

ทฤษฎีการจัดการองค์กรและการตัดสินใจ

ข้อ 1

Anagement Meaning (ความหมายของการบริหารจัดการ)

1.1.1 ความหมายของการบริหารจัดการ

ธุรกิจหรือองค์กร แสดงให้เห็นจากกลุ่มของบุคคลที่มาร่วมกันทำงานด้วยโครงสร้าง และการประสานงานเป็นหลักการชัดเจนแน่ชัด โดยมีวัตถุประสงค์เพื่อให้บรรลุผลสำเร็จตามที่กำหนดเป้าหมายไว้ (**Ricky W. Griffin, 1999, p.6**) ซึ่งต้องใช้ทรัพยากรจากสภาพแวดล้อมทางธุรกิจ ประกอบด้วย คน (**Man**) เงิน (**Money**) วัตถุดิบ (**Material**) เครื่องจักร (**Machine**) วิธีการ (**Method**) และการบริหาร (**Management**) หรือที่นิยมเรียกกันว่า **6M's**

ความหมายของการบริหารจัดการนั้น สามารถจำกัดออกมาตามความเข้าใจได้ โดยคำว่า **“Management”** อาจแปลว่า การจัดการหรือการบริหารหรือการบริหารจัดการก็ได้ซึ่งในหนังสือองค์การและการจัดการฉบับสมบูรณ์ โดย รศ.ศิริวรรณ เสรีรัตน์และคณะ (**2545, น.18-19**) ได้รวบรวม ความหมายของคำว่า “การบริหารจัดการ” และ “การจัดการ” ได้ดังนี้

1. คำว่า **“การบริหาร” (Administration)** จะใช้ในการบริหารระดับสูง โดยเน้นที่การกำหนดนโยบายที่สำคัญและการกำหนดแผนของผู้บริหารระดับสูง เป็นคำนิยมใช้ในการบริหารรัฐกิจ (**Public Administration**) หรือใช้ในหน่วยงานราชการ และคำว่า **“ผู้บริหาร” (Administrator)** จะหมายถึง ผู้บริหารที่ทำงานอยู่ในองค์กรของรัฐ หรือองค์กรที่ไม่มุ่งหวังกำไร (**Schermerhorn, 1999, p.G-2**)

การบริหาร คือกลุ่มของกิจกรรม ประกอบด้วย การวางแผน (**Planning**) การจัดองค์กร (**Organizing**) การสั่งการ (**Leading/Directing**) หรือการอำนวยการ และการควบคุม (**Controlling**) ซึ่งจะมีความสัมพันธ์โดยตรงกับทรัพยากรขององค์กร (**6 M's**) เพื่อนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์และด้วยจุดมุ่งหมายสำคัญในการบรรลุความสำเร็จตามเป้าหมายขององค์กรอย่างมีประสิทธิภาพ และเกิดประสิทธิผลครบถ้วน

2. คำว่า **“การจัดการ” (Management)** จะเน้นการปฏิบัติการให้เป็นไปตามนโยบาย (แผนที่วางไว้) ซึ่งนิยมใช้ในการจัดการธุรกิจ (**Business management**) ส่วนคำว่า **“ผู้จัดการ” (Manager)** จะหมายถึงบุคคลในองค์กร ซึ่งทำหน้าที่รับผิดชอบต่อกิจกรรมในการบริหารทรัพยากรและกิจการงานอื่นๆ เพื่อให้บรรลุวัตถุประสงค์ที่กำหนดไว้ขององค์กร

การบริหารจัดการ (**Management**) หมายถึงชุดของหน้าที่ต่างๆ (**A set of functions**) ที่กำหนดทิศทางในการใช้ทรัพยากรทั้งหลายอย่างมีประสิทธิภาพและ

ประสิทธิผล เพื่อให้บรรลุถึงเป้าหมายขององค์กร การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (**Efficient**) หมายถึง การใช้ทรัพยากรได้อย่างเฉลียวฉลาดและคุ้มค่า (**Cost-effective**) การใช้ทรัพยากรอย่างมีประสิทธิภาพ (**Effective**) นั้น หมายถึงการตัดสินใจได้อย่างถูกต้อง (**Right decision**) และมีการปฏิบัติการสำเร็จตามแผนที่กำหนดไว้ ดังนั้นผลสำเร็จของการบริหารจัดการจึงจำเป็นต้องมีทั้ง ประสิทธิภาพและประสิทธิผล ควบคู่กัน (**Griffin, 1997, p.4**)

ในอีกแนวหนึ่งอาจกล่าวได้ว่าการบริหารจัดการ หมายถึง กระบวนการของการมุ่งสู่เป้าหมายขององค์กรจากการทำงานร่วมกัน โดยใช้บุคคลและทรัพยากรอื่นๆ (**Certo, 2000, p.555**) หรือเป็นกระบวนการออกแบบและรักษาสภาพแวดล้อมที่บุคคลทำงานร่วมกันในกลุ่มให้บรรลุเป้าหมายที่กำหนดไว้อย่างมีประสิทธิภาพ คำว่า “การบริหาร” (**Administration**) และ “การจัดการ” (**Management**) มีความหมายแตกต่างกันเล็กน้อย โดยการบริหารจะสนใจและสัมพันธ์กับการกำหนดนโยบายไปลงมือปฏิบัติ นักวิชาการบางท่านให้ความเห็นว่าการบริหารใช้ในภาครัฐ ส่วนการจัดการใช้ในภาคเอกชน อย่างไรก็ตาม ในตำราหรือหนังสือส่วนใหญ่ทั้ง 2 คำนี้ มีความหมายไม่แตกต่างกัน สามารถใช้แทนกันได้และเป็นที่ยอมรับโดยทั่วไป (**สุรัสวดี ราชกุลชัย, 2543, น.3**)

จากความหมายต่างๆ ข้างต้น การบริหารจัดการจึงเป็นกระบวนการของกิจกรรมที่ต่อเนื่องและประสานงานกัน ซึ่งผู้บริหารต้องเข้ามาช่วยเพื่อให้บรรลุจุดหมายขององค์กร ประเด็นสำคัญของการบริการจัดการ (**Management**) มีดังนี้

- 1) การบริหารจัดการสามารถประยุกต์ใช้กับองค์กรใดองค์กรหนึ่งได้
- 2) เป้าหมายของผู้บริหารทุกคนคือ การสร้างกำไร
- 3) การบริหารจัดการเกี่ยวข้องกับการเพิ่มผลผลิต (**Productivity**) โดยมุ่งสู่ ประสิทธิภาพ (**Efficiency**) (วิธีการใช้ทรัพยากรโดยประหยัดที่สุด) และ ประสิทธิผล (**Effectiveness**) (บรรลุเป้าหมายคือประโยชน์สูงสุด)
- 4) การบริหารจัดการสามารถนำมาใช้สำหรับผู้บริหารในทุกระดับชั้นขององค์กร

กระบวนการการบริหารจัดการ (**Management Process**) หมายถึง กระบวนการเพื่อให้บรรลุจุดหมายขององค์กร ซึ่งกระบวนการการบริหารจัดการนี้สามารถแสดงให้เห็นถึงความเกี่ยวเนื่องกันได้อย่างมี ปฏิสัมพันธ์สอดคล้องและต่อเนื่องดังแสดงให้ เห็นดังภาพที่ **1.2**

ทั้งนี้หน้าที่ของการบริหารประกอบด้วยกิจกรรมพื้นฐาน 4 ประการหรืออาจแบ่งในลักษณะที่เป็นขั้นตอนดังนี้

1) การวางแผน (Planning) เป็นสิ่งที่องค์กรต้องการเปลี่ยนแปลงในอนาคต การวางแผนเป็นสะพานเชื่อมระหว่างเหตุการณ์ปัจจุบันและอนาคตซึ่งทำได้โดยการให้บรรลุเป้าหมายผลลัพธ์ที่ต้องการ การวางแผนจึงต้องอาศัยการกำหนดกลยุทธ์ที่ประสิทธิภาพ แม้ว่าพื้นฐานของการจัดการโดยทั่วไปเป็นงานของผู้บริหารการวางแผนเป็นสิ่งสำคัญสำหรับการปฏิบัติตามกลยุทธ์ให้ประสบความสำเร็จและการประเมินกลยุทธ์ เพราะว่า การจัดการองค์กร การจูงใจ การจัดบุคคลเข้าทำงาน และกิจกรรมควบคุม ขึ้นกับการวางแผน กระบวนการวางแผนจะต้องประกอบด้วยผู้บริหารและพนักงานภายในองค์กร

