

مدیریت تئاتر:

روش‌های راهبری برای قرن بیست و یکم

چگونه از گروه به کمپانی تبدیل شویم

نویسنده: آنتونی تانین

مترجم: حسین هادی

سرشناسه	: راین، آنتونی، ۱۹۶۶-م.
عنوان و نام پدیدآور	: Rhine, Anthony, 1966-
مشخصات نشر	: مدیریت تئاتر: روش‌های راهبری برای قرن بیست و یکم نویسنده آنتونی راین؛ مترجم حسین ملکی. تهران، انتشارات نمایش، ۱۳۹۸.
مشخصات ظاهری	: ۲۵۶ ص.؛ ۱۴/۵×۲۱ س.م.
فروست	: انتشارات نمایش؛ ۵۳۸.
شابک	: 978-622-666662-6
وضعیت فهرست‌نویسی	: فیبا
یادداشت	: عنوان اصلی: Theatre Management Arts Leadership for the 21st Century, 2018.
موضوع	: نمایش — مدیریت
موضوع	: Theater management
موضوع	: نمایش — بازاریابی
موضوع	: Theater -- Marketin
موضوع	: نمایش — امور مالی
موضوع	: Theater -- Finance
شناسه افزوده	: ملکی حسین، ۱۳۷۰ - مترجم
رده‌بندی کنگره	: PN ۲۰۰۰
رده‌بندی دیوینی	: ۷۹۲/۰۰۰
شماره کتابشناسی ملی	: ۶۰۰۰۰۰۰۰



انتشارات نمایش (۵۳۸)

مدیریت تئاتر: روش‌های راهبری برای قرن بیست و یکم

نویسنده: آنتونی راین

مترجم: حسین ملکی

ناشر: انتشارات نمایش

صفحه‌آرا: شپما تجلی

ویراستار: شیرین رضاییان

طراح جلد: بهرام شادانفر

تیراژ: ۱۰۰۰

نوبت چاپ: اول ۱۳۹۸

چاپ و صحافی: مجتمع چاپ سازمان فرهنگی سیامتی کوثر

قیمت: ۴۰۰۰۰ تومان

شابک: ۹۷۸-۶۲۲-۶۶۶۶۶-۶

فهرست

درباره نویسنده ۲۱

مقدمه مترجم ۲۲

مقدمه ۲۵

فصل اول: مدیریت تئاتر چیست؟ ۳۱

اهداف فصل ۳۱

گزیده‌ای از تاریخ مدیریت تئاتر ۳۲

پرسش‌هایی برای پرورش در بحث کلاسی ۳۴

مدیریت کسب‌وکار در مقابل مدیریت تئاتر ۳۵

مدیریت تئاتر: هنر یا تجارت ۳۸

پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی ۳۹

تئاتر امروز ۴۰

تئاتر به‌عنوان سرگرمی ۴۰

تئاتر به‌عنوان فعالیت اجتماعی ۴۲

تئاتر به‌عنوان کسب‌وکار ۴۲

مدیریت چیست ۴۳

وظایف مدیریتی ۴۴

برنامه‌ریزی ۴۴

سازماندهی ۴۶

راهبری ۴۷

کنترل ۴۸

پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی ۴۹

نقش‌ها و مهارت‌های مدیران ۵۰

مهارت‌های انسانی ۵۰

۵۱.....	مهارت‌های فنی
۵۱.....	مهارت‌های ادراکی
۵۲.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۵۲.....	مدیران ستادی، صفی و وظیفه‌ای
۵۲.....	مدیریت ستادی (کارکنان)
۵۳.....	مدیریت، صفی
۵۳.....	مدیران، حیفه‌ای
۵۴.....	محد کاری
۵۷.....	بازاریابی مدیریت
۵۹.....	یادداشت‌ها

