیه

در این بخش، هدایا می‌توانند شامل جوایزی باشند که فیلم‌های برگزیده در جشنواره‌های مختلف به دست می‌آورند.

❖ توزیع

یکی از سه مرحله سرمایه‌گذاری و تأمین مالی فیلم در هالیوود، مرحله توزیع فیلم است. برخی از شرکت‌های بزرگ آمریکا به‌تعمد این مهم را بر عهده می‌گیرند و طبق قرارداد منعقدشده بین تولیدکنندگان و توزیع‌کنندگان، فیلم تولیدشده را در داخل مرزهای آمریکا یا در سطح بین‌الملل توزیع می‌کنند.

۲. روش‌های نوین تأمین مالی در سایر کشورهای جهان

در هر زمینه‌ای از فعالیت‌های صنعتی، بنگاه‌ها یا شرکت‌ها و مؤسسات اقتصادی برای ادامه حیات خود و همچنین توسعه و رشد فعالیت‌ها و تولیدات به سرمایه‌های کلان نیازمندند؛ که در این میان، صنعت سینما نیز از این قاعده مستثنی نمی‌گردد. به این صورت، شرکت‌ها و مؤسسات برای تأمین منابع سرمایه‌ای و مالی، بسیار به بازارهای مالی وابسته هستند. مطلبی که در اینجا حائز اهمیت است، روش‌های مختلف تأمین سرمایه و نحوه و شرایط تأمین مالی پروژه‌هاست. بدون شک، این روش‌ها به سه دسته زمانی کوتاه‌مدت، میان‌مدت و بلندمدت طبقه‌بندی می‌شوند که مستلزم برنامه‌ریزی متناسب با پروژه‌هاست. در اینجا هدف از بررسی این شیوه‌ها، پیدا کردن و اولویت‌بندی روش‌های مناسب تأمین مالی تولیدات سینمایی، عوامل تأثیرگذار بر آن‌ها و همچنین رشد و توسعه سینما به سمت صنعتی کردن این هنر در ایران و افزایش اطمینان سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی برای انجام دادن ریسک سرمایه‌گذاری در تولیدات سینمایی ایران است. یکی از این روش‌ها، تأمین منابع مالی از طریق ایجاد انگیزش در مخاطب برای تمایل به پرداخت کمک‌های نقدی با هدف تأمین سرمایه تولید این گونه فیلم‌هاست؛ یا روش تأمین مالی جمعی که به شکل‌های مختلف صورت می‌گیرد.

۲-۱. فاند یا گرنت

هزاران کمپانی و مؤسسه وجود دارند که هر ساله جوایز نقدی برای تولید پروژه‌های هنری اهدا می‌کنند. میزان این جوایز متفاوت است؛ ولی بدون شک کمک‌هزینه‌ای وجود دارد که با نیازهای تولیدکنندگان فیلم متناسب است. اگر متولیان کمک‌هزینه‌ای دریافت کنند، شهرت پروژه چند برابر خواهد شد؛ زیرا پروژه فیلم از حامی مالی بزرگی برخوردار گردیده است. با این حال، دریافت این کمک‌هزینه‌ها بسیار رقابتی است؛ و معمولاً باید آماده‌سازی و تحقیق زیادی صورت گیرد تا فیلمی نامزد دریافت کمک‌هزینه شود. خیلی بعید است کمپانی‌ها به پروژه‌ای که از اهدافش مطمئن نیستند و کاملاً درباره آن تحقیق نکرده‌اند، کمک‌هزینه‌ای بدهند؛ به این دلیل که آن‌ها می‌خواهند مطمئن شوند پولشان را به افرادی می‌دهند که می‌خواهند یک پروژه موفق تولید کنند.^۱

۲-۲. جمع‌آوری کمک‌های مالی

از این شیوه می‌توان در زمینه پروژه‌های کوچک استفاده کرد. به این صورت پولی که به دست می‌آید، برای شروع تولید فیلم استفاده می‌شود؛ و اهداکنندگان نیز در قبال پولی که می‌دهند، چیزی جز اتمام پروژه نمی‌خواهند. سازوکار این روش به این صورت است که کارآفرین، متولی تولید یا کارگزار شرکت سینمایی و... برای تهیه طرح تولیدی خود یا بسته جذب سرمایه اقدام و تمامی اطلاعات مربوط به فیلم را در آن پیاده‌سازی و ارائه می‌کند. همچنین نحوه مصرف منابع جمع‌آوری‌شده و مراحل آن را برای آگاهی بیشتر مشارکت‌کنندگان ارائه می‌شود. می‌توانند در این پلتفرم به میزان بهره‌مندی از عواید حاصل از مشارکت نیز اشاره کنند؛ و به این ترتیب، تمامی تعاملات در فرایند تأمین مالی جمعی از طریق فضای مجازی و اینترنت صورت می‌گیرد.

الف. روش اهدایی

که به صورت اینترنتی انجام می‌شود.^۲ در این مدل، مشارکت‌کنندگان

۱. منبع: فیلمیوال- ترجمه: سلمه اربابون.

2. Donation sites

مبالغی را به صورت خیریه‌ای به اصطلاح می‌بخشند و در قبال مبلغ پرداختی چشم‌داشتی ندارند. برای مثال، می‌توان به درخواست‌های کمک در فیس‌بوک برای کسب سرمایه یا سایت Gofundme و سایت‌های Globalgiving.org, Epicstep.com اشاره کرد.

ب. روش پاداشی و پیش‌خرید

که در پایگاه اینترنتی صورت می‌گیرد^۱. این مدل تأمین مالی جمعی، معمولاً تقسیم درآمد را دربر نمی‌گیرد. به این صورت که پرداخت بهره یا هر نوع سود مشارکت در آن انجام نمی‌شود؛ ولی در عوض، مشارکت‌کنندگان می‌توانند از انواع پاداش یا جوایز با توجه به مبلغ مشارکت خود در طرح بهره‌مند شوند. این روش با گرفتن سفارش یا پیش‌فروش محصولات و همچنین تعیین پاداش‌های انگیزشی مانند ارائه تخفیف ویژه به حامیان یا استفاده از امکانات خاص‌تر نسبت به سایر مخاطبان و...، تأمین مالی پروژه‌ها را صورت می‌دهد (کلمبو^۲ و دیگران، ۲۰۱۵). سایت‌های Kickstarter, IndieGOGO را در این مورد می‌توان ذکر کرد.

ج. روش استقراضی از طریق پایگاه الکترونیکی^۳

این روش به صورت وام یا بهره‌ای مشخص است. البته دریافت بهره با موازین اسلامی به دلیل ربوی بودن آن مغایرت دارد که می‌توان از قرض‌الحسنه به‌عنوان مورد جایگزین در این شیوه بهره‌برد. به این صورت که افراد کمک‌های خود را به صورت وام یا قرض در اختیار صاحب پروژه قرار دهند و او موظف باشد زمانی که به سوددهی رسید، پول آن‌ها را برگرداند. به این ترتیب، این مدل به دو طریق، یکی با پرداخت سود مشارکت و بهره و دیگری بدون آن، اجرا می‌شود. برای مثال، سایت Kiva سود مشارکتی به مشارکت‌کنندگان پرداخت نمی‌کند؛ بلکه منابع مالی موردنیاز را برای کارآفرینان و متولیان صنعتی در ۶۶ کشور جهان تأمین می‌کند؛ و کارآفرینان و

1. Reward and Pre- Purchase sites

2. colombo

3. Lending Crowdfunding sites

تهیه‌کنندگان یا متقاضیان وام، درخواست وام خود را به سایت Kiva پست می‌کنند. تأمین‌کنندگان مالی یا وام‌دهندگان، اصل مبلغ وام را بدون سود یا بهره دریافت می‌کنند.

د. تأمین مالی مشارکتی یا سرمایه‌گذاری سهامی^۱ از طریق پایگاه الکترونیکی^۲
از ویژگی‌های این روش، عقد قرارداد بین کارآفرین یا مجری و نیز سرمایه‌گذاران، مردم و نهادها و نیز مشارکت در منافع طرح است.^۳ در سرمایه‌گذاری سهامی، افراد و گروه‌ها پس از اهدای سرمایه، مشمول دریافت سهم از طرف کارگزار یا مجری طرح می‌گردند و در نهایت درصدی از سود پروژه را بر اساس میزان مبلغ سرمایه‌گذاری شده دریافت می‌کنند.