การวางแผนจะช่วยให้องค์กรกำหนดข้อดีจากโอกาสภายนอกและทำให้เกิดผลกระทบจากอุปสรรคภายนอกต่ำสุด โดยต้องมองเหตุการณ์ในอดีตและปัจจุบันเพื่อคาดคะเนเหตุการณ์ที่จะเกิดขึ้นในอนาคต การวางแผน ประกอบด้วย การพัฒนาภารกิจ (**Mission**) การคาดคะเนเหตุการณ์ปัจจุบัน เหตุการณ์อนาคต และแนวโน้ม การกำหนดวัตถุประสงค์ และการเลือกกลยุทธ์ที่ใช้

การวางแผนจะช่วยให้ธุรกิจปรับตัวสู่การเปลี่ยนแปลงของตลาดและสามารถกำหนดเป้าหมายได้ การบริหารเชิงกลยุทธ์นั้นต้องการให้องค์กรติดตามในลักษณะเชิงรุก (**Proactive**) มากกว่าที่จะเป็นเชิงรับ (**Reactive**) องค์กรที่ประสบความสำเร็จจะต้องควบคุมอนาคตขององค์กรมากกว่าที่จะรอรับผลจากอิทธิพลสภาพแวดล้อมภายนอกและเหตุการณ์ที่เกิดขึ้น การตัดสินใจ (**Decision Making**) ถือเป็นส่วนหนึ่งของการวางแผน การปรับตัวเป็นสิ่งจำเป็นเพราะว่ามีการเปลี่ยนแปลงของตลาด เศรษฐกิจ และคู่แข่งขึ้นทั่วโลก จุดเริ่มต้นของความสำเร็จที่ดีของธุรกิจคือการวางแผนที่เหมาะสม เห็นผลได้จริง ยืดหยุ่น มีประสิทธิผล และทรงประสิทธิภาพ

2) การจัดการองค์กร (Organizing) จุดมุ่งหมายของการจัดการองค์กรคือ การใช้ความพยายามทุกกรณีโดยการกำหนดงานและความสำคัญของอำนาจหน้าที่ การจัดการองค์กร หมายถึง การพิจารณาถึงสิ่งที่ต้องการทำและผู้ที่จะทำรายงานมีตัวอย่างในประวัติศาสตร์ของธุรกิจที่มีการจัดองค์กรที่ดี สามารถประสบความสำเร็จในการแข่งขันและสามารถเอาชนะคู่แข่งขึ้นได้ ธุรกิจที่มีการจัดองค์กรที่ดีสามารถจูงใจผู้บริหารและพนักงานให้มองเห็นความสำคัญของความสำเร็จขององค์กร การกำหนดลักษณะเฉพาะของงาน (**Work Specialization**) โดยการแบ่งงานประกอบด้วยงานที่กำหนดออกมาเป็นแผนก การจัดแผนก และการมอบอำนาจหน้าที่

(Delegating Authority) การแยกงานออกเป็นงานย่อยตามการพัฒนารายละเอียดของงาน **(Job Description)** และคุณสมบัติของงาน **(Job Specification)** เครื่องมือเหล่านี้มีความชัดเจนสำหรับผู้บริหารและพนักงาน ซึ่งต้องการทราบลักษณะของงาน

การกำหนดแผนกในโครงสร้างขององค์กร **(Organization Structure)** ขนาดของการควบคุม **(Span of Control)** และสายการบังคับบัญชา **(Chain of Command)** การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ต้องการการเปลี่ยนแปลงในโครงสร้าง เพราะตำแหน่งใหม่ๆ ที่สร้างขึ้นหรือลดลงหรือรวมกัน โครงสร้างองค์กรจะต้องระบุถึงวิธีการใช้ทรัพยากรและวิธีการซึ่งวัตถุประสงค์มีการกำหนดขึ้นในธุรกิจ การสนับสนุนทรัพยากรและกำหนดวัตถุประสงค์ตามสภาพทางภูมิศาสตร์จะแตกต่างจากโครงสร้างด้านผลิตภัณฑ์หรือลูกค้า

