

คอนเสิร์ตร็อก ช็อกโกแลต และ Visual Management

กฤชชัย อธรรมณเฑาะ

Lean and Productivity Consultant/Trainer

Kritchai.a@gmail.com

ปี 2020 โลกได้สูญเสีย นักกีตาร์ฮาร์ดร็อกที่มีชื่อเสียงมากในยุคทศวรรษ 80 Eddie Van Halen วงดนตรี Van Halen ของเขามีเพลงติดอันดับ 1 ของ Main Stream Rock นิตยสาร Billboard ถึง 13 เพลง หากเคยเห็นวิธีการเล่นกีตาร์โซโลแบบนิ้วจิ้มสายแทนการดีด นั่นคืออิทธิพลจากนักกีตาร์คนนี้

วง Van Halen มีการจัดการคอนเสิร์ตที่สนุกสนานไร้ใจ **พร้อมกับประเด็นน่าสนใจ** ให้กล่าวถึงกับการเชื่อมโยงแนวคิด Visual Management เพื่อร่วมอาลัยนักกีตาร์ในตำนานผู้จากไปด้วยครับ

ช็อกโกแลต M&M กับ คอนเสิร์ตร็อก

หากเราเป็นผู้จัดงานคอนเสิร์ต และติดต่อกับวง Van Halen ให้มาเล่น หลังจากตกลงยอมรับในค่าตัวนักดนตรีและทีมงานแล้ว ทางวงจะมอบ **คู่มือการเตรียมการ** เพื่อมาให้ปฏิบัติตามเล่มหนึ่ง

คู่มือจะครอบคลุมประเด็นต่างๆ **ที่ต้องดำเนินการทั้งหมด** ตั้งแต่อาคาร โครงสร้างเวที ระบบเสียง แสงประกอบเวที ระบบรักษาความปลอดภัย ไปจนถึงการเตรียมห้องพัก อาหาร เครื่องดื่ม เพื่อบริการทีมงาน และนักดนตรี

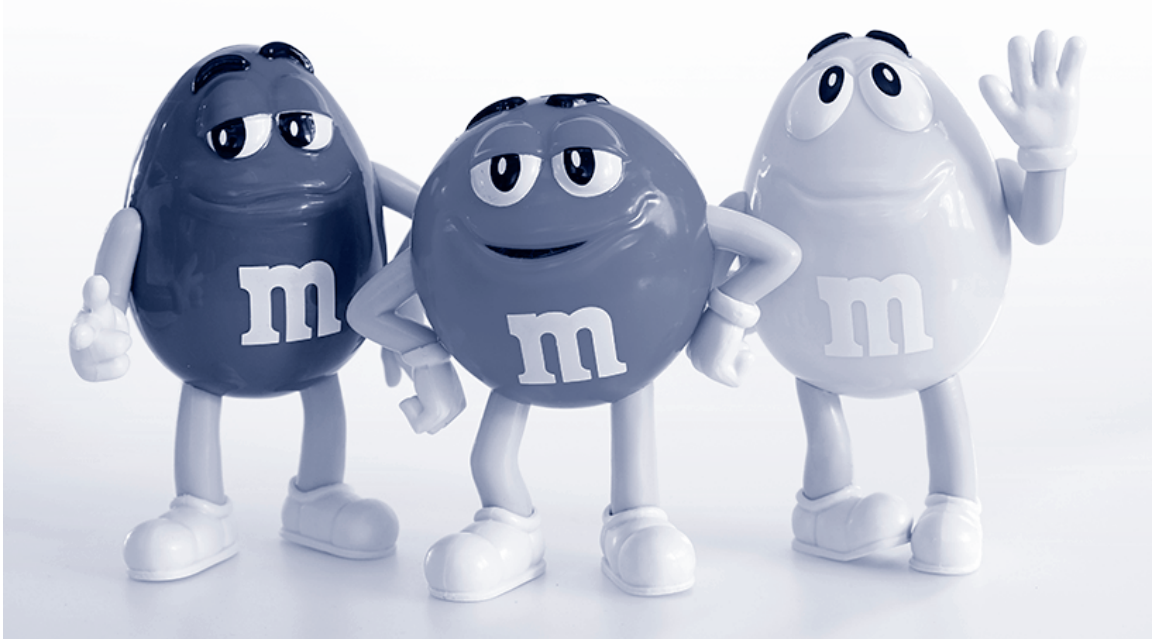
เงื่อนไขต่างๆ ถูกระบุในคู่มือ พร้อมกับสัญญาที่ระบุชัดเจนว่า ถ้าไม่ปฏิบัติตามเกิดข้อผิดพลาดที่ไม่สามารถแก้ไขได้ ทางวงสามารถยกเลิกการจัดงาน โดยผู้จัดจะยังคงต้องรับผิดชอบจ่ายค่าตัวให้กับทางวงเต็มจำนวน

ข้อกำหนดต่างๆ ถูกระบุไว้ **อย่างละเอียดถี่ถ้วน** เช่น น้ำหนักของลำโพงที่ใช้ในงาน หรือแม้กระทั่งยี่ห้อกระดาษชำระที่ต้องมีในห้องน้ำ สัญญาข้อหนึ่งในกลุ่มของขนม/อาหารว่าง คือต้องเตรียมช็อกโกแลต M&M ใส่ไว้ในห้องพักนักดนตรี พร้อมกับในพื้นที่หลังเวทีให้กับทีมงานด้วย

แต่ข้อความเงื่อนไขที่ดูจะเป็นความหยาบคายอย่างไม่มีเหตุผลคือ **ห้ามมิเมิดสีน้ำตาลอยู่ด้วยเด็ดขาด!** M&M's (WARNING: ABSOLUTELY NO BROWN ONES)

นั่นหมายถึงในฐานะผู้จัด เราต้องเพิ่มงานเพื่อจัดการแยกช็อกโกแลตเมิดสีน้ำตาล ออกจากสีอื่นๆ ที่เหลือ และความผิดพลาดเล็กๆ น้อยๆ ที่อาจเกิดขึ้นได้จากช็อกโกแลตเมิดเดียวสามารถส่งผลให้เกิด **ความสูญเสียทางธุรกิจได้อย่างมหาศาล**

ฟังเงื่อนไขประหลาดช็อกโกแลตสีน้ำตาลนี้แล้ว อาจชวนให้คิดว่า **วงดนตรีนี้เพี้ยนสันติ** ทำตัวให้เรื่องมากอย่างไม่มีเหตุผลนะครับ



ตัวชี้วัดความสอดคล้องกับมาตรฐาน

หากเปลี่ยนข้างมาเป็นผู้จัดการวงดนตรี เราย่อมต้องการให้การแสดงคอนเสิร์ต **เกิดขึ้นอย่างสมบูรณ์แบบ** ในทุกรายละเอียดทั้งแสง เสียง การตกแต่งเวที การแสดง การจัดการผู้เข้าชม

อาคาร และเวทีต้องมีความมั่นคงแข็งแรง รองรับน้ำหนักของอุปกรณ์เครื่องมือจำนวนมาก ผู้เกี่ยวข้องทั้งหมดทำงานร่วมกัน พร้อมกับผู้ชมจำนวนมากกระโดดโลดเต้นระหว่างการแสดง โดย**ไม่มีความเสี่ยง** ต่ออุบัติเหตุที่อาจจะเกิดขึ้น

แต่หากถามว่าในทางปฏิบัติแล้ว ทางวงจะรู้ได้อย่างไรว่าผู้จัดคอนเสิร์ตได้ปฏิบัติตามครบถ้วนสมบูรณ์ใส่ใจในรายละเอียดแล้ว ?

นอกจากการตรวจสอบประเมินตามปกติแล้ว อีกวิธีการหนึ่งที่วงใช้คือ การมองเข้าไปในโถงซ็อกโกแลตว่า **มีสีน้ำตาลปะปนอยู่หรือไม่**

มีเหตุการณ์ทัวร์คอนเสิร์ตครั้งหนึ่ง หลังจากการพบแล้ว **จึงมีการตรวจสอบอย่างเข้มข้นในรายละเอียดทุกจุด** พบว่าอาคารสถานที่ไม่ได้ถูกออกแบบมารองรับกับงานแสงเสียงที่ใหญ่โต มีอุปกรณ์ที่ต้องใช้เป็นจำนวนมากเช่นนี้

นอกจากนั้น ความแข็งแรงของเวทีไม่ได้มาตรฐาน อาจเกิดการหลุดตัวหรือเสียหาย **ส่งผลต่อความปลอดภัย** ทั้งนักดนตรี ทีมงาน และผู้ชมได้ การแสดงครั้งนั้นถูกยกเลิกไปในที่สุด

นักร้องนำของวง ได้เปิดเผยวิธีคิดนี้ในภายหลังว่า **เป็นความตั้งใจในการตั้งเงื่อนไข** ที่ดูเป็นความเรื่องมาก เพื่อให้มั่นใจว่าผู้จัดคอนเสิร์ตพิถีพิถัน ใส่ใจอ่านทุกข้อความรายละเอียดที่ต้องเตรียมการ

ข้อความเงื่อนไขเรื่องห้ามมีซ็อกโกแลตสีน้ำตาล กลายเป็น **ตัวชี้วัดถึงความเสี่ยง** ว่าผู้จัดปฏิบัติตามข้อกำหนดต่างๆ ได้อย่างสมบูรณ์หรือไม่ ทำให้มองเห็นปัญหาด้วยวิธีการที่ง่ายขึ้น

เปรียบกับรถยนต์ เมื่อเครื่องยนต์ร้อนเกินมาตรฐานหรือน้ำมันใกล้จะหมด ก็จะมีไฟเตือนให้กับผู้ขับซึ่งรู้ได้ทันที เป็นตัวชี้วัดง่ายๆ แสดงถึง **ความไม่สอดคล้องกับมาตรฐาน** ที่กำหนดไว้

Visual Management

แนวคิดหลักข้อหนึ่งของ Visual Management คือ **การทำปัญหาปรากฏขึ้นมาให้เห็น** ไม่ใช่ซุกไว้ใต้พรม การประยุกต์ใช้คือการสร้างเครื่องมือที่จะทำให้ผู้เกี่ยวข้องเห็นถึงปัญหาได้อย่างง่ายดาย

ด้วยการ “เห็น” ซ็อกโกแลตสีน้ำตาลซึ่งไม่เป็นตามมาตรฐาน **ข้อผิดพลาดหรือปัญหาจุดเล็กๆ กลายเป็นสัญญาณ** ที่บอกให้เห็นถึงปัญหาอื่นๆ หรือปัญหาใหญ่กว่าที่อาจซ่อนอยู่ เพื่อตรวจสอบโดยละเอียดต่อไป

ในชีวิตจริงธุรกิจ **เครื่องมืออื่นๆ** ที่ถูกนำมาใช้ เช่น สีเขียว-เหลือง-แดง แผนภูมิ กราฟ รูปภาพ ไฟแจ้ง สัญญาณเตือน เป็นต้น อย่างไรก็ตามสิ่งที่เป็นรากฐานที่สุดคือ **ทัศนคติหรือวัฒนธรรมองค์กร** ที่ต้องมองเชิงบวกต่อปัญหาว่า คือสิ่งที่ต้องแก้ไขเพื่อรักษามาตรฐาน รวมไปถึงการปรับปรุงพัฒนาให้ดีขึ้น

ผู้บริหารที่ชอบฟังแต่ข่าวดี **ตอบสนองเชิงลบกับปัญหา** เช่น การตำหนิ ลงโทษ จะทำให้ทีมงานไม่ยกกรายงานหรือเปิดเผยปัญหาที่เกิดขึ้น ปัญหาจะถูกปิดบังไว้ไม่ได้รับการแก้ไข

ความน่าฉงนในสัญญาณการเล่นคอนเสิร์ต ได้กลายเป็นกรณีศึกษาหนึ่งของการทำธุรกิจ **ด้วยการทำปัญหาให้เห็น** ได้อย่างง่ายๆ ครับ