۲-۳. تأمین منابع مالی از طریق بسته جذب سرمایه‌گذاران

استفاده از تکنیک و روش و نیز ارائه بسته جذب سرمایه توسط متولیان تولید یا تهیه‌کننده بسیار حائز اهمیت است. این بسته شامل خلاصه سناریو (در یک یا دو صفحه)، متن کامل فیلم‌نامه و بودجه‌بندی فیلم است. افزون بر آن، ارائه رزومه عوامل و گروه تولید فیلم اعم از کارگردان، تهیه‌کننده، نویسنده، فیلم‌بردار و حتی هنرپیشه‌ها و... و نیز ارائه نمونه کارهای قبلی استودیو در این بسته بسیار حائز اهمیت است. همچنین در پیش‌بینی محاسبات مربوط به دخل و خرج باید چگونگی توزیع درآمدهای ناشی از فیلم گنجانده شود و نحوه تقسیم حقوق مادی و معنوی اثر، فرایند تولید از مرحله پیش‌تولید تا پس‌تولید و چگونگی تضمین حقوق سرمایه‌گذار برای تأمین‌کننده سرمایه روشن و مشخص گردد. به این شکل که تمامی عواید حاصل از فروش فیلم به یک حساب مشخص واریز و اطلاعات مربوط به آن به سرمایه‌گذاران گزارش داده می‌شود. به این ترتیب و با توجه به این بسته فرصت سرمایه،

1. Equity

2. Equity Crowdfundig Sites

۳. تأثیرگذاری یک استارت‌آپ بر اقتصاد، روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۲/۵/۹۵. در:

<https://donya-e-eqtesad.com/> بخش- بازار- دیجیتال- ۱۹/۸۴۲۴۱۰۶- تأثیرگذاری- یک- استارت-آپ-

بر- اقتصاد

تهیه‌کنندگان می‌توانند اطلاعات مربوط به فیلم را سریع‌تر و دقیق‌تر به سرمایه‌گذاران منتقل و نتیجه حاصل از آن را دریافت کنند.

۲-۴. مشارکت محدود

روش دیگری در همین بخش مشارکت‌ها وجود دارد با عنوان مشارکت محدود که در نظام این شیوه مشارکتی، یک شرکت صرفاً جهت انجام دادن امور مالی پروژه تولید فیلم تأسیس می‌گردد و هر یک از طرفین مشارکت شامل افراد حقیقی و حقوقی، به‌عنوان سهام‌داران آن شناخته می‌شوند. این شرکت پس از پایان یافتن پروژه و اعطای منافع طرفین بر اساس میزان سهام، می‌تواند منحل گردد. فایده‌ای که این نوع تأمین مالی دربردارد، عدم دخالت طرفین شراکت اعم از اشخاص و کمپانی‌های مختلف تجاری، تولیدی یا اعتباری و حتی مؤسسات به‌صورت مستقیم در امور حقوقی پروژه است؛ و تمام این موارد بر عهده مدیرعامل شرکت یا مدیر پروژه است که می‌تواند در قبال انجام دادن خدمات در مدت اجرای پروژه برای خود دستمزد تعریف کند یا به‌جای هزینه خدمات، در کنار شرکای سرمایه‌گذار، در منافع ناشی از تولید شریک گردد.

شکل دیگر مشارکت محدود این‌گونه است که در قرارداد حقوقی مشارکت بین اشخاص حقیقی و حقوقی در سرمایه‌گذاری، بندهایی اضافه می‌شود که تعهدات طرفین مشارکت را محدود می‌کند. به این صورت که آن‌ها صرفاً در عواید و سود حاصل از فروش فیلم سهم می‌شوند. طبق این قرارداد، در صورتی که مدیر پروژه و تهیه‌کننده برای تأمین منابع از راه‌های دیگری چون وام یا منابع دولتی و خصوصی دیگر استفاده کنند، شرکا هیچ مسئولیت حقوقی در قبال ضرر و زیان‌های احتمالی آن بر عهده نمی‌گیرند. همچنین افزون بر مسائل مالی، شرکای مشارکت محدود نسبت به هرگونه حوادث احتمالی (از جانب تعهدات حقوقی نسبت به هنرپیشگان، دست‌اندرکاران و عوامل تولید فیلم و نیز سایر موارد اجرایی و فنی و غیره) سلب مسئولیت می‌گردند.

۲-۵. پیش‌فروش فیلم

در تولیدات استودیوهای هالیوود و در برخی فیلم‌های مستقل^۱ آمریکا و همچنین تولیدات فیلم‌های اروپایی، یکی دیگر از شیوه‌های تأمین مالی با عنوان پیش‌فروش فیلم، قبل از تولید یا در حین تولید، رایج است. به این شکل که در روند و جریان برگزاری برخی از بازارهای فیلم و تشکل‌های کسب‌وکار سینمایی در دنیا، از جمله بازار فیلم آمریکا (AFM) و بازار فیلم کن (CFM)، پیش‌فروش حقوقی پخش و توزیع فیلم‌های در دست تولید صورت می‌گیرد. بر این اساس، از مدیران کمپانی‌های پخش و توزیع، نمایندگان شبکه‌های تلویزیونی و ماهواره‌ای، مؤسسات مربوط به توزیع فیلم در شبکه‌های خانگی و غیرسینمایی و خریداران فیلم برای بررسی مختصات تولید و ارائه پیشنهاد خرید فیلم‌ها دعوت به عمل می‌آید (فصلنامه سینمایی فارابی: شماره ۶۶). در این شیوه صاحبان اثر و متولیان تولید، حقوق پخش اثر را در مقابل مبالغی که به‌عنوان پیش‌پرداخت از ایشان دریافت کرده‌اند، به متقاضیان واگذار می‌کنند. به این ترتیب، بخش مهمی از سرمایه مورد نیاز جهت تولید فیلم را در چارچوب و ضوابط مقرر و حقوقی به دست می‌آورند. همچنین پیش‌فروش فیلم به صاحبان سالن سینما و دریافت پول برای تأمین سرمایه از این طریق در داخل یا خارج کشور، یکی دیگر از راه‌های تأمین تولیدات سینمایی است که ریسک‌پذیری و رعایت قواعد و ضوابط خاص مربوط به خود را داشته است.

۲-۶. جذب سرمایه توسط کارگزاران

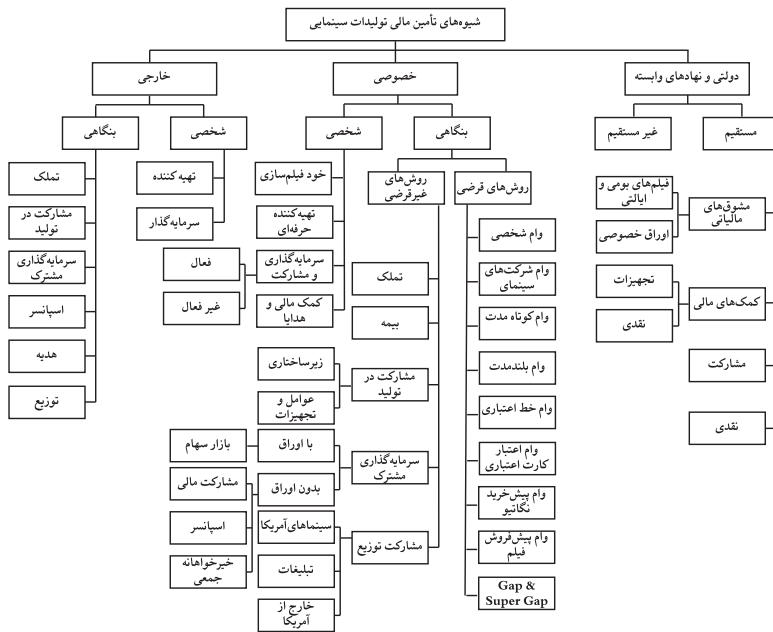
در کشورهای دارای صنعت سینما، برخی تهیه‌کنندگان و مؤسسات تولید فیلم کارگزارانی دارند که کارشان پیدا کردن سرمایه است. این اشخاص یا شرکت‌های کوچک کارگزاری در تأمین و جمع‌آوری بودجه، از طریق جلب مشارکت سرمایه‌گذاری‌های بالقوه و تنظیم قراردادهای مالی با آن‌ها، برای

۱. تأمین مالی فیلم‌های مستقل: اتحادیه فیلم‌های مستقل آمریکا «فیلمی را مستقل می‌گوید که بیشتر از ۵۰٪ از تأمین مالی آن به‌صورت مستقل از استودیوهای بزرگ آمریکا صورت گرفته باشد».