۶۱.....	فصل دوم: چهارچوب استراتژیک تئاتر
۶۱.....	اهداف فصل
۶۲.....	چهارچوب چیست؟
۶۳.....	طرح تجاری (طرح کسب و کار)
۶۵.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۶۷.....	بیانیه مأموریت
۶۷.....	کارکرد بیانیه مأموریت
۶۸.....	چگونه بیانیه خود را آماده کنید
۶۹.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۷۰.....	مأموریت‌ها و ملاحظات مالی
۷۰.....	مأموریت‌هایی که پول از دست می‌دهند
۷۱.....	بیانیه چشم‌انداز
۷۳.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۷۴.....	ارزش‌ها
۷۵.....	چگونه ارزش‌های تجاری و غیرتجاری با یکدیگر تفاوت دارند
۷۶.....	طرح استراتژیک
۷۷.....	طرح‌های استراتژیک به چه کاری می‌آیند؟
۷۸.....	تدوین طرح استراتژیک

فرآیند	۷۹
مفاد	۸۱
چه کسانی به طرح استراتژیک احتیاج دارند؟	۸۳
یادداشتی پیرامون اهمیت استراتژی	۸۳
یادداشت‌ها	۸۵

فصل سوم: امروزه مدیریت تاثیر	۸۷
اهداف فصل	۸۷
امروزه مدیریت تاثیر	۸۸
مدیر در برابر	۸۹
خلاقیت	۸۹
کارآفرینی	۹۰
چشم‌انداز	۹۰
آنالیز SWOT	۹۱
انتخاب فصل	۹۳
پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی	۹۵
درآمد در اختیار	۹۶
پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی	۹۸
تغییرات در بهره‌وری	۹۸
تغییرات نسلی	۹۹
پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی	۱۰۱
تغییر در یک جامعه الکترونیک	۱۰۲
رشد و انطباق	۱۰۴
برنامه‌ریزی جانشینی	۱۰۶
یادداشت‌ها	۱۰۸

فصل چهارم: محیط‌های کسب‌وکار	۱۰۹
اهداف فصل	۱۰۹
محیط‌های کسب‌وکار	۱۱۰

۱۱۰.....	انواع ساختارهای کسب و کار
۱۱۳.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۱۴.....	ساختارهای قانونی برای تئاتر
۱۱۴.....	تجمع نهادها برای تئاتر تجاری
۱۱۵.....	اهداف تئاترهای غیرانتفاعی
۱۱۶.....	تئاترهای غیرانتفاعی و اینکه آن‌ها چگونه فعالیت می‌کنند
۱۱۷.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۱۷.....	دستمزدها، هزینه‌ها و ماکز توجه
۱۱۹.....	تعهدات قانونی در تشکیل و اداره یک تئاتر غیرتجاری
۱۲۰.....	مقررات آیین‌نامه و آنچه باعث می‌شود آیین‌نامه موجه شود
۱۲۱.....	وکلا، حساب‌برسان، بیمه و اعضای هیأت‌مدیره
۱۲۲.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۲۳.....	تصمیم‌ها برای راه‌اندازی یک کمپن
۱۲۳.....	یادداشتی درباره سرمایه شرکت‌های نوپا (استارت آپ‌ها)
۱۲۵.....	یادداشت‌ها

۱۲۷.....	فصل پنجم: سازمان تئاتر
۱۲۷.....	اهداف فصل
۱۲۸.....	طراحی سازمانی
۱۲۸.....	طراحی بنیادین (ارگانیک) سازمانی
۱۲۹.....	ساختارهای سازمانی
۱۲۹.....	بیرون از تئاتر
۱۳۰.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۳۱.....	درون تئاتر
۱۳۵.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۳۶.....	رشد سازمانی
۱۳۷.....	ساختارسازی برای رشد
۱۴۰.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۴۱.....	برنامه‌ریزی برای رشد

۱۴۱.....	ارزیابی و مدیریت تغییر
۱۴۲.....	برآورد ریسک و برنامه‌ریزی
۱۴۵.....	یادداشت‌ها