รูปแบบทั่วไปของการจัดแผนกคือ ตามหน้าที่ **(Functional)** ตามฝ่าย **(Divisional)** ตามหน่วยธุรกิจเชิงกลยุทธ์ **(Strategic business unit)** และด้านแมททริกซ์ **(Matrix)**

3) การนำหรือการสั่งการ (Leading/Directing) เป็นการใช้อิทธิพลเพื่อจูงใจพนักงานให้ปฏิบัติงานและนำไปสู่ความสำเร็จตามเป้าหมายที่ระบุไว้ หรือเป็นกระบวนการจัดการให้สมาชิกในองค์กรทำงานร่วมกันได้ด้วยวิธีการต่างๆ เพราะทรัพยากรมนุษย์เป็นสิ่งที่ซับซ้อนและเข้าใจถ่องแท้ได้ยาก การนำหรือการสั่งการจึงต้องใช้ความสามารถหลายเรื่องควบคู่กันไป อาทิ ภาวะความเป็นผู้นำของผู้บริหาร การจูงใจ การติดต่อสื่อสารในองค์กร และการทำงานเป็นทีม เป็นต้น หน้าที่ในการนำหรือสั่งการนี้ มีความสำคัญไม่น้อยไปกว่าหน้าที่อื่น เพราะผู้บริหารต้องแสดงบทบาทของผู้สั่งการอย่างมีคุณภาพ ถ้าไม่เช่นนั้น แผนงานที่วางไว้ตลอดจนทรัพยากรที่จัดเตรียมไว้อาจไม่เกิดประสิทธิผล ถ้าผู้บริหารดำเนินกิจกรรมด้านการสั่งการไม่ดีพอ ดังนั้น การสั่งการจึงเป็นเรื่องของความรู้ความชำนาญ ประสบการณ์ และความสามารถที่จะชักจูงให้พนักงานร่วมกันปฏิบัติงานไปตามเป้าหมายที่กำหนดไว้ให้องค์กรประสบความสำเร็จตามต้องการ

4) การควบคุม (Controlling) การใช้ทรัพยากรต่างๆ ขององค์กร ถือว่าเป็นกระบวนการตรวจสอบ หรือติดตามผลและประเมินการปฏิบัติงานในกิจกรรมต่างๆ ของพนักงาน เพื่อรักษาให้องค์กรดำเนินไปในทิศทางสู่เป้าหมายอย่างถูกต้องตามวัตถุประสงค์หลักขององค์กร ในเวลาที่กำหนดไว้ องค์กรหรือธุรกิจที่ประสบความสำเร็จล้มเหลวอาจเกิดจากการขาดการควบคุม หรือมีการควบคุมที่ไร้ประสิทธิภาพ และหลายแห่งเกิดจากความไม่ใส่ใจในเรื่องของการควบคุม ละเลยเพิกเฉย หรือในทางกลับกัน คือมีการควบคุมมากจนเกิดความผิดพลาดขององค์กรเอง การควบคุมจึงเป็นหน้าที่

หลักทางการบริหารที่มีความสำคัญ ตั้งแต่เริ่มต้นจนจบกระบวนการทางการบริหาร การควบคุมเป็นการตรวจตราและตรวจสอบผลการปฏิบัติงานโดยเปรียบเทียบกับ เป้าหมายและดำเนินการปฏิบัติเพื่อให้มั่นใจว่า จะบรรลุผลลัพธ์ตามต้องการ นอกจากนี้ การควบคุมยังเป็นกระบวนการรวบรวมและแสดงถึงข้อมูลย้อนกลับเรื่องของผลการดำเนินงานในฐานะที่เป็นพื้นฐานสำหรับการปฏิบัติและการเปลี่ยนแปลงในอนาคตอีกด้วย (**John R. Schermerhorn, op. cit. p.327**) อาจกล่าวถึงบทบาท สำคัญของการควบคุมได้ว่า อยู่ที่คำ 4 คำ ได้แก่ มาตรฐาน (**Standard**) การ วัดผล (**Measurement**) การเปรียบเทียบ (**Comparison**) และการปฏิบัติ (**Take Action**) โดยการควบคุมจะครอบคลุมดูแลพื้นที่ 4 พื้นที่ใหญ่ๆ ของการ บริหาร (**Stephen P. Robbins, Managing Today, 1997, p.391**) กล่าว คือ พฤติกรรมบุคคลในองค์กร การเงิน การปฏิบัติการ และ ข้อมูลข่าวสาร ทรัพยากรประกอบด้วย มนุษย์ สภาพแวดล้อมทางกายภาพ การเงิน ตลอดจน ทรัพยากรข้อมูลขององค์กร ดังแสดงในภาพที่ 1.3 ซึ่งผู้บริหารจะเป็นบุคคลที่ทำ หน้าที่ในกระบวนการบริหารจัดการทรัพยากรขององค์กรโดยอาศัยหน้าที่ทั้ง 4 ประการนี้

2.การวิเคราะห์ โดยใช้ McKinsey's 7S

1. Strategy

เนื่องจากไลฟ์สไตล์ของผู้บริโภคที่เปลี่ยนแปลง และจากข้อมูลผล การวิจัยถึงพฤติกรรม

ผู้บริโภค พบว่าผู้บริโภคมีความต้องการหลากหลายมากยิ่งขึ้น มีความเป็น ตัวของตัวเองสูง ปัจจัยดังกล่าวส่งผลให้แกรมมีต้องกลับมาทบทวน จนได้ ข้อสรุปในการปรับโครงสร้างธุรกิจเพลง ที่เป็นรายได้หลักของบริษัทฯ ครั้ง ใหญ่ บริษัทจึงนำแนวคิดการวางกลยุทธ์ Customer Centric เข้ามาปรับ ใช้ ที่ได้ยึดเอาผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง โดยมุ่งการจัดทัพในการเจาะกลุ่ม ตลาดเพลงด้วยการแยกย่อยเซ็กเมนต์อย่างชัดเจน เซ็กเมนต์กลุ่มเพลงที่ บริษัทแกรมมี ได้ทำการแบ่งออกมานั้นมีด้วยกัน 6 ประเภท ได้แก่ ทีน ไรดอล (Teen Idol), ป๊อป ไรดอล (Pop Idol), ร็อก(Rock), เรโทร และวิน เทจ(Retro & Vintage), นิช (Niche)และลูกทุ่ง(Country) โดยในแต่ละ

กลุ่มที่ถูกแยกออกมานั้นจะมีความแตกต่าง เจาะเข้าหากลุ่มเป้าหมายที่มีความหลากหลายทั้งช่วงอายุ และไลฟ์สไตล์ ที่ชัดเจน นอกจากนี้ยังมีการใช้กลยุทธ์การสร้างแบรนด์ให้แข็งแกร่ง เพื่อสร้าง Royalty Brand เช่น แรนด์บริษัทคือ แกรมมีโกลด์ แรนด์ครูเพลง และแรนด์นักร้อง

2. Structure

ลักษณะของโครงสร้างองค์กรมีประโยชน์ต่อการจัดทำกลยุทธ์ขององค์กร เป็น

อย่างมาก เนื่องจากโครงสร้างขององค์กรจะเป็นตัวรองรับแผนกลยุทธ์ขององค์กร ซึ่งจะต้องมีความเหมาะสมและสอดคล้องกันด้วย ถ้าโครงสร้างขององค์กรมีความเหมาะสมและสอดคล้องกับแผนกลยุทธ์แล้ว ก็จะเป็นจุดแข็งขององค์กร แต่ถ้าโครงสร้างขององค์กรไม่เหมาะสมสอดคล้องกับกลยุทธ์ขององค์กร ก็จะทำให้เกิดเป็นจุดอ่อนขององค์กร