کمپانی‌های کوچک فیلم‌سازی تخصص دارند. البته این کارگزاران بسته به سرمایه‌ای که برای ساخت و تولید فیلم جذب می‌کنند، منافع خود را نیز در نظر می‌گیرند؛ و حتی گاهی عایدی آن‌ها بیشتر از میزان عایدی تهیه‌کنندگان و تولیدکنندگان فیلم تا حدود ۵۰٪ درآمد است. البته این زمانی است که همه سرمایه‌گذاران و شرکا سهم خودشان را برداشت کرده باشند.

۳. نتیجه‌گیری

نمودار زیر حاصل بررسی روش‌های تأمین مالی در آمریکا، به‌ویژه هالیوود، در حوزه ابزارهای تأمین مالی است.



نمودار ۲. روش‌های تأمین مالی تولیدات سینمایی در ایران

بر اساس دسته‌بندی‌های صورت گرفته در این بخش، نتیجه می‌شود که شیوه‌ها و ابزارهای پُرکاربرد و مهمی در ساختار نهادها و سازمان‌های

تأمین‌کننده بودجه‌های سینمایی متشکل از دولتی و خصوصی و خارجی وجود دارند که هر یک به‌گونه‌ای مسئله تأمین هزینه‌های تولید فیلم‌های سینمایی را مرتفع می‌سازند. وجود انواع ابزارهای تأمین مالی به‌صورت وام یا مشارکت‌های گوناگون سرمایه‌گذاری در تمام مراحل پیش‌تولید، تولید و پس‌تولید یا توزیع محصول سینمایی، خود نشان‌دهنده وجود زیرساخت‌های صحیح و دقیق و برنامه‌ریزی‌شده است؛ که می‌تواند فروش یک فیلم را از نقطه شروع تا اکران در سطح ملی و بین‌المللی تضمین کند.

فصل سوم: تحلیل داده‌ها

مقدمه

در دو فصل گذشته، شیوه‌های متعارف تأمین مالی صنعت سینمای هالیوود و سینمای ایران به تفصیل بیان شد. با ارائه نمودار سازمان‌یافته هر بخش و نمودار ترسیم‌شده در انتهای این بخش از گزارش، به تطبیق روش‌های متعارف و نوین تأمین مالی می‌پردازیم. در این نمودار، روش‌های تأمین مالی که به رنگ سیاه دیده می‌شوند، شیوه‌ها و ابزارهای متعارف هر یک از دو کشور جهت تأمین هزینه‌های تولیدات سینمایی هستند. روش‌هایی که به رنگ قرمز نوشته شده‌اند، شیوه‌هایی هستند که در صنعت سینمای هالیوود کاربرد دارند و در ایران اعمال نمی‌شوند؛ و در نهایت، روش‌ها و ابزارهایی که به رنگ سبز درج شده‌اند، شیوه‌های تأمین مالی اسلامی هستند که می‌توانند در تأمین مالی تولیدات سینمایی ایران نیز به کار گرفته شوند.

۱. دسته‌بندی روش‌های تأمین مالی پس از تطبیق روش‌های هالیوود و ایران و افزودن روش‌های تأمین مالی نوین

در بخش اول گزارش مشاهده شد که در ایران نیز مانند آمریکا نهادهای دولتی به صورت مستقیم و غیرمستقیم در تأمین هزینه‌های تولیدات سینمایی مداخله دارند. سرمایه‌گذاری دولتی در دو بخش مستقیم و غیرمستقیم و در قالب‌های (۱) مشوق‌های مالیاتی؛ (۲) کمک‌های مالی؛ (۳) مشارکت؛ (۴) هدیه و... قابل اجراست.

در شیوه‌ها و ابزارهای تأمین مالی دولتی آمریکا، ابزار مشوق‌های مالیاتی مورد استفاده قرار می‌گیرد که به صورت اوراق خصوصی یا بودجه مستقیم مبالغ موردنیاز را در اختیار سازندگان قرار می‌دهد.

در ایران، ساختارها و قوانین مناسب برای تبدیل ارزش فیلم به اوراق و سهام یا استفاده از اوراق خصوصی برای پرداخت کل یا بخشی از هزینه‌های تولید، چه از جنبه اجرایی و چه مقررات و قوانین مدون، وجود ندارد؛ بلکه استفاده از ابزار کمک‌های مالی و مشارکت‌های دولت و نهادهای دولتی در حال اجراست و در برخی از تولیدات سینمایی این روش‌ها مورد استفاده قرار می‌گیرند. متأسفانه به دلیل نبود قوانین مناسب و نظارت صحیح در برخی موارد، سازمان‌های دولتی در اعطای این کمک‌ها دچار تبعیض می‌شوند و بر اساس شیوه صلاح‌دیدگی، نه مقرراتی، به پرداخت این حمایت‌ها می‌پردازند. همچنین استفاده از ابزار هدیه در سینمای ایران را شاید بتوان به فیلم‌های خاص با خط‌مشی فرهنگی، سیاسی و اجتماعی آن یا فیلم‌های سینمایی‌ای محدود دانست که موفق به کسب جوایز جشنواره‌های داخلی شده‌اند؛ چراکه در موارد دیگری از سوی سازمان‌ها و نهادهای دولتی کمک‌های بلاعوض به صورت هدیه به تأمین‌کنندگان سرمایه تولید فیلم داده نمی‌شود.

ابزار وام‌های دولتی که در نمودار یک قابل مشاهده است، از جمله روش‌هایی است که استفاده از آن توسط دستگاه‌های دولتی برای ارائه مبالغ تأمین بودجه به سازندگان فیلم تقریباً کاربردی ندارد و فقط در مواردی خاص، سازمان‌ها یا بنگاه‌های دولتی به پرداخت مبالغی به صورت وام اقدام می‌کنند.

تأمین هزینه‌ها از طریق سرمایه‌گذاری خصوصی به دو شکل بنگاهی و شخصی صورت می‌پذیرد. در بخش سرمایه‌گذاری خصوصی بنگاهی، ابزار تأمین مالی از طریق مشارکت با اوراق، بورس فیلم در بازار سهام یا روش استفاده از اوراق صکوک معرفی می‌شود؛ که با مطالعه و بررسی در این زمینه برای اجرای زیرساخت‌های مناسب می‌توان از این روش‌ها با هدف تأمین منابع تولید فیلم بهره جست.

با توجه به دسته‌بندی انجام‌شده در بخش سرمایه‌گذاری به‌صورت خصوصی در ایران، این‌گونه سرمایه‌گذاری از دو طریق قرضی و غیرقرضی قابل اجراست. در روش قرضی، بنگاه‌های خصوصی با اعطای وام بانکی همراه با سود مشخص بر اساس کارکرد و اعتبار حساب تهیه‌کننده و سازنده فیلم یا اعطای وام مؤسسه فرهنگی و وام قرض‌الحسنه، در مواردی محدود، در ساخت و تولید فیلم‌های سینمایی همکاری می‌کنند.

در سرمایه‌گذاری خصوصی به شکل غیرقرضی به دو دسته روش‌های سرمایه‌گذاری بنگاه‌ها به شکل مستقیم و غیرمستقیم روبرو می‌شویم؛ که در سرمایه‌گذاری مستقیم سازمان‌های دولتی بدون اوراق و فقط به شکل مشارکت مالی یا خیرخواهانه و یا در قالب حامی مالی (اسپانسر) به سرمایه‌گذاری مشترک می‌پردازند.

استفاده از شیوه‌ها و ابزارهای مشارکت بخش خصوصی آمریکا در سه بخش پیش‌تولید، تولید و توزیع به‌طور جداگانه صورت می‌پذیرد. در هالیوود استودیوهای بزرگ جلوه‌های ویژه، نور، صدا و... با ارائه امکانات پیشرفته خود به مشارکت در سیستم تولید فیلم می‌پردازند.

در هالیوود، سرمایه‌گذاری خصوصی بنگاه‌ها به روش قرضی از طریق بانک‌ها و کمپانی‌های بزرگ سرمایه‌گذاری و از طریق اعطای وام بر اساس ارائه تضمین اعتبار و تضمین کیفیت محصول نهایی از سوی شرکت یا گروه فیلم‌سازی و ضمانت در فروش مناسب در سطح ملی و بین‌المللی و بازپرداخت به‌موقع، به‌صورت کامل یا دوره‌ای و همچنین به‌صورت مشارکت

در بخشی از سرمایه‌گذاری انجام می‌شود.

چگونگی اعطای این وام‌ها و شرایط بازپرداخت و همچنین میزان مبالغ آن‌ها با هم متفاوت‌اند. همچنین برای ارائه چنین وام‌هایی در مقاطع مختلف نیاز به برنامه‌ریزی و وجود زیرساخت‌های قانونی مناسب و حرفه‌ای در سطح ملی و بین‌المللی است.

در مورد استفاده از ابزار بیمه که یکی از روش‌های غیرقرضی بنگاهی است نیز این مطلب صدق می‌کند؛ زمانی شرکت بیمه ریسک تأمین اعتباری فیلمی را می‌پذیرد که فروش مناسب و کیفیت بالای اثر تضمین شده باشد و به هیچ‌وجه ریسک اعطای اعتبار و انجام دادن بیمه هر فیلمی را نمی‌پذیرد. بر اساس نمودار ارائه‌شده در بخش اول و دوم گزارش و تطبیق آن‌ها با نمودار این بخش مشخص می‌شود که در سرمایه‌گذاری خصوصی بنگاه‌ها به روش غیرقرضی می‌توان به روش‌های مشابهی همچون مشارکت در تولید به‌عنوان یکی از ابزارهای سرمایه‌گذاری غیرمستقیم با زیرشاخه‌های تأمین مالی از طریق تأمین زیرساخت‌های تولید یا ارائه خدمات رسانه‌ای و تبلیغات یا همکاری از سوی شرکت‌های سینمایی برای تأمین تجهیزات و... رسید؛ که این روش‌های مشارکتی مشابه در دو کشور ایران و آمریکا اجرا می‌شوند. البته نحوه اجرا و همکاری و کیفیت برخورداری از این مشارکت‌ها بدون تردید دور از مقایسه است؛ اما از لحاظ ایجاد این روش‌ها و کاربرد نسبی آن‌ها، هر دو کشور از این ابزارها بهره‌مند هستند.

اما در همین شاخه از ابزارهای تأمین مالی، سرمایه‌گذاری مشترک بنگاه‌ها را به شکل با اوراق در بازار سهام آمریکا و بدون اوراق در قالب حامی مالی (اسپانسر)، مشارکت بخشی از بودجه موردنیاز یا خیرخواهانه می‌توان دید. ارائه ارزش فیلم به‌صورت اوراق در بازار سهام از ابزارهای پُرکاربرد در سینمای آمریکا محسوب می‌شود که به‌دلیل نبود زیرساخت‌های مناسب، این ابزار نمی‌تواند در اختیار سرمایه‌گذاران بورس ایران قرار گیرد.

همان‌طور که پیش‌تر توضیح داده شد، سرمایه‌گذاری در هالیوود در چند

مرحله صورت می‌گیرد و سرمایه‌گذاران می‌توانند در هر زمان وارد فرایند تأمین مالی فیلم شوند. تبلیغات فیلم نقش مهم و مؤثری را در میزان فروش فیلم به هنگام اکران بر عهده دارند؛ به طوری که شرکت‌های توزیع می‌توانند سرمایه‌گذاری خود را بر این بخش متمرکز کنند.

در این بخش از نمودار، روش‌های تأمین مالی از طریق مشارکت در توزیع و اکران فیلم در داخل و خارج از کشور یا مشارکت در هزینه‌های تبلیغات مربوط به فیلم از سوی شرکت‌ها یا بنگاه‌های خصوصی معرفی شده‌اند. ابزار مشارکت در توزیع که یکی از روش‌های تأمین سرمایه از طریق سرمایه‌گذاری خصوصی به شکل غیرقرضی توسط بنگاه‌هاست، می‌تواند یکی از پرکاربردترین ابزارهای سینمای هالیوود باشد که تمامی هزینه‌های توزیع فیلم‌های سینمایی هالیوود را در داخل و خارج از آمریکا و در سطح بین‌الملل بر عهده بگیرد.

استفاده از سرمایه‌گذاری‌های خارجی در برخی کشورهای دارای صنعت سینما، از جمله آمریکا (هالیوود)، اهمیت حیاتی دارد؛ که حذف آن می‌تواند حیات این صنعت را به مخاطره اندازد؛ به صورتی که از این گونه سرمایه‌گذاری‌ها در هالیوود، افزون بر تولید فیلم‌های سینمایی، برای تأمین مالی برخی فیلم‌های مستقل (خارج از نظام استودیویی) استفاده می‌شود.

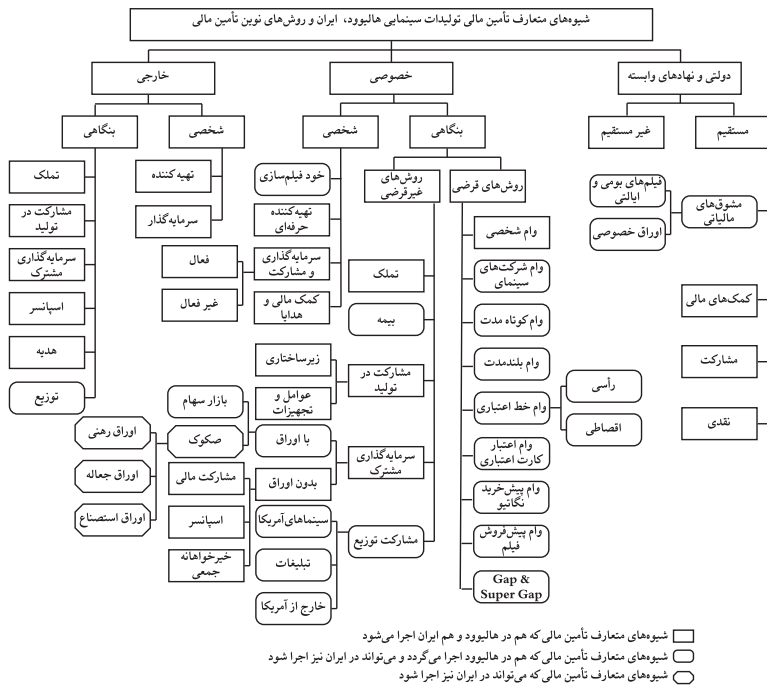
حضور و جذب سرمایه‌گذاران خارجی از همان ابتدای ظهور صنعت سینمای هالیوود مورد توجه سیاست‌گذاران این صنعت بوده است. سفارت‌های آمریکا در کشورهای مختلف جهان نقش بازاریاب، پخش‌کننده و جست‌وجوگر را برای شناسایی زمینه‌های مناسب جذب سرمایه‌گذاری‌های خارجی در تولید فیلم بر عهده داشته‌اند؛ و این موضوع برای کمپانی‌های هالیوود بسیار حیاتی و مهم محسوب می‌شده است. به این ترتیب، نمایندگی‌هایی از شرکت‌ها و کمپانی‌های هالیوودی در اقصی نقاط دنیا تأسیس شدند که وظیفه توزیع و پخش فیلم‌های هالیوودی و دریافت اطلاعات مختلف در زمینه سرمایه‌گذاری و میزان حمایت‌ها و تسهیلات

مختلف آن‌ها را بر عهده داشتند.

اما با بررسی دو نمودار بخش‌های اول و دوم این گزارش و تطبیق آن‌ها، به این مسئله دست می‌یابیم که متأسفانه در ایران ابزار تأمین مالی برای توزیع مناسب تولیدات سینمایی ایران در خارج از مرزها و در سطح بین‌الملل وجود ندارد؛ و این نشان از عدم توجه به مسئله توزیع و اکران مناسب فیلم توسط دستگاه‌های دولتی و خصوصی است؛ که این سینما را از چشم سرمایه‌گذاران خارجی غایب نگه داشته است.

امروزه، برخی کشورهای اروپایی و آمریکایی همچون کشورهای عضو اتحادیه اروپا، ژاپن، کانادا و... برای کمک به فیلم‌سازان جویای سرمایه خارجی جهت تولید فیلم، منابعی را در نظر گرفته‌اند که با توجه به قواعد مشخص، توسط فیلم‌سازان کشورهای دیگر قابل جذب و استفاده‌اند؛ از جمله کمک‌های بلاعوض برای فیلم‌سازان، معافیت مالیاتی کمپانی‌های داخلی خود، پیش‌خرید قسمتی از حقوق فروش و پخش و همچنین در برخی مواقع پرداخت یارانه برای پیشبرد پیش‌تولید. برای نمونه، کشور آلمان برای تولیدات محلی منابعی را اختصاص داده است که با شرایط مشخص، توسط فیلم‌سازان خارجی قابل برداشت است؛ یا در انگلستان افزون بر داشتن شورای فیلم بریتانیا، شبکه ۴ کانال تلویزیونی تعداد بی‌شماری از تولیدات غیربریتانیایی را تأمین سرمایه کرده است؛ یا کشور فرانسه چند شرکت تولید و پخش فیلم دارد که از اعتبارات دولتی برخوردارند؛ همچنین مؤسسات دولتی و غیردولتی در کشورهای چو ایتالیا، ژاپن، اسپانیا و سوئد که در ساخت و تولید فیلم‌های خارجی مشارکت می‌کنند. افزون بر این‌ها، مجامعی جهانی هر ساله با حضور سرمایه‌گذاران از اقصی نقاط دنیا برگزار می‌شوند که خوشبختانه اتفاقات خوبی در این زمینه رقم می‌خورد. کنفرانس بین‌المللی تأمین مالی فیلم (IFFCon) که در فوریه هر سال در سانفرانسیسکو یا بازار فیلم سینمایی نیویورک سیتی آمریکا (Film Market Feature) که در ماه سپتامبر برگزار می‌شوند، فرصت‌هایی را برای عرضه پیشنهاد به

سرمایه‌گذاران و توزیع‌کنندگان فیلم فراهم می‌کنند. با مطالعه دقیق هر یک از روش‌های ارائه‌شده در این سه بخش از گزارش، تحلیل و بررسی شیوه‌های متعارف کم‌کاربرد، جایگزین کردن روش‌های کاربردی و مناسب نوین در جهان و همسو کردن این روش‌ها با فرهنگ ایرانی و اسلامی می‌توانیم به ترسیم نمودار زیر بپردازیم؛ نموداری که با تحقیق و مطالعه در آن به روش‌های مؤثر و پُرکاربردی در جهت توسعه و رشد سینمای ایران دست خواهیم یافت.



نمودار ۳. چارچوب نظری تطبیق روش‌های تأمین مالی تولیدات سینمایی صنعت سینمای هالیوود و ایران

۲. نتیجه‌گیری

با توجه به نمودار فوق می‌توان گفت که بسیاری از روش‌های متعارف تأمین مالی مورد استفاده در هالیوود، نه با کیفیت یکسان، در ایران نیز متناسب با قوانین و مقررات خود اجرا می‌شوند یا قابل اجرا هستند؛ به‌طوری‌که نهادهای دولتی ایران نیز مانند کشور آمریکا، نه با یک کیفیت برابر، به تأمین بودجه تولیدات سینمایی به‌صورت مستقیم از طریق اعطای تسهیلات پولی، اعتباری و سایر حمایت‌ها همچون تخفیف مالیاتی و... یا غیرمستقیم به‌صورت مشارکت در ارائه تجهیزات و عوامل یا صدور مجوزها می‌پردازند.

۱. فصل چهارم: نتایج و راهکارها

۱. نتایج

با توجه به تجزیه و تحلیل روش‌های تأمین مالی که شرح مختصر آن بیان گردید، این نتیجه حاصل می‌شود که اگرچه مشابهت‌هایی در کمیت برخی روش‌های تأمین مالی بین هالیوود و ایران وجود دارد، از نظر کیفیت اجرای قوانین مربوط به این ابزارهای مشابه و نحوه استفاده از آن‌ها فاصله زیادی با صنعت سینمای هالیوود داریم. شاهد مثال این مطلب، در بخش‌های سرمایه‌گذاری از سوی سازمان‌ها و نهادهای دولتی متأسفانه به دلیل نبود زیرساخت‌های مقرراتی مناسب یا اجرای ناصحیح آن‌ها، با تبعیض در اعطای تسهیلات مالی و حمایتی مواجه می‌شویم؛ که این خود به‌عنوان عاملی مهم برای خروج برخی سازندگان فیلم از چرخه رقابت و تولید آثار باکیفیت محسوب می‌شود.

در آمریکا، بانک‌ها به‌عنوان سرمایه‌گذاران اصلی کمپانی‌های فیلم‌سازی مطرح‌اند و بر محتوا و سایر موارد تولید و توزیع نظارت دارند. بانک‌های

آمریکا جهت سرمایه‌گذاری و تأمین مالی فیلم‌های هالیوودی تدابیر بسیار دقیقی را اندیشیده‌اند که باعث می‌شوند توزیع و پخش فیلم‌ها در نظر کمپانی‌ها، در تمام سطوح، حائز اهمیت باشد و در جهت هرچه بهتر بودن این مهم تلاش کنند.

از آغاز ورود سینما به ایران، بانک‌ها در سرمایه‌گذاری و تأمین هزینه‌های ساخت تولید فیلم‌های سینمایی نقشی را ایفا نکرده‌اند؛ چنان‌که تا بدین روز، بانک‌های دولتی و غیردولتی پذیرای سرمایه‌گذاری همراه با ریسک در تولیدات سینمایی ایران نیستند. فقط برخی بانک‌ها، همچون بانک پاسارگاد، در خلال سال‌های اخیر چند مورد سرمایه‌گذاری در تولید فیلم سینمایی را انجام داده‌اند. البته باید به این مطلب نیز اشاره کرد که به دلیل پیش‌بینی ناپذیری میزان فروش فیلم و بازگشت سرمایه، بانک‌ها بیشتر به‌صورت حامی مالی (اسپانسر) یا مشارکت‌کننده در تولید فیلم‌های سینمایی حضور پیدا می‌کنند و ریسک بالای سرمایه‌گذاری در حوزه فرهنگ و هنر، بانک‌ها را وادار می‌سازد که در این حوزه به‌طور کامل وارد نشوند.

بالا بودن ریسک سرمایه‌گذاری در تولیدات سینمایی ایران، پیش‌بینی ناپذیری فروش و اکران مناسب فیلم، پس از تولید و بازگشت سرمایه به سمت سرمایه‌گذار و...، برخی از دلایلی هستند که می‌توان به‌عنوان موانع مهم تحقق همکاری دوجانبه بین بانک‌ها و تولیدکنندگان فیلم‌های سینمایی برشمرد. همچنین در بخش دولتی به دلیل وجود برخی تبعیض‌ها در زمینه اعطای تسهیلات، وام یا مشارکت در پروژه‌های سینمایی گاهی با فیلم‌هایی با هزینه ساخت بسیار بالا مواجه می‌شویم که از طریق بودجه دولتی تأمین مالی شده‌اند و شرکت‌ها یا سازندگان تولید و توزیع فیلم نیز به دلیل نداشتن تعهدات لازم نسبت به فروش جهت بازپرداخت هزینه‌ها، فیلم‌هایی با کیفیت خیلی پایین‌تر از هزینه‌ای که برای فیلم سرمایه‌گذاری شده است، ساخته و درنهایت نیز به هنگام اکران از استقبال مناسبی برخوردار نگشته‌اند. به این ترتیب، زمانی می‌توانیم از بانک‌ها، شرکت‌های بیمه، سازمان‌ها یا بنگاه‌های خصوصی

انتظار سرمایه‌گذاری داشته باشیم که زیرساخت‌های متناسب با سرمایه‌گذاری در تولیدات سینمایی، قوانین و نظارت صحیحی بر عملکرد طرفین نیز وجود داشته باشد؛ تا اطمینان‌خاطر برای سرمایه‌گذاران جهت پذیرش ریسک را به همراه داشته باشد.