فصل ششم: مشاغل در تناظر ۱۴۷

۱۴۷.....	اهداف فصل
۱۴۸.....	مشاغل در تناظر
۱۴۸.....	اتحادیه‌ها
۱۵۰.....	پرسش‌های ارزشمندی برای بحث کلاسی
۱۵۱.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۵۱.....	مدیریت هنری
۱۵۴.....	مدیریت کسب و کار
۱۵۵.....	مسائل داخلی
۱۵۶.....	مسائل منابع انسانی
۱۵۶.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۵۷.....	ایمنی و سلامت شغلی
۱۵۷.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۵۸.....	گزارش‌دهی مستمر و نگهداری سوابق
۱۵۸.....	رایانه‌ها، فکس‌ها، تلفن‌ها و تجهیزات اداری دیگر
۱۵۹.....	ارتباطات خارجی
۱۵۹.....	دولت‌ها و اتاق‌های بازرگانی
۱۶۰.....	بازار هدف
۱۶۰.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۶۲.....	یادداشت‌ها

فصل هفتم: مدیریت مالی ۱۶۳

۱۶۳.....	اهداف فصل
۱۶۴.....	ساماندهی و مدیریت مالی
۱۶۵.....	حسابداری نقدی در مقابل تعهدی

۱۶۶	سه صورت حساب مالی
۱۶۶	هر کدام از صورت‌های مالی چه کاری انجام می‌دهند؟
۱۶۸	چگونه صورت‌های مالی را می‌خوانید؟
۱۷۴	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۸۱	اعتبار
۱۸۱	چگونه اعتبار کسب اعتبار
۱۸۲	چگونه برای اجتناب از گرفتن وام
۱۸۳	ارتباط برقرار کردن با حسابداران
۱۸۳	آورده‌های غیرمادی
۱۸۴	حسابرسی مالی و سیستم‌های هیأت‌مدیره
۱۸۴	اجاره یا خرید تماشاخانه
۱۸۵	مزایا و معایب در خرید اجاره تماشاخانه
۱۸۶	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۸۶	کارگزار اجاره تماشاخانه
۱۸۶	تولید در مقابل ارائه
۱۸۷	مسئولیت‌های متفاوت
۱۸۷	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۸۷	امور مالی
۱۸۸	کارگزاران
۱۹۰	یادداشت‌ها

۱۹۱	فصل هشتم: مدیریت و تماشاگران
۱۹۱	اهداف فصل
۱۹۲	مدیریت و تماشاگران
۱۹۲	دفتر فروش بلیت
۱۹۳	سامانه‌های بلیت فروشی
۱۹۵	الزامات حسابداری
۱۹۶	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۱۹۶	محیط آزاد

۱۹۷.....	خدمات مشتری.....
۱۹۸.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی.....
۱۹۸.....	امتیازات انحصاری (ظرفیت‌های جانبی).....
۱۹۹.....	اجاره‌نامه‌های وسایل صحنه و لباس.....
۱۹۹.....	برنامه تبلیغاتی.....
۲۰۰.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی.....
۲۰۰.....	جامع.....
۲۰۰.....	عنوان‌های پیش پرده.....
۲۰۲.....	یادداشت‌ها.....

فصل نهم: بازیابی برای یک تئاتر..... ۲۰۳

۲۰۳.....	اهداف فصل.....
۲۰۴.....	بازاریابی برای یک تئاتر.....
۲۰۴.....	بازاریابی چیست؟ روابط عمومی (PR) چیست؟.....
۲۰۵.....	دنی نیومن و تاریخچه خرید اشتراک.....
۲۰۷.....	طرح بازاریابی.....
۲۰۸.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی.....
۲۰۸.....	تحقیقات.....
۲۱۰.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی.....
۲۱۰.....	مدیریت ادراک‌های مصرف‌کننده.....
۲۱۲.....	چهار P.....
۲۱۲.....	محصول.....
۲۱۳.....	مجموعه ویژگی‌ها.....
۲۱۳.....	انتخاب فصل، بخش دوم.....
۲۱۴.....	قیمت گذاری - چگونه یک فصل قیمت گذاری می‌شود؟.....
۲۱۵.....	روش قیمت گذاری.....
۲۱۶.....	تجزیه و تحلیل بازار.....
۲۱۷.....	آنالیز Conjoint و MaxDiff.....
۲۱۸.....	مکان.....