สำหรับโครงสร้างองค์กรของบริษัทแกรมนั้น จะเป็นในรูปแบบ Strategic

Bussiness Unit (SBU) Structure คือเป็นกลุ่มของหน่วยธุรกิจที่เป็นอิสระอยู่ภายใต้อำนาจหน้าที่และความรับผิดชอบของผู้บริหารระดับสูง การจัดในรูปแบบนี้ทำให้มีตลาดเป้าหมายที่ชัดเจน มีคู่แข่งที่สามารถระบุได้ โดยบริษัทแบ่งโครงสร้างการดำเนินธุรกิจ ออกเป็น 7 กลุ่ม ดังนี้

1. ธุรกิจเพลง
2. ธุรกิจสร้างสรรค์และรับจัดกิจกรรมและคอนเสิร์ต
3. ธุรกิจบริหารศิลปิน
4. ธุรกิจภาพยนตร์
5. ธุรกิจดิจิทัล
6. ธุรกิจสื่อ
7. ธุรกิจอื่น ๆ

- บจก. จีเอ็มเอ็ม ดิจิตอล โดเมน
- บจก. ดิจิตอลอาร์มส์

--

- บมจ. จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ - บจก. จีเอ็มเอ็ม ไท หับ - บจก. อัพเพอร์ คัท - บจก. ทีฟ้า

--

--

--

--

--

--

- บมจ. จีเอ็มเอ็ม มีเดีย - บจก. เรดิโอ คอนเซ็ป - บจก. เอ-ไทม์ มีเดีย - บจก. โอเพ่น เรดิโอ

- บจก. เอ็กแซ็กท์ - บจก. จีเอ็มเอ็มทีวี1 - บจก. ทิน ทอล์ก - บจก. แมส มอนิเตอร์ - บจก. ดีทอล์ค - บจก. ซีเนริโอ - บจก. แชนแนล (วี) มิวสิค (ประเทศไทย) จำกัด

- บจก. อิมเมจ พับลิชชิ่ง
- บจก. จีเอ็มเอ็ม อินเตอร์ พับลิชชิ่ง
 - บจก. จีเอ็มเอ็ม ไทโอส
- บจก. บลิส พับลิชชิ่ง
- บจก. อิน พับลิชชิ่ง

- บมจ. อินเด็กซ์ อีเว้นท์ เอเจนซี
 - บจก.อีเว้นท์ โซลูชั่นส์
- บจก.แอสเพน อินเด็กซ์ อีเว้นท์
 - บจก.เทรเบียง
- บจก.มีเดีย รัชัน (1994)
- บจก.จี คอมมิวนิเคชั่นส์
 - บจก. อินสปาย อิมเมจ
- บจก. ไอธิง แอ็ด

- บจก. จีเอ็มเอ็ม สตูดิโอ
- บจก. มีฟ้า
- บจก. จีเอ็มเอ็ม ฟิตเนสคลับ
- บจก. ทรี-อาร์ดี

- บมจ. จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่
- บจก. ลักซ์ มิวสิค 999
- บจก. โกลบอล มิวสิค แอนด์ มีเดีย (ประเทศไทย)
- บจก. โกลบอล มิวสิค แอนด์ มีเดีย (ประเทศจีน)
- บจก. เอ็มจีเอ
- บจก. จีเอ็มเอ็ม มิวสิค พับลิชชิ่ง อินเตอร์เนชั่นแนล
- บจก. จี ไอ พี เมเนจเม้นท์
- บจก. คลีน คาราโอเกะ

--

- | |
|--|
| <ul style="list-style-type: none">- นมจ. จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่- นมจ. จีเอ็มเอ็ม มีเดีย |
|--|

--

- | |
|---|
| <ul style="list-style-type: none">- นมจ. จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ |
|---|