بر این اساس، در زمینه سرمایه‌گذاری بخش خصوصی و وام‌ها و حمایت‌های مالی بانک‌های خصوصی در ایران و هالیوود، این‌طور می‌توان استنباط و نتیجه‌گیری کرد: در کشورهایی که دارای صنعت سینما هستند و این صنعت از اعتبار بالایی برخوردار است، استفاده از وام‌های بانکی یکی از شیوه‌های رایج تأمین سرمایه ساخت و تولید فیلم به حساب می‌آید؛ به‌طوری که بانک‌ها و مؤسسات مالی به اعطای وام‌های متنوع به استودیوهای معتبر هالیوودی یا فیلم‌سازان مطرح و شناخته‌شده می‌پردازند.

در بخش سرمایه‌گذاران خارجی نیز نبود چرخه ارتباطی، عدم حضور مناسب کارگزاران فرهنگی، عدم هماهنگی و همکاری گسترده بانک‌های ایرانی و جهانی و نبود قوانین و زیرساخت‌های مناسب، خود دلایل مختلفی در کاهش جذب سرمایه‌گذاران خارجی در ایران محسوب می‌شوند.

به دلیل نبود نگاه تجاری به فیلم‌های سینمایی تولیدشده در ایران و نیز عدم برنامه‌ریزی مناسب برای تبلیغات، بازاریابی و اکران در سطح بین‌الملل، تولیدات سینمایی ایرانی در بازارهای بین‌المللی به‌صورت انگشت‌شمار حضور پیدا می‌کنند و از استقبال مناسبی نیز برخوردار نمی‌شوند. به این ترتیب، محصولات سینمایی ایران نه تنها در بازار داخلی بلکه در سطح بین‌الملل با شکست مواجه می‌شوند و هزینه‌های تولید با میزان درآمد حاصل از فروش محصول سینمایی با تفاوت زیادی نسبت به هم قرار می‌گیرند.

به این ترتیب، افزون بر شناخت و مطالعه روش‌های تأمین مالی در صنعت سینمای هالیوود و ایران و روش‌های نوین آن، استفاده از نظامی قانون‌مند بر اساس مقررات و برنامه‌ریزی مناسب، سینمای ایران را به سمت رشد و توسعه جلو می‌برد؛ و هرگونه تبعیض و بی‌عدالتی در زمینه اعطای بودجه یا اختصاص

حمایت‌های مالی بر اساس صلاحدید، نه قانونمندی، به گروه مشخصی از تهیه‌کنندگان یا متولیان تولید، ضربات سنگینی را به بدنه سینمای ایران وارد می‌کند. همچنین مطالعه عمیق و دقیق در زمینه ابزارهای تأمین مالی سایر نقاط جهان و تغییر یا حذف برخی قوانین و قراردادهای دست‌وپاگیر و در عوض، تنظیم قوانین و قراردادهای جدید جهت استفاده مناسب سرمایه‌گذاران و متولیان سینمای ایران از روش‌های کاربردی و بهینه‌تر تأمین منابع مالی تولید فیلم‌های سینمایی، قدمی مثبت در پیشرفت سینمای ایران محسوب می‌شوند.

۲. راهکارها

از مطالعه و تطبیق روش‌ها و ابزارهای متنوع تأمین مالی در جهان می‌توان به ارائه راهکارها و روش‌های گوناگونی پرداخت که میزان بهینگی و کاربردی بودن هر یک از روش‌ها و متناسب‌سازی آن‌ها در ایران خود نیازمند پژوهش و مطالعه‌ای غنی است. در ایران، خبری از حضور بانک‌ها و سرمایه‌گذاران بخش دولتی و خارجی در حمایت از شرکت‌های تولید و توزیع‌کننده فیلم‌های سینمایی نیست؛ و استودیوهایی هم که با همت و مشارکت سرمایه‌گذاران خصوصی شکل گرفته‌اند، بعد از تولید چند فیلم و مواجه شدن با برخی شکست‌ها در مرحله تولید یا توزیع فیلم از هم می‌پاشند. یکی از دلایل عمده این شکست‌ها در مرحله تولید و حتی توزیع در ایران، نبود منابع مالی کافی برای تأمین هزینه‌های تولید و توزیع است؛ چراکه در ایران، برخلاف هالیوود، تأمین مالی فیلم در یک مرحله با عنوان مرحله تولید صورت می‌پذیرد و سرمایه‌گذاری روی یک پروژه ساخت فیلم سینمایی توسط یک تهیه‌کننده و سرمایه‌گذار اصلی هزینه بالایی را به او تحمیل می‌کند؛ و به دلیل عدم توانایی در پیش‌بینی میزان فروش و کسب سود و همچنین وجود هزینه و ریسک بالا و نبود قوانین مدون و قابل اتکا، هر سرمایه‌گذار خصوصی یا دولتی به راحتی در این میدان ورود پیدا نمی‌کند. در صورتی که اگر فیلمی در آمریکا فروش نکند، کمپانی سازنده و متولیان تولید با برنامه‌ریزی و

سرمایه‌گذاری مناسب در مرحله توزیع و فروش آن در اقصی نقاط دنیا از شکست فیلم جلوگیری می‌کنند.

با توجه به این مطلب و مشاهده سرعت رشد و توسعه تولیدات سینمایی جهان، چه از لحاظ کیفیت محصول و چه کمیت آن، فراهم آوردن بستر مناسب برای ایجاد زیرساخت‌های موردنیاز تأمین مالی در ایران از اهمیت ویژه‌ای برخوردار است؛ بنابراین این بخش از گزارش به ارائه چند راهکار مؤثر تأمین مالی تولیدات سینمایی پرداخته است.

وام‌های بانکی

در سیستم بانک‌های آمریکایی بازپرداخت مناسب و به‌موقع، خود عامل تعیین‌کننده‌ای در سرمایه‌گذاری‌های بانکی در زمینه تولید فیلم در آینده به حساب می‌آید. همچنین تهیه‌کنندگان برای اطمینان‌بخشی به بانک سرمایه‌گذار و دریافت وام، از روش‌های مختلفی همچون وثیقه محکم یا اعتبار سرمایه‌ای استفاده می‌کنند. گاهی اعطای تضمین از سوی شرکت‌های پخش‌کننده یا عقد قرارداد پیش‌خرید توزیع نمایش خانگی یا پخش تلویزیونی می‌تواند برای بانک متقاعدکننده و معتبر به حساب آید. برخی کمپانی‌ها، مؤسسات مالی خصوصی یا نهادها و بنگاه‌های دولتی آمریکا، تضمین اعتبار برای بانک در نظر می‌گیرند؛ به این ترتیب که این کمپانی‌ها افزون بر اصراری که به پرداخت به‌موقع وام‌ها دارند، برای خود سودی را کنار می‌گذارند و در سود ناشی از فروش فیلم نیز سهیم می‌شوند.

اعطای وام و تسهیلات بانکی برای تولید فیلم سینمایی در ایران، معمولاً از طریق تأیید و تضمین‌های دولتی صورت می‌گیرد؛ و از نظر کارشناسان اقتصادی تاکنون از چارچوب و سازوکارهای تبیین‌شده‌ای برخوردار نبوده است؛ و اعطای وام به تمام کسانی که به حرفه تهیه‌کنندگی و تولید فیلم می‌پردازند، از طرف بانک‌های سرمایه‌گذار امکان‌پذیر نیست. بدون شک چنین وام‌هایی، توسط تهیه‌کنندگان و سازندگان شناخته‌شده و معتبر و با تضمین از طرف دولت یا سازمان معتبر، گاهی قابل دریافت است.

زمانی بانک‌ها ریسک تأمین منابع مالی فیلم سینمایی را می‌پذیرند که از سرمایه‌گذاری خود اطمینان خاطر داشته باشند؛ و این اعتماد حاصل نمی‌گردد مگر سازمان دولتی یا سازندگان فیلم، چه از جهت کیفیت و چه از لحاظ فروش محصول سینمایی، تضمین لازم را به بانک ارائه کنند. برای این منظور و رسیدن به این سطح از همکاری در تولید فیلم، باید قراردادهای متناسب با پروژه بین بانک یا بنگاه وام‌دهنده و شرکت یا تهیه‌کننده معتبر تدوین گردد و طرفین بر اساس آن نسبت به سرمایه‌گذاری و اجرا موظف شوند.

به‌تازگی، حوزه هنری (سازمان سینمایی سوره) در زمینه تضمین کیفیت قدم‌های اولیه را برداشته است؛ به این صورت که فیلم‌های دارای فیلم‌نامه بدیع و باکیفیت و همچنین گروه عوامل حرفه‌ای از مزایا و امکانات تضمین کیفیت برخوردار می‌شوند. گواهی تضمین کیفیت به تهیه‌کننده این اعتبار را می‌دهد تا در قراردادهای مشارکت، دریافت وام و...، حوزه هنری را به‌عنوان ضامن برای بازپرداخت مبالغ دریافتی معرفی کند. از طرفی، حوزه هنری در تمام فرایندهای تولید فیلم به‌عنوان ناظر حضور دارد.

حوزه هنری در امر ارائه تضمین کیفیت با مشکلات زیادی مواجه بوده است. برای مثال، برخی تهیه‌کنندگان زمانی که فیلم خود را شکست‌خورده در اکران و فروش می‌یابند یا به دلیل پایین بودن کیفیت فیلم تولیدشده و دلایل مختلف دیگر با عدم استقبال مخاطبان مواجه می‌شوند، به دلیل عدم کسب درآمد پیش‌بینی‌شده حاصل از فروش فیلم یا نداشتن سرمایه برای بازپرداخت وام و همچنین به دلیل وجود پشتوانه دولتی، وام دریافت‌شده از بانک‌ها را بازپرداخت نمی‌کنند؛ و در نهایت، حق راییت فیلم به نهاد دولتی داده می‌شود که از لحاظ اقتصادی نه‌تنها بازگشت سرمایه‌ای برای آن نداشته، بلکه در قبال ضمانت انجام‌داده موظف به بازگرداندن مبلغ سرمایه به بانک نیز هست؛ و در این میان، نهاد دولتی متضرر می‌گردد. به این ترتیب، بانک‌ها در زمینه تأمین مالی و اعطای وام، با این شیوه عقب‌نشینی می‌کنند؛ که علت آن را می‌توان نبود پشتوانه‌های مناسب قراردادی و حمایتی و همچنین مسئولیت‌پذیری عوامل تهیه‌کنندگی و تولیدی فیلم دانست.

مشوق‌های مالیاتی

استفاده از ابزار مشوق‌های مالیاتی و عرضه اوراق خصوصی در سطح منطقه و ایالت‌های آمریکا به منظور تأمین هزینه‌های تولید فیلم در این کشور، به حفظ فرهنگ منطقه و پایبند کردن هنرمندان فیلم‌ساز بومی آن کمک می‌کند. باید این نکته را در نظر داشت که بیشتر گرنت‌ها یا کمک‌های مالی و مشوق‌های مالیاتی که آمریکا برای سازندگان و تولیدکنندگان فیلم‌های سینمایی در نظر می‌گیرد، برای بومی‌سازی این فیلم‌ها در داخل آمریکا و تولید فیلم‌ها در جهت خط‌مشی فکری و سیاسی خود در جهان است. با توجه به این مطلب می‌توان با مطالعه روی این ابزار تأمین مالی و هماهنگ‌سازی آن با شرایط و مقررات حاکم بر دستگاه‌های دولتی ایران، استفاده مناسبی از شیوه داشت.

بازاریابی و تبلیغات

همان‌طور که اشاره شد، توفیق در دریافت وام بانکی زمانی حاصل می‌شود که دریافت‌کنندگان وام بتوانند پخش و فروش فیلم را تضمین کنند؛ که این خود شاید سخت‌ترین مرحله کار باشد؛ چراکه صاحبان فیلم متعهد می‌شوند برای اطمینان یافتن از فروش، قبل از ساخت، فیلم را به فروش برسانند. در این مرحله، شرکت‌های توزیع‌کننده باید بازاریابی و تبلیغات متناسب با محصول را در سطح موردنظر قرارداد انجام دهند. گاهی مبلغ بازاریابی و تبلیغات در برخی از فیلم‌های هالیوودی حتی از میزان هزینه تولید فیلم هم بیشتر می‌شود. اما می‌بینیم که همین تبلیغات، فروش فیلم را در سطح ملی و بین‌المللی بسیار افزایش می‌دهد؛ به طوری که تمام این هزینه‌ها با اکران و فروش داخلی و خارجی به همراه سود حاصل از آن، به سرمایه‌گذار بازمی‌گردد.

قرارداد پیش‌فروش نگاتیو^۱: یکی دیگر از نمونه‌های تأمین اعتبار به صورت وام از منابع داخلی صنعت است؛ که بر اساس آن استودیو متعهد می‌شود در زمان پایان یافتن کار تولید فیلم، محصول سینمایی را توزیع و مبلغی از برگشت‌های مالی آینده را به صورت پیش‌پرداخت به تهیه‌کننده اعطا کند.

1. Negative Pick-up deal
3. Completion guarantee

بیمه، تضمین پایان کار

در مورد فیلم‌هایی که بیش از بودجه خود هزینه می‌کنند، نوع دیگری از حمایت مالی در قالب تضمین پایان کار وجود دارد که اساساً نوعی بیمه محسوب می‌شود. سرمایه‌گذاری به شکل بیمه‌ای بر این اساس است که شرکت‌ها فروش فیلم را بیمه می‌کنند؛ و این نوعی از حمایت مالی در قالب تضمین پایان کار محسوب می‌شود. در واقع، طرح‌های تأمین مالی بیمه نوعی ابزار کاهش ریسک برای بانک‌های تأمین‌کننده فیلم‌های سینمایی هستند. بانک‌ها برای ارائه کمک در تولید فیلم‌های برجسته از روش‌های (تکنیک‌های) مالی، پیش‌فروش و Gap جهت دستیابی به نتیجه نهایی بهره می‌برند. بیمه برای محافظت از منافع سرمایه‌گذاران و سازندگان فیلم در برابر خطر از دست دادن شرایط مساعد فروش یا احتمال شکست فیلم در بازار مورد استفاده قرار می‌گیرد. بنابراین، به اصطلاح، طرح‌های حمایت‌شده از بیمه به گونه‌ای نشان‌دهنده تکامل مستمر تأمین مالی وام‌دهنده برای ساخت فیلم‌های تولیدشده است. زیرساخت‌های مناسب این روش نیز در ایران وجود ندارند؛ در صورتی که این روش به دلیل ارائه نوعی تضمین پایان کار می‌تواند سرمایه‌گذاران دولتی یا غیردولتی و حتی خارجی را به عرصه ساخت و تولید فیلم‌های سینمایی وارد کند.

در حالی‌بود، این تضمین اعتبار فقط از طریق دولت صورت نمی‌گیرد، بلکه توسط کمپانی‌های معتبر و مؤسسات مالی خصوصی که قادر به انجام دادن چنین تضمین‌هایی جهت بازپرداخت به‌موقع وام هستند نیز انجام می‌پذیرد. همین‌طور، این کمپانی‌ها برای تصمیم‌گیری درباره همکاری در پروژه‌های تولید فیلم نیاز به بررسی‌هایی دارند؛ از جمله اینکه خروجی اثر از چه سطح کیفیتی برخوردار است، میزان جذابیت فیلم‌نامه به چه اندازه‌ای است و گروه تولید و تهیه فیلم، دارای چه سوابق و موفقیت‌های حرفه‌ای هستند. بر این اساس، حجم و میزان بودجه برآورد می‌شود و مورد بررسی قرار می‌گیرد. حتی گاهی وجود هنرپیشگان ستاره می‌تواند یکی از آیتم‌های مورد پذیرش جهت اعطای وام باشد؛ چراکه برخی هنرپیشگان خود تضمین‌کننده حضور مخاطبان زیادی در زمان اکران و پخش اثر هستند.

بورس کردن فیلم

در روش‌های تأمین مالی غیرقرضی، افزون بر بیمه و مشارکت در توزیع که هر کدام نیاز به مطالعه و ایجاد زیرساخت‌های قانونی و اجرایی مربوط به خود دارد، ابزار مهم دیگری با عنوان بورس کردن ارزش مالی فیلم به صورت اوراق در بازار سهام مطرح شد که از طریق آن فیلم به صورت سهام در بازار به فروش می‌رسد. زیرساخت‌های مناسب این روش نیز در ایران وجود ندارد و نمی‌توان با تخمین میزان فروش فیلم و تبدیل آن به اوراق در بازار سهام فیلم را پیش فروش و از این طریق بخشی از هزینه تولید فیلم را تأمین کرد. روش بورس کردن فیلم در بازار سهام روش بسیار مناسب و کاربردی جهت تأمین منابع موردنیاز تولید فیلم سینمایی است.

جذب سرمایه‌گذاران داخلی و خارجی جهت مشارکت در تولید و توزیع محصولات سینمایی

استفاده از ابزارهای مشارکت در تولید یا توزیع فیلم‌های سینمایی توسط استودیوها و شرکت‌های داخلی یا خارجی خود مبحث مهمی است که باید به تفصیل در پژوهشی مستقل به آن پرداخته شود. کمپانی‌های بزرگ هالیوود در مرحله پیش تولید فیلم سینمایی، افزون بر فیلم‌نامه و گروه تولید و جذب سرمایه‌گذاران برای تأمین هزینه‌های مراحل مختلف تولید فیلم، زمان اکران آن را مشخص می‌کنند، پروژه تبلیغاتی آن را کلید می‌زنند و جهت اکران فیلم در جهان روزشمار دارند. در صورتی که در ایران، این اتفاق حتی در مورد فیلم‌های فاخر و پرهزینه هم دیده نشده است.

همچنین یکی دیگر از دلایل نپذیرفتن ریسک سرمایه‌گذاری از سوی حامیان مالی و شکست فیلم در مرحله تولید یا توزیع، وجود فیلم‌های خارجی با کیفیت بالا از لحاظ ساختار محتوایی و بصری، فیلم‌نامه‌هایی با محتوای بدیع و نو و همچنین استفاده از تجهیزات مطابق با تکنولوژی سینمایی پیشرفته روز نسبت به فیلم‌های ایرانی است؛ که در نتیجه سینمای ایران در عرصه بین‌المللی آن‌طور که باید مورد توجه سرمایه‌گذاران خارجی

قرار نمی‌گیرد. حامی مالی (اسپانسر) یا سرمایه‌گذار و حتی تهیه‌کننده خارجی زمانی در تأمین هزینه‌های تولید یا توزیع آثار سینمایی به صورت کامل یا مشارکتی وارد می‌شود که از کیفیت نهایی اثر و فروش مناسب فیلم در زمان اکران و بازگشت سرمایه خود به صورت مطلوب اطمینان حاصل کند؛ و این امکان‌پذیر نیست مگر از طریق نزدیک کردن تمام مراحل و اجزای تشکیل دهنده یک فیلم سینمایی به استانداردهای جهانی، حضور ریزنان و کارگزاران فرهنگی در عرصه سینما برای معرفی هنرمندان توانمند ایران در عرصه فیلم‌سازی به جهان و همچنین معرفی قابلیت‌های روزافزون سینمای ایران در بازار جهانی.

به این ترتیب، در مورد استفاده از ابزارهای سرمایه‌گذاری خارجی، در ابتدا باید به حل مسئله کسب بازار مناسب به صورت فرا مرزی و بین‌المللی پرداخته شود و سینمای ایران بتواند به ارائه فیلم‌هایی بامحتوا و دارای ساختار جذاب در سطح بین‌الملل بپردازد. همان‌گونه که در بخش‌های قبل آورده شد، برخی سرمایه‌گذاری‌های صورت گرفته از طرف کشورهای خارجی روی فیلم‌های ایرانی، نه تنها جذابیت‌ها و پتانسیل‌های جوان موجود در سینمای ایران را به نمایش نگذاشته، بلکه همواره برخی از این تولیدات سینمایی به شناخت مخاطب نسبت به فرهنگ و هنر و تمدن ایران نیز صدمه وارد کرده است. باید توجه داشت که حضور فیلم‌های قوی و بدیع، سرمایه‌گذاران غیرایرانی را جهت سرمایه‌گذاری به سمت فیلم‌های ایرانی می‌کشاند و الزامی نیست برای دیده شدن اثر سینمایی بر طبق خواسته‌های برخی از حامیان مالی خارجی، چهره مخدوشی از ایران در فیلم‌ها به نمایش گذاشته شود. همچنین شرکت دادن آثار خوب سینمایی ایران در جشنواره‌های بین‌المللی، خود از عوامل مؤثر در کسب اطمینان سرمایه‌گذاران خارجی جهت سرمایه‌گذاری در فیلم‌ها و تولیدات سینمایی ایرانی می‌تواند باشد.

باید توجه داشت که ورود سرمایه‌گذار خارجی به عرصه فیلم‌سازی ایران، باعث فروش فیلم در سایر کشورهای دنیا می‌شود؛ چراکه سرمایه‌گذار خارجی

ریسک سرمایه‌گذاری روی هر پروژه‌ای را نمی‌پذیرد و باید از ویژگی‌های منحصر به فرد گروه تولید کاملاً اطمینان پیدا کند و برنامه‌ریزی‌های لازم جهت تولید و توزیع فیلم از ابتدای کار در نظر گرفته شده باشد. افزون بر آن، برای جذب سرمایه‌های بنگاه‌های خارجی در تولید فیلم‌های سینمایی ایران و داشتن بسته پیشنهادی قوی از جمله فیلم‌نامه جذاب، گروه تولید حرفه‌ای و نیز حضور کارگردان، تهیه‌کننده یا بازیگر مشهور و... به مشاوره با متخصصان در این زمینه نیاز است؛ زیرا جذب سرمایه از طریق حامیان مالی (اسپانسرهای خارجی و دریافت مبالغی از سوی سرمایه‌گذاران و حامیان خارجی به صورت هدیه یا مشارکت در تولید، به دلیل درخواست زیاد از سوی سازندگان فیلم از اقصی نقاط دنیا، نیازمند بازاریابی و رایزنی‌های قوی و تخصصی است؛ که این تنها از طریق کارگزاران حرفه‌ای یا مشاوران متخصص در این زمینه امکان‌پذیر می‌شود. در نتیجه، ایجاد ارتباط و همکاری با متخصصان سینمایی کشورهای خارجی، خود راهی جهت شناساندن هرچه بیشتر توانایی‌های سینماگران ایرانی به سرمایه‌گذاران خارجی و در نتیجه متقاعد ساختن آن‌ها به همکاری در زمینه تولید یا توزیع فیلم‌های ایرانی است.

فهرست منابع

باستانی فر، ایمان و رئیسی دهکردی، شهرام و واعظ برزانی، محمد (۱۳۹۲) تحلیل اثرات انتشار صکوک (استصناع دانش بنیان) جهت کاهش اثرات اقتصادی تحریم‌های بین‌المللی، مجموعه مقالات ششمین کنفرانس توسعه نظام تأمین مالی در ایران.

سروش، ابوذر (۱۳۸۷) اوراق مشارکت رهنی ابزاری نوین در تامین مالی بانک‌ها، فصلنامه علمی پژوهشی اقتصاد اسلامی، سال هشتم، شماره ۲۹ لشگری، محمد و بهزاد ارجمندی، مریم (۱۳۹۱) بررسی روش‌های تأمین مالی در سیستم اسلامی با تأکید بر صکوک، فصلنامه اقتصاد و بانکداری اسلامی، سال اول، شماره اول.

هاشمی، سید محسن (۱۳۸۹) بررسی تطبیقی نظام مدیریت سینمای ایران و فرانسه. روزنامه شرق، ۱۳۸۹/۴/۲۲.

هانتینگتون، ساموئل (۱۳۷۸) برخورد تمدن‌ها و بازسازی نظم جهانی، مترجم: محمدعلی حمیدرفیعی، تهران: دفتر پژوهش‌های فرهنگی.

تأثیرگذاری کیک استارتر بر اقتصاد. روزنامه دنیای اقتصاد، ۱۳۹۵/۵/۱۲. در:

بخش - بازار - دیجیتال - 19/1062484 - تأثیرگذاری - کیک - استارتر - بر - اقتصاد / <https://donya-e-eqtasad.com>

Colombo, M. G., Franzoni, C., & Rossi-Lamastra, C. (2015). **Internal social capital and the attraction of early contributions in crowdfunding.** *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(1), 75-100.

Hofmann, K. H. (2013). **Co-financing Hollywood film productions with outside investors: An economic analysis of principal agent relationships in the U.S.** motion picture industry. In A. Picot, R.Reichwald, E. Springer Gabler 2012.