۲۱۹.....	ترویج
۲۲۱.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۲۲۱.....	ایجاد ارزش
۲۲۳.....	برندسازی و ارزش برند
۲۲۴.....	حفظ ارزش و توسعه مخاطبان
۲۲۶.....	یادداشت‌ها
۲۲۷.....	فصل دوم: ایجاد اقلام تبلیغاتی
۲۲۷.....	اهداف عمل
۲۲۸.....	ایجاد اقلام تبلیغاتی
۲۲۹.....	درک بازار
۲۳۰.....	ایجاد یک پیام و برداشت از آن
۲۳۲.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۲۳۲.....	پلتفرم‌های مختلف، کلمات متفاوت
۲۳۳.....	قصه‌گویی
۲۳۵.....	انتقال یک تجربه، نه یک نمایشنامه
۲۳۶.....	رنگ‌ها، شکل نوشتاری حروف، تصاویر
۲۳۶.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۲۳۸.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۲۳۸.....	چگونگی واکنش انسان‌ها
۲۳۹.....	چه کسی به چه چیزی پاسخ می‌دهد؟
۲۴۰.....	بروشور
۲۴۱.....	مضامین فصل‌ها
۲۴۲.....	طراحی وبسایت و شبکه‌های اجتماعی
۲۴۳.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۲۴۳.....	اطلاعیه‌های سنتی مطبوعاتی و تبلیغات رادیویی
۲۴۴.....	بسته مطبوعاتی
۲۴۵.....	عکس‌ها
۲۴۷.....	یادداشت‌ها

۲۴۹.....	فصل یازدهم: جذب سرمایه
۲۴۹.....	اهداف فصل
۲۵۰.....	جذب سرمایه
۲۵۰.....	هیأت‌مدیره و مدیران اجرایی
۲۵۲.....	برنامه جذب سرمایه و انباشت
۲۵۴.....	مباشرت
۲۵۴.....	انواع دریافت سرمایه
۲۵۵.....	سرمایه مالیانه
۲۵۷.....	موقوفات
۲۵۷.....	هدایای برنامه ریزی شده
۲۵۸.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۲۵۸.....	اعطاهای عمده
۲۵۹.....	کمپین‌های سرمایه‌ای
۲۶۰.....	رویدادهای ویژه
۲۶۱.....	نگارش درخواست کمک هزینه
۲۶۳.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۲۶۴.....	انواع اعطاکنندگان حمایت‌های مالی
۲۶۴.....	منابع مالی عمومی
۲۶۴.....	منابع مالی خصوصی
۲۶۶.....	یادداشت‌ها
۲۶۷.....	فصل دوازدهم: راهبری
۲۶۷.....	اهداف فصل
۲۶۸.....	راهبری
۲۶۸.....	تحول‌گرایی در مقابل مبادله‌گرایی
۲۶۹.....	نظریه مک‌گرگور
۲۷۰.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۲۷۰.....	ریسک
۲۷۲.....	شبکه‌های غیررسمی

۲۷۴.....	شیوه‌های کاری
۲۷۴.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۲۷۵.....	راهبری انطباقی
۲۷۷.....	ارتباطات
۲۷۸.....	روابط
۲۷۹.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۲۷۹.....	چهار رکن
۲۸۰.....	حفظ کردن فشار
۲۸۱.....	ترغیب
۲۸۱.....	کنترل تضاد
۲۸۲.....	کاهش استحکامات
۲۸۳.....	رهبری تغییر
۲۸۶.....	ابتکار عمل و نوآوری
۲۸۶.....	سیاست‌ها و فرآیند خلاقانه
۲۸۸.....	یادداشت‌ها

فصل سیزدهم: هیأت‌مدیره، شیوه اداره، کارمندان بخش مدیریتی و افراد

۲۹۱.....	داوطلب
۲۹۱.....	اهداف فصل
۲۹۲.....	هیأت‌مدیره، شیوه اداره، داوطلبان
۲۹۲.....	استخدام و ابقاء هیأت‌مدیره
۲۹۳.....	نحوه یافتن اعضای هیأت‌مدیره
	چگونگی اطمینان یافتن از آنکه اعضای هیأت‌مدیره می‌دانند چه باید انجام دهند
۲۹۵.....	
۲۹۶.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۲۹۷.....	کارمندان اجرایی
۲۹۷.....	نقش‌ها
۲۹۷.....	وظیفه مدیر اجرایی
۲۹۸.....	وظایف هیأت‌مدیره

۳۰۰.....	رهبری هیأت‌مدیره و رهبری شدن
۳۰۲.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۳۰۳.....	جلسات کاری
۳۰۵.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۳۰۶.....	اثر بخشی و رسیدگی به مشکلات
۳۰۷.....	داوطلبان
۳۰۸.....	داوطلبان چه کسانی هستند؟ و از کجا می‌آیند؟
۳۱۰.....	انسان‌های هیأت‌مدیره
۳۱۰.....	کارآموزان
۳۱۱.....	شرح وظایف شغلی
۳۱۲.....	مدیریت مؤثر داوطلبان
۳۱۴.....	یادداشت‌ها

فصل چهاردهم: هواداری از تئاتر و مشارکت اجتماعی ۳۱۵

۳۱۵.....	اهداف فصل
۳۱۶.....	هواداری از تئاتر و مشارکت اجتماعی
۳۱۷.....	هواداری
۳۱۸.....	چرا هواداری اهمیت دارد؟
۳۱۹.....	تعیین آنچه باید گفته شود
۳۲۰.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۳۲۱.....	تعیین چگونگی بیان آنچه باید گفته شود
۳۲۲.....	به چه کسی باید گفت؟
۳۲۳.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۳۲۳.....	دستگاه‌های دولتی
۳۲۴.....	استفاده از رسانه‌ها برای هواداری
۳۲۶.....	شرکای استراتژیک
۳۲۶.....	مشارکت اجتماعی
۳۲۷.....	مشارکت چیست؟
۳۲۷.....	منافع بلند و کوتاه مدت

۳۲۸.....	توسعه طرح‌های مشارکت افراد
۳۲۸.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۳۲۹.....	سرمایه‌گذاری در اجتماع
۳۳۱.....	یادداشت‌ها

۳۳۳.....	فصل پنزدهم: آموزش تئاتر
۳۳۳.....	اهداف فصل
۳۳۴.....	آموزش تئاتر
۳۳۵.....	تاریخچه تئاتر در مدارس
۳۳۵.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۳۳۷.....	تأثیرات بلند مدت در تغییر آموزش تئاتر
۳۳۹.....	توسعه یک طرح عملی
۳۴۱.....	برنامه‌های آموزشی
۳۴۲.....	برنامه‌های آموزشی بزرگسالان
۳۴۲.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۳۴۲.....	نسبت
۳۴۴.....	تأمین مالی
۳۴۴.....	شرکای استراتژیک
۳۴۴.....	پرسش‌های پژوهشی برای بحث کلاسی
۳۴۵.....	تئاتر آموزشی (TIE)
۳۴۶.....	آموزش هنرجو محور
۳۴۸.....	یادداشت‌ها

۳۵۱.....	منابع بیشتر برای مطالعه
----------	-------------------------

مقدمه مترجم

کتاب حاضر ترجمه کتابی با عنوان «مدیریت تئاتر: روش‌های راهبری برای قرن بیست و یکم»^۱ است که در سال ۲۰۱۸ انتشار یافته و یکی از به‌روزترین و جامع‌ترین کتاب‌های آموزشی در حوزه‌ی مدیریت تئاتر به‌شمار می‌آید. کتابی که به انتخاب مترجم، زیر عنوان «چگونه از گروه به کمپانی تبدیل شویم» نیز به آن اضافه شده است، چنانچه اساساً در این کتاب هر جا سخن از تئاتر به میان می‌آید، مقصود یک نهاد حقوقی است که علاوه بر تولید، بر عرضه‌ی مستقیم یا با واسطه‌ی محصول (نمایش)، منطقه با قوانین تجاری حاکم بر هر منطقه نیز توجه دارد. نهادی که می‌تواند یک بنگاه تجاری با غیرانتفاعی، متشکل از سرمایه‌گذاری (پولی یا غیرپولی) یک یا چند نفر باشد و افراد در سود و زیان آن شریک هستند. کتاب حاضر تلاش دارد اصول بنیادین مدیریت در حوزه کسب‌وکار را به مدیریت در عرصه هنر پیوند زند و بیاموزد چگونه می‌توان یک نهاد هنری همچون کمپانی تئاتر را تأسیس نمود و موفق اداره کرد. بر همین اساس این کتاب می‌آموزد چگونه می‌توان یک نهاد حقوقی هنری تأسیس کرد. چگونه می‌توان برای آن نهاد، اهداف، مأموریت، چشم‌انداز و ارزش تعریف کرد. چگونه می‌توان این ساختار سازمانی و اداری بخشید. چگونه می‌توان برای آن جذب سرمایه کرد. چگونه می‌توان در آن دست به تولید محصول زد، برای محصولش بازاریابی کرد، خدمات مربوط به امور مشتریان در کسب‌وکارهای تجاری را برای آن نیز طرح کرد و سهمی از سود این موضوعات، اصول اساسی علم مدیریت را در تمامی ارکان و بخش‌های آن پیاده‌سازی کرد. بنابراین وقتی در کتاب به جای کلمه «نمایش» به‌عنوان اصلی‌ترین تولید کمپانی با کلمه‌ی «محصول» برخورد می‌کنید و یا به جای کلمه «تماشاگر» به‌عنوان خریدار محصول کمپانی با عنوان «مشتری» مواجه می‌شوید نباید

تعجب‌کنید و یا به غلط فرض کنید این کتاب ساحت تئاتر و امر هنری را به یک امر مادی و کالایی تنزل داده‌است.

کتاب حاضر در پانزده فصل تدوین شده است که در هر فصل برای پژوهش بیشتر خوانندگان، پرسش‌هایی پیرامون علم مدیریت و تطبیق آن با مدیریت تئاتر طرح شده است و نیز در پایان هر فصل برای تأسیس یک کمپانی تئاتر تکالیفی به عهده خوانندگان گذاشته شده‌است. این کتاب همچنین با تدارک بخش‌هایی با عنوان «تفکر انتقادی»، تلاش می‌کند با خواندگانش نگاه نقادانه به موضوعات مختلف و دیدگاه‌های گوناگون مدیریتی در حوزه تئاتر را تمرین کند.

کتاب است اصل کتاب در هر فصل شامل بخشی با عنوان «نمونه مطالعاتی» است که عضای کلاس یک فرد مثالی در یک کمپانی مثالی را ردگیری می‌کند؛ با توجه به نام آن در ساختار اداری و اجرایی کمپانی مطرح شده و جایگاه فرد در این کمپانی با غرضی اجرایی و اداری تئاتر ایران، از ترجمه این بخش صرف‌نظر شده‌است.

این کتاب، کمپانی تئاتر را در دو ساحت تجاری و غیرانتفاعی معرفی می‌کند و بیشتر تمرکزش بر کمپانی‌های غیرانتفاعی است. کمپانی‌هایی که اولویت نخست‌شان ارائه خدمات اجتماعی است و کسب سود اولویت بعدی آن‌ها محسوب می‌شود. مطالعه این کتاب علاوه بر آنکه خوانندگان را با باحث مدیریتی در تئاتر آشنا می‌کند، آن‌ها را صاحب دیدگاه‌های مدیریتی می‌کند. تاکتیک‌های مدیریتی برای برون رفت از بحران‌ها و چالش‌های مرسوم را نیز مطرح می‌کند. بنابراین مطالعه این کتاب برای تمامی اقدار فعال در حوزه تئاتر اعم از سیاست‌گذاران و مدیران نهادهای دولتی، کارآفرین‌های هنری نهادهای خصوصی، دانشجویان هنرهای نمایشی و تمام گروه‌هایی که به دنبال ارتقا وضعیت خود و تأسیس یک کمپانی هستند می‌تواند کاربردی و مفید باشد.

بر خود لازم می‌دانم از دکتر مهرداد رایانی‌مخصوص، مدیر محترم انتشارات نمایش که فرصت چاپ این کتاب را فراهم آوردند، مهندس رحمان شمسی و امیررضا دیلمانی که زحمت نمونه‌خوانی متن را به عهده داشتند و همین‌طور جلال تجنگی که با راهنمایی‌های خود مسیر ترجمه‌ی کتاب را هموار نمود تشکر و قدردانی داشته باشم.