STRATEGY OF LIFE

น.ท.ผศ.วันทวี ปาลโมกข์
ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ฝ่ายศึกษา โรงเรียนนายเรือ

รู้สึกตื่นเต้นพอสมควร เพราะเป็นครั้งแรกของการเขียนบทความลงวารสารอย่างเป็นทางการ ตอนแรกคิดไม่ออกว่าจะเขียนเรื่องอะไรดี แต่เพราะทำหน้าที่สอนวิชาที่เกี่ยวข้องกับการบริหาร แนวความคิดจึงวนอยู่กับเรื่องของการบริหาร และเข้าใจว่ากระบวนการเรียนรู้ที่มีคุณค่าที่สุดก็คือ การเรียนรู้แล้วนำไปประยุกต์ใช้กับการดำเนินชีวิตในสังคมด้วยปฐมเหตุนี้เอง STRATEGY OF LIFE จึงเกิดขึ้น

กลยุทธ์ (STRATEGY) มีรากศัพท์มาจากภาษากรีก คือ STRATEGIA ซึ่งหมายถึงศาสตร์และศิลปในการบังคับบัญชากองทัพแต่ตามพจนานุกรมฉบับราชบัณฑิตยสถานปี ๒๕๔๒ ได้ให้นิยามคำว่ากลยุทธ์ไว้ดังนี้ กลยุทธ์ (STRATEGY) หมายถึง การรบที่มีเล่ห์เหลี่ยมหรือวิธีการที่ต้องใช้กลอุบายต่าง ๆ หรือเล่ห์เหลี่ยมในการต่อสู้ จากนิยามดังกล่าว เราจะเห็นว่ากลยุทธ์ เป็นคำที่ใช้อธิบายถึง ยุทธวิธีในการทำสงครามที่แม่ทัพจะต้องใช้ความคิดอย่างมีชั้นเชิง

ปัจจุบันกลยุทธ์ (STRATEGY) ได้ถูกนำมาใช้ในการดำเนินการด้านธุรกิจอย่างกว้างขวางและลึกซึ้ง ทั้งนี้อาจเป็นเพราะว่าการดำเนินการด้านธุรกิจในปัจจุบันมีการแข่งขันกันสูงมาก ต่างฝ่ายต่างงัดกลยุทธ์ทุกรูปแบบมาแข่งขันกัน ดังนั้นกลยุทธ์จึงเป็นวิถีแห่งการอยู่รอดของธุรกิจ แม้แต่การบริหารภาครัฐ ซึ่งเป็นการบริหารที่มุ่งเน้นด้านบริการเพื่อความผาสุขและการอยู่ดีกินดีของประชาชน ยังต้อง

ใช้กลยุทธ์ (STRATEGY) ในการบริหาร หากจะย้อนกลับมาพิจารณาวิถีชีวิตของมนุษย์ในโลกที่มากไปด้วยการแข่งขัน ในทัศนะของผู้เขียนขอย้ำ ณ ที่นี้ว่า เป็นวิถีชีวิตที่เปี่ยมไปด้วยการแข่งขัน ต่อสู้ในทุกรูปแบบจริง ๆ ไม่ว่าจะเป็นการต่อสู้กับคน กิเลสและสิ่งเย้ายวนต่าง ๆ ที่อยู่รอบตัวเรา ฯลฯ

ทำอย่างไรเราจึงจะอยู่ในสังคมแห่งการแข่งขันที่มีชั้นเชิง เล่ห์เหลี่ยมที่แหลม-คม-ลึก-เข้มข้นและมีสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วได้อย่างมีความสุขตามอัตภาพแห่งตน ในเมื่อยุค IT ทำให้เราเกิดความรู้สึกว่าโลกใบนี้มีขนาดเล็กลง ทั้ง ๆ ที่โดยตัวของมันเองก็มีขนาดเท่าเดิม สภาพแวดล้อมภายในสังคมมีความซับซ้อนซ่อนปม และค่อนข้างเปราะบาง สับสน สังคมไม่แน่ใจระหว่างแนวคิดที่ว่า “ไม่กู้ไม่รวย” กับแนวคิดที่ว่า “ออมก่อนรวยก่อน” แนวทางไหนจะชี้นำวิถีชีวิตไปสู่เป้าหมายได้อย่างมีคุณภาพ มั่นคงและยั่งยืน การเมืองที่มุ่งหวังเพื่อให้ได้อำนาจรัฐเป็นหลัก ประโยชน์ตนประโยชน์ชาติยังทับซ้อนกันอยู่ ยากที่จะแยกออกจากกันได้ เทคโนโลยีที่ทันสมัย และเป็นการทันสมัยที่มีอันตรายควบคู่เหมือนเงาตามตัว เศรษฐกิจที่ปลุกกระแสบริโภคนิยม ขาดวิจารณญาณในการบริโภค ละเลยการออมอย่างมีระบบ บนพื้นฐานแห่งการเรียนรู้ของผู้เขียนเชื่อว่า การที่มนุษย์จะมีชีวิตอยู่ในสังคมปัจจุบันที่มีลักษณะดังกล่าวได้อย่างมีความสุขตามอัตภาพแห่งตนนั้น มนุษย์จะต้องมี STRATEGY OF LIFE โดยการนำหลักของ STRATEGIC MANAGEMENT มาประยุกต์ใช้ ซึ่งในเบื้องต้นเราจะต้องคำนึงถึงปัจจัยสำคัญดังต่อไปนี้เสียก่อน กล่าวคือ

๑. **ลักษณะของวิถีชีวิตปัจจุบัน (PRESENT LIFE)** ในประเด็นนี้เราจะต้องหาคำตอบต่อคำถามเหล่านี้ให้ได้ว่า .....

๑.๑ วิถีชีวิตในปัจจุบันเราเป็นอย่างไร ?

๑.๒ สถานภาพทางสังคมอยู่ในระดับใด ?

๑.๓ สถานะทางเศรษฐกิจเป็นอย่างไร?

๒. **ลักษณะวิถีชีวิตในอนาคต (FUTURE LIFE)** ในประเด็นที่สองนี้ เราจะต้องหาคำตอบต่อคำถามเหล่านี้ให้ได้ว่า.....

๒.๑ เป้าหมายของชีวิตในระยะกลาง ระยะยาวเป็นอย่างไร ?

๒.๒ มีหนทางใดบ้างที่จะไปถึงเป้าหมายได้ ?

๒.๓ จะไปถึงเป้าหมายด้วยวิธีการอย่างไร?

๓. **สภาพแวดล้อมของชีวิต (ENVIRONMENT OF LIFE)** หมายถึงสิ่งแวดล้อมภายในครอบครัว สังคมในหน่วยงาน สภาพแวดล้อมทางสังคม เทคโนโลยี เศรษฐกิจส่วนบุคคลและเศรษฐกิจโดยรวม เราคงปฏิเสธไม่ได้ว่าสิ่งแวดล้อมดังกล่าวมีอิทธิพลต่อวิถีชีวิตของมนุษย์ทุกคน ประเด็นสำคัญคงอยู่ที่ว่าคน ๆ นั้นจะใช้ประโยชน์จากสภาพแวดล้อมมาเป็นตัวผลักดันหรือบั่นทอนให้วิถีชีวิตดำเนินไปในทิศทางที่สดใสหรือมืดมน

๔. **การจัดสรรทรัพยากรของชีวิต (RESOURCES OF LIFE)** หมายถึง ทรัพย์ทุกประเภทที่เป็นกรรมสิทธิ์ของเรา ซึ่งแต่ละคนจะมีในลักษณะที่แตกต่างกันทั้งปริมาณและคุณค่า ดังนั้นผู้เป็นเจ้าของทรัพย์สินจะต้องวางแผนการใช้ทรัพยากรดังกล่าวอย่างเหมาะสม เพื่อคุณภาพชีวิตที่ดีทั้งปัจจุบันและมั่นคง ยั่งยืนในอนาคต

๕. **การดำเนินชีวิตให้บรรลุวัตถุประสงค์หรือเป้าหมาย (OBJECTIVE ACHIEVEMENT OF LIFE)** การดำเนินชีวิตอย่างมีกลยุทธ์นั้น จะต้องให้ความสำคัญกับวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายในทุกระดับของชีวิต นับตั้งแต่วัยศึกษาเล่าเรียน วัยทำงาน และวัยแห่งบั้นปลายของชีวิตของแต่ละคน ซึ่งบอกไม่ได้ว่าวัตถุประสงค์หรือเป้าหมายสูงสุดในบั้นปลายชีวิตของแต่ละคนคืออะไร คุณ/ท่าน .....เท่านั้นที่จะเป็นผู้ให้คำตอบนี้ .....

จากข้อความดังกล่าวมาข้างต้น เราอาจกล่าวได้ว่า STRATEGY OF LIFE หมายถึงกระบวนการในการดำเนินชีวิตอย่างมีระบบและมีเป้าหมายที่แน่นอนชัดเจน โดยการวิเคราะห์สภาพแวดล้อมแห่งชีวิตในทุกแง่มุม เพื่อสร้างความมั่นใจว่าภายใต้สภาพแวดล้อมที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วท้าทายในทุกสถานการณ์นั้น เราสามารถดำรงชีวิตอยู่ได้อย่างมีคุณภาพ มั่นคง ยั่งยืนและ สมศักดิ์ศรีของความเป็นมนุษย์

STRATEGY OF LIFE PROCESS

การตัดสินใจของมนุษย์ในทุก ๆ เรื่อง มักจะมีผลต่อวิถีชีวิตทั้งในปัจจุบันและอนาคต โดยเฉพาะอย่างยิ่งการตัดสินใจในเรื่องที่สำคัญ ๆ เช่น การประกอบอาชีพ การบริโภค การกระทำหรือละเว้นการกระทำในบางเรื่อง การเลือกคู่ครองหรือแม้แต่การตัดสินใจกระทำการในสิ่งที่ไม่พึงปรารถนาทั้งที่สมัครใจและไม่สมัครใจ ฯลฯ สิ่งเหล่านี้จะมีผลต่อคุณภาพชีวิตของแต่ละคน ดังนั้นก่อนที่เราจะตัดสินใจดำเนินการในเรื่องใดเกี่ยวกับชีวิตของเรา หากไม่ต้องการให้เกิดความผิดพลาดหรือหากจะเกิดความผิดพลาดขึ้นจริง ๆ ก็ขอให้พลาดน้อยที่สุด เสียหายน้อยที่สุด เราจะต้องคิดอย่างมีกลยุทธ์ (STRATEGIC THINKING) เสียก่อน ผมเขียนอย่างนี้อาจเกิด **ปุจฉา** ขึ้นในใจของท่านผู้อ่านว่า คิดอย่างไรจึงจะถือว่าเป็นการคิดอย่างมีกลยุทธ์ **วิสัชนา** เพื่อให้เข้าใจง่าย ๆ ก็คือ คิดลึก (คิดไกล) คิดกว้าง คิดรอบด้านและทุกมิติของความคิด จะต้องเป็นความคิดอย่างมีวิจารณญาณ เพื่อกำหนดแนวทางที่ดีที่สุด (ONE BEST WAY) หากจะวิสัชนาให้หรูเหมาะสมกับยุค IT ก็ต้องวิสัชนาว่า เป็นการคิดอย่างมี VISION (คงจะไม่มีปุจฉาต่อนะครับเพราะมันจะ **จบไม่ลง** .....)

อย่างไรก็ตามการคิดอย่างมีกลยุทธ์ (STRATEGIC THINKING) ถือเป็นรากฐานสำคัญใน STRATEGY OF LIFE PROCESS ซึ่งมีองค์ประกอบที่สำคัญ ๆ ๖ ประการคือ

๑. **การวิเคราะห์สภาพแวดล้อมของชีวิต (ENVIRONMENT OF LIFE ANALYSIS)** โดยหลักการก็คือ เราจะต้องวิเคราะห์ตัวเองและศึกษาสภาพแวดล้อมที่เกี่ยวข้องกับตัวเราว่า มีลักษณะ

และสภาพที่แท้จริงเป็นอย่างไร โดยการวิเคราะห์ SWOT (SWOT ANALYSIS) ว่าแต่ละปัจจัยมีส่วนในการสนับสนุนให้วิถีชีวิตของเรา พัฒนาดีขึ้นอย่างยั่งยืนหรือบั่นทอนวิถีชีวิตของเราให้อ่อนแอตกต่ำ ไม่ก้าวหน้า ซึ่งปัจจัยที่ต้องวิเคราะห์มี ๔ ปัจจัย คือ

๑.๑ จุดแข็ง (STRENGTH) เป็นการวิเคราะห์ตัวเราเองเพื่อหาจุดเด่น หรือข้อดีว่าตัวเรามีข้อดีหรือมีดีในด้านใดบ้างและข้อดีเหล่านี้ที่เราประพฤติปฏิบัติอยู่ จะเป็นตัวสนับสนุนหรือส่งเสริมให้วิถีชีวิตของเราเจริญก้าวหน้าอย่างมั่นคงและยั่งยืนบนพื้นฐานของความถูกต้องและชอบธรรม ซึ่งผลลัพธ์สุดท้ายก็คือ ความสุขที่มั่นคงของชีวิตนั่นเอง ตัวอย่างจุดแข็งของคนเรา เช่น ขยันในหน้าที่การงาน ใฝ่รู้ มีความรับผิดชอบต่อตนเองและผู้ที่ตนเกี่ยวข้องด้วย มีความซื่อสัตย์สุจริต อดทน อดกลั้น รู้จักบริโภคอย่างฉลาด รู้จักออม มีวินัยทางการเงิน มีคุณธรรม ไม่ฝากชีวิตหรือหวังความร่ำรวยจาก “หวย” ทั้งที่ชอบด้วยกฎหมาย (บนดิน) และมิชอบด้วยกฎหมาย (ใต้ดิน) ฯลฯ

๑.๒ จุดอ่อน (WEAKNESS) เป็นการวิเคราะห์เพื่อหาจุดด้อยหรือจุดอ่อนในตัวเราว่ามีอะไรบ้าง โดยปกติแล้วจุดอ่อนหรือจุดด้อย จะมีลักษณะไปในแนวทางที่ตรงข้ามกับจุดแข็งหรือจุดเด่น เช่น ไม่ขยัน ไม่รับผิดชอบ ไม่รู้จักออม ขาดวินัยทางการเงิน ตกเป็นทาสอบายมุข ทุจริตทันท่วงทีที่มีโอกาส เล่น “หวย” ทั้งล็อตเตอรี่ + เลขท้าย ๒ ตัว ๓ ตัว + บนดิน+ใต้ดิน ฯลฯ การวิเคราะห์ตนเองในประเด็นนี้เราต้องมีความซื่อสัตย์และใจจะต้องกว้างที่จะยอมรับความจริง มิฉะนั้นเราจะได้ผลจากการวิเคราะห์ที่ด้อยคุณภาพ (เชื่อถือไม่ได้) ซึ่งจะส่งผลเสียถึง STRATEGY OF LIFE PROCESS ทั้งระบบ

๑.๓ **โอกาส (OPPORTUNITY)** คนเราทุกคนอยากจะเป็นคนดีด้วยกันทุกคน แต่เราไม่สามารถทำให้คน**ทุกคน**เป็นคนดีได้.....(ส่วนหนึ่งของพระราชดำรัสในรัชกาลปัจจุบัน) โดยหลักการแล้วผู้เขียนยังมีความเชื่อมั่นว่า คนเราทุกคนอยากจะสร้างชีวิตของตนและครอบครัวให้มีความเข้มแข็งมีความมั่นคงทั้งในปัจจุบันและอนาคต แต่ด้วยสภาพแวดล้อมที่มีอยู่รอบตัวเราที่มีการเปลี่ยนแปลงอย่างรวดเร็วทั้งในด้านบวกและด้านลบ สำหรับด้านบวกแน่นอนย่อมเป็นคุณประโยชน์ต่อตัวเราและส่วนรวม ส่วนด้านลบดูออกจะล่อแหลมไปในทางที่จะเป็นปรปักษ์ต่อวิถีชีวิตของคนในสังคม ดังนั้นการเปลี่ยนแปลงดังกล่าว จึงก่อให้เกิดมิติขึ้น ๒ มิติ คือ“โอกาส”กับ “อุปสรรค” กล่าวคือการเปลี่ยนแปลงของสภาพแวดล้อมอาจจะเป็น ”โอกาส” ของคนหนึ่งแต่อาจจะเป็น”อุปสรรค” ของอีกคนหนึ่งก็ได้ และเป็นการยากมากที่เราจะควบคุมสภาพแวดล้อมได้ แต่เราคงจะไม่ปล่อยวางให้ชีวิตโลดแล่นไปตามกระแสยุค IT และสภาพแวดล้อมที่เปลี่ยนแปลงไปอย่างไร้ขอบเขตเราต้องปรับยุทธศาสตร์ของตัวเราให้เป็น**ผู้กำกับ IT และสภาพแวดล้อม** หมายความว่า เราจะไม่บริโภคเทคโนโลยีตาม FASHION หรือตามคำโฆษณาตามหลักของการตลาด หรือบริโภคเพราะ ลด แลก แจก แถม แต่เราจะต้อง STRATEGIC THINKING ทุกครั้งก่อนตัดสินใจบริโภค เช่น การบริโภคโทรศัพท์เคลื่อนที่หรือที่เรียกกันติดปากว่า “มือถือ” ถ้าเรามี STRATEGIC THINKING เราจะต้องคิดเพื่อตอบคำถามเหล่านี้ให้ได้ก่อน

- บริโภคเพื่ออะไร
- จำเป็นหรือไม่ ถ้าได้คำตอบว่า “ไม่จำเป็น” ผลแห่งความคิด “ยกเลิกไม่บริโภค” ถ้าได้คำตอบว่า “จำเป็น” ต้องคิดต่อ ……..
- จำเป็นมากน้อยแค่ไหน เพียงใด ประเด็นนี้เป็นระดับของความจำเป็นที่ดูออกจะพูดยากเพราะระดับของความจำเป็นแต่ละคนไม่เท่ากัน แต่อย่างไรก็ตาม ผู้เขียนขออนุญาตเสนอแนวความคิดในการพิจารณาระดับของ “ความจำเป็น” ดังนี้

สถานภาพเมื่อไม่มีโทรศัพท์เคลื่อนที่	ระดับความจำเป็น
- ทำให้ชีวิตไม่สามารถดำรงอยู่ได้ - ทำให้ชีวิตดำรงอยู่ได้แต่ทำธุรกรรมไม่ได้หรือไม่สะดวก จนเป็นเหตุให้ภารกิจหรือธุรกิจเสียหาย ไม่สามารแข่งขันได้	จำเป็นมาก
- ชีวิตดำรงอยู่ได้ตามปกติ ธุรกิจหรือภารกิจดำเนินการได้ แต่**ไม่**สะดวก	จำเป็นน้อย
- ชีวิตดำรงอยู่ได้ตามปกติ - ภารกิจหรือธุรกิจดำเนินต่อไปได้	ไม่จำเป็น

หากคิดแล้วได้คำตอบว่า “จำเป็นมาก” และมีกำลังเพียงพอในการจ่ายค่าบริการ ก็ตัดสินใจบริโภคสิ่งนั้น หากได้คำตอบ “จำเป็นมาก” แต่ไม่มีกำลังทรัพย์เพียงพอในการจ่ายค่าบริการ อย่างนี้ต้องตัดสินใจงดบริโภค หากดื้อ หวังน้ำบ่อหน้า สุดท้ายอาจถูกบังคับให้งดบริโภคจากผู้ให้บริการ หากจำเป็นน้อย และ “ไม่จำเป็น” ต้องตัดสินใจงดบริโภคสิ่งนั้น แต่หากตัดสินใจบริโภคเพราะ**ความอยาก** หรือเพื่อความทันสมัยให้ทัดเทียมสังคม คนรอบข้าง และคิดว่าไม่เดือดร้อนมีเงินพอที่จะจ่ายค่าบริการ ซ้ำร้ายบางคนตัดสินใจบริโภคโดยไม่คำนึงถึงค่าใช้จ่ายที่จะเพิ่มขึ้นในวันข้างหน้า ในความคิดของผู้เขียนถือว่าคนที่คิดอย่างนี้ ตกอยู่ภายใต้อาณัติของยุค IT โดยสิ้นเชิง และจะมีผลกระทบต่อเศรษฐกิจส่วนบุคคล (จุลภาค) และอาจจะลุกลามไปถึงระบบเศรษฐกิจโดยรวม (มหภาค) ก็เป็นได้ สุดท้ายโอกาสก็จะไม่มี

๑.๔ อุปสรรค (THREAT) หมายถึง ปัจจัยที่จะขัดขวางความเจริญก้าวหน้าของชีวิต หรือปัจจัยที่จะทำให้วิถีชีวิตของเราตกต่ำ หรือเบี่ยงเบนไปในทิศทางที่ไม่พึงปรารถนา ในทางธุรกิจอุปสรรคหมายถึง ปัจจัยภายนอกองค์การ แต่สำหรับชีวิตของเราอุปสรรคนั้นคงจะต้องรวมถึงปัจจัยภายในและภายนอกตัวเราด้วย ไม่ว่าจะเป็นจุดอ่อนในตัวเราที่กล่าวมาแล้วในข้อ ๑.๒ หรือการเปลี่ยนแปลงของสภาพสังคมภายนอก ที่มีผลกระทบหรือบั่นทอน ทำลาย วิถีชีวิตของเราให้ตกต่ำลง

๒. การกำหนดเป้าหมายของชีวิต (GOAL OF LIFE) การกำหนดเป้าหมายของชีวิตนั้น เราจะต้องนำข้อมูลที่ได้จากการวิเคราะห์ SWOT ในข้อ ๑ มาประมวลอย่างรอบด้าน เพื่อกำหนดเป้าหมายของชีวิตให้ชัดเจนว่า เราจะไปให้ถึงจุดไหน เมื่อกำหนดเป้าหมายแล้ว เราก็จะต้องกลับไปดูจุดอ่อน (WEAKNESS) และจะต้องปรับหรือแก้ไขจุดอ่อนให้เป็นจุดแข็ง เพื่อให้เกิดความมั่นใจว่าจะประสบความสำเร็จตามเป้าหมาย เช่น กำหนดเป้าหมายไว้ว่าหลังจากได้รับพระราชทานยศเรือตรีแล้ว ๕ ปี เราจะมีบ้านบนเนื้อที่ไม่น้อยกว่า ๕๐ ตารางวา (เช่าซื้อ) หรือหลังจากได้รับพระราชทานยศเรือตรีแล้ว ๕ ปี เราจะมีครอบครัว (ภรรยา) พร้อมกับการมีบ้านบนเนื้อที่ ๕๐ ตารางวา (เช่าซื้อสองแรงช่วยกัน) หรือเมื่อ**เกษียณ**ราชการเราจะมีบ้านพร้อมที่ดินเป็นของตนเอง มีรถเก๋งมีเงินเก็บ ๓ ล้าน (ฝาก สหกรณ์ออมทรัพย์วังเดิม) และรับบำนาญรายเดือนจำนวนหนึ่ง จะเห็นได้ว่าเป้าหมายของชีวิตดังกล่าว เป็นการกำหนดไว้อย่างชัดเจน วัดได้ ส่วนจะเป็นไปได้หรือไม่นั้น ขึ้นอยู่กับกลยุทธ์ของเรากับการนำกลยุทธ์ไปใช้ ซึ่งจะกล่าวในข้อ ๓ และ ๔ ต่อไป

๓. การกำหนดกลยุทธ์ของชีวิต (STRATEGIC FORMULATION OF LIFE) หมายถึง การกำหนดแนวทางในการดำเนินชีวิตในอนาคต ซึ่งเราจะยึดเป้าหมายของชีวิตเป็นหลักในการกำหนดแนวทาง เช่น ตามตัวอย่างในข้อ ๒ ที่เรากำหนดเป้าหมายไว้ว่าเมื่อ**เกษียณ**อายุราชการแล้วเราจะมีบ้าน มีรถเก๋ง มีเงินเก็บ ๓ ล้าน ดังนั้นแนวทางที่จะบรรลุตามเป้าหมายก็คือ