--

3. System

ระบบการบริหารจัดการภายในองค์กรจัดเป็นสิ่งที่มีความสำคัญอย่างยิ่ง ในการที่

จะบริหารจัดการองค์กรให้มีประสิทธิภาพ สำหรับระบบที่บริษัทแกรมมีใช้นั้นจะเป็นรูปแบบ Integration โดยการบริหารจัดการนั้นมีการเชื่อมโยงข้อมูลกันในแต่ละฝ่าย เพื่อให้งานออกมาอย่างมีคุณภาพ โดยเริ่มจากระบบในการสรรหาและคัดเลือกพนักงานที่มีคุณสมบัติเหมาะสม เพื่อช่วยในการบริหารดำเนินงานขององค์กรให้มีประสิทธิภาพ เพื่อกระบวนการผลิตและสร้างสรรค์งานเพลงจากค่ายเพลงต่างๆ ของบริษัทจะได้มีคุณภาพ มีระบบในการวางแผนการจัดจำหน่ายทั้งการค้ำส่ง และค้าปลีกที่ได้ข้อมูลจำนวนยอดสินค้ามาจากฝ่ายผลิต ตลอดจนมีการนำข้อมูลจากผู้บริหารมาวางระบบการทำกิจกรรมทางการตลาดเพื่อส่งเสริมการขาย และระบบการศึกษาและวิจัยเพื่อพัฒนาผลงานของกลุ่มบริษัทอยู่ตลอดเวลา อีกทั้งยังมีการสำรวจและประเมินผลการตอบรับเกี่ยวกับผลงานที่ได้ออกสู่สาธารณะชนไปแล้วว่ามีผลการตอบรับเป็นอย่างไร ซึ่งจะทำให้กลุ่มบริษัทได้รับทราบถึงผลสะท้อนกลับของผู้บริโภคเพื่อใช้ในการพัฒนาและผลิตผลงานที่มีคุณภาพตรงกับความต้องการของผู้บริโภคต่อไป

4. Style

รูปแบบการทำงานของผู้บริหารนั้น มีความสำคัญเป็นอย่างยิ่ง โดยเฉพาะผู้บริหาร

ระดับสูง จะมีอิทธิพลต่อความรู้สึกนึกคิดของพนักงานภายในองค์กร มากกว่าคำพูดของผู้บริหาร ซึ่งถ้าหากผู้บริหารมีความมุ่งมั่นในการทำงาน มีความสามารถในการจูงใจ เป็นแบบอย่างในการทำงานที่ดีก็จะเป็นผลในการสร้างขวัญและกำลังใจในการทำงาน ของพนักงานเป็นอย่างยิ่ง

ในส่วนรูปแบบการทำงานของผู้บริหารบริษัทแกรม

มี นั่นจะเป็นลักษณะที่กล้าคิด กล้าตัดสินใจ เป็นคนที่มองการณ์ไกล กล้าปรับเปลี่ยนในสิ่งใหม่ ๆ เพื่อให้เกิดผลที่ดีต่อองค์กรดังจะเห็นได้จากการปรับโครงสร้างการดำเนิน ธุรกิจเพลงอย่างต่อเนื่องตลอดระยะเวลา 3 ปีที่ผ่านมาเพื่อให้สอดคล้อง และเท่าทันกับกระแสการเปลี่ยนแปลงใน ธุรกิจเพลงที่เกิดขึ้นทั่วโลก และมีการตั้งเป้าหมายที่ชัดเจนให้กับพนักงาน เพื่อพนักงานจะได้มีแนวทางในการปฏิบัติงานและสามารถปฏิบัติงานนั้นจนบรรลุเป้าหมายที่ตั้งไว้

5. Staff

กลุ่มบริษัทแกรมมี่มีพนักงานประมาณ 3,280 คน และให้ความสำคัญกับทรัพยากร

บุคคลขององค์กร เนื่องจากเป็นปัจจัยสำคัญที่จะทำให้การดำเนินธุรกิจของบริษัทเป็นไปอย่างมีประสิทธิภาพและประสิทธิผลสูงสุด รวมทั้งบรรลุตามเป้าหมายและนำไปสู่ความสำเร็จร่วมกันตามวิสัยทัศน์ (Vision) ของบริษัท ดังนั้นบริษัทจึงพยายามผลักดันและกระตุ้นให้บุคลากรมีความตื่นตัวอยู่ตลอดเวลาในการปฏิบัติงาน เพื่อจะได้สร้างสรรค์ผลงานเพลงออกมาได้อย่างมีคุณภาพ และบริษัทยังสร้างขวัญกำลังใจและเสริมสร้างความมั่นใจในการทำงานร่วมกับบริษัทฯ โดยได้มีการปรับปรุงสวัสดิการและสิทธิประโยชน์ต่างๆ ให้สอดคล้องกับธุรกิจของบริษัทฯ ด้วย

6. Skill

บริษัทมีนโยบายสนับสนุนการพัฒนาทักษะบุคลากรในทุกระดับทั้งในด้านทักษะทั่วไป การบริหารจัดการและเทคนิควิชาชีพ เฉพาะของแต่ละสายงาน ตลอดจนได้สนับสนุนและส่งเสริมการพัฒนาให้แหล่งเรียนรู้ โดยได้จัดให้มีกิจกรรมส่งเสริมความรู้และสนับสนุนให้พนักงานเข้ารับการฝึกอบรมและสัมมนาทั้งภายในและภายนอกบริษัทฯ เพื่อให้พนักงานได้พัฒนาแนวความคิด และความรู้จากวิทยากรที่มีความเชี่ยวชาญและประสบการณ์จากหลายสาขาอาชีพอย่างต่อเนื่อง เพื่อการบริหารงานเพลงให้มีคุณภาพออกสู่ตลาดกลุ่มเป้าหมาย

7. Shared Value

ค่านิยมที่แสดงถึงเป้าหมายหรือวัตถุประสงค์ที่บริษัทกำหนดขึ้น เพื่อให้พนักงาน

ใช้เป็นหลักในการยึดถือในปัจจุบันของบริษัทคือ การเป็น "King of Content" ภายใต้ปรัชญา "การสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์และบริการทางด้านบันเทิง จากความคิดที่กว้างไกลและเทคโนโลยีที่ใหม่ๆอย่างต่อเนื่อง โดยคำนึงถึงคุณภาพสูงสุดและความรับผิดชอบต่อสังคม" การที่บริษัทมีการนำปรัชญานี้มาประกาศใช้ในบริษัท สามารถแสดงให้เห็นถึงความมุ่งมั่นในการที่จะเป็นผู้นำทางการตลาดของประเทศ ถึงแม้ในปัจจุบันบริษัทจะเป็นผู้ครองส่วนแบ่งทางการตลาดมากถึง 60 % แล้วก็ตาม แต่ธุรกิจเพลงในต่างประเทศก็ยังมีโอกาสในการเติบโตอีกมากเช่นกัน การที่จะสามารถแย่งชิงส่วนแบ่งตลาดจากคู่แข่งขั้นได้นั้นบริษัทจำเป็นต้องสร้างสรรค์ผลิตภัณฑ์ใหม่ ๆ ขึ้นมา โดยการคำนึงถึงคุณภาพมาตรฐานของผลิตภัณฑ์และความต้องการของผู้บริโภค นอกจากนั้นบริษัทยังสะท้อนให้เห็นถึงความต้องการที่จะแสวงหาโอกาสทางธุรกิจใหม่ ๆ เสมอ ยิ่งในปัจจุบันเทคโนโลยีเข้ามามีบทบาทที่สำคัญต่อการดำเนินธุรกิจ บริษัทจึงต้องปรับปรุงและเปลี่ยนแปลงให้ทันต่อกระแสโลกที่เปลี่ยนไปด้วย และที่สำคัญการที่บริษัทมีเป้าหมายที่ชัดเจนและผู้บริหารมีปณิธานที่แน่วแน่ในการบริหารเช่นนี้จะส่งผลให้พนักงานผู้ปฏิบัติงานรู้สึกถึงความตั้งใจของผู้บริหารในการที่จะพยายามไปให้ถึงเป้าหมาย และตัวพนักงานเองก็จะตระหนักถึงความสำคัญในหน้าที่ของตนเองทำให้เขาสามารถทำงานได้อย่างมีประสิทธิภาพและมีความสุข และทำให้ จีเอ็มเอ็ม แกรมมี่ สามารถส่งมอบความสุขให้แก่ทุกกลุ่มผู้บริโภคได้อย่างเต็มที่