๓.๑ จะต้องมีวินัยทางการเงิน

๓.๒ จะต้องมีพฤติกรรมบริโภคที่ฉลาด

๓.๓ จะต้องไม่เข้าไปเกี่ยวข้องกับอบายมุขทุกประเภท

เราจะเห็นว่าหลักสำคัญของการกำหนดกลยุทธ์ของชีวิตก็คือจะต้องกำหนดให้สัมพันธ์ในเชิงบวกกับวัตถุประสงค์ กล่าวคือ “กลยุทธ์จะต้องส่งเสริมความสำเร็จของวัตถุประสงค์

๔. การนำกลยุทธ์ของชีวิตไปปฏิบัติ (STRATEGY OF LIFE IMPLEMENTATION) หมายถึง การนำกลยุทธ์ของชีวิตที่กำหนดไว้ในข้อ ๓ ไปปฏิบัติให้เป็นรูปธรรมจริง ๆ ขออย่าให้เข้าทำนอง NATO (NO ACTION, TALK ONLY) เพราะลักษณะดังกล่าวจะไม่มีโอกาสบรรลุเป้าหมายได้เลย เราจะต้องนำกลยุทธ์ที่กำหนดไว้มาปฏิบัติ โดยจะต้องวางแผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติให้ชัดเจนในทุกขั้นตอน กิจกรรมในทุก ๆ กลยุทธ์จะต้องประสานสนับสนุน ส่งเสริมซึ่งกันและกัน เช่น กลยุทธ์ของการมีวินัยทางการเงิน เราจะต้องวางแผนการใช้เงินอย่างเป็นระบบ กล่าวคือ นำรายได้มาเป็นตัวตั้ง **กำหนดรายจ่าย**อย่างมีประสิทธิภาพ (ใช้จ่ายตามจำเป็น ไม่เกินตัว เกิดประโยชน์สูงสุด และรู้จักทำเงินให้เป็นเงิน) **กำหนดจำนวนเงินในการออมให้เหมาะสม** ขอเน้นตรงนี้ว่า**ต้อง**มีเหลือสำหรับ“ออม”หากใครบอกว่า“ผมก็อยากออม” “ดิฉันก็อยากออม “แต่มันไม่มีเงินเหลือให้ออม อย่างนี้ผมเชื่อว่าน่าจะมีความผิดปกติในขั้นตอนใดขั้นตอนหนึ่งอย่างแน่นอน ลองกลับไปพิจารณาดูซิครับ สำหรับการรู้จักทำเงินให้เป็นเงินนั้น ต้องคิดให้ดีอย่าหลงผิดทำในสิ่งที่ผิดกฎหมาย ในส่วนของกลยุทธ์ด้านพฤติกรรมบริโภคและกลยุทธ์ในการที่ไม่

เข้าไปเกี่ยวข้องกับอบายมุข ก็จะต้องกำหนดแผนกลยุทธ์ในการปฏิบัติทำนองเดียวกันกับกลยุทธ์ในด้านการมีวินัยทางการเงินด้วยเช่นกัน

๕. การควบคุมกลยุทธ์ (STRATEGY CONTROL) หมายถึง การควบคุมในขั้นตอนของการนำกลยุทธ์ไปปฏิบัติ ซึ่งเราจะต้องควบคุมให้การดำเนินชีวิตเป็นไปตามแผนกลยุทธ์ที่เรากำหนดไว้ โดยการติดตาม ตรวจสอบพฤติกรรม วิเคราะห์ปัญหา ปรับปรุงแก้ไขและพัฒนา เพื่อจะได้มั่นใจในระดับหนึ่งว่า วิถีชีวิตของเราน่าจะเดินไปสู่เป้าหมายได้สำเร็จตามที่กำหนดไว้ ถือได้ว่าเป็นการควบคุมตนเองที่ไม่ง่ายเลย แต่ก็ไม่ยากเกินไปสำหรับคนที่มีแรงจูงใจใฝ่สัมฤทธิ์สูง เพราะแรงจูงใฝ่สัมฤทธิ์ของคนเราเปรียบเสมือนยุทธศาสตร์ที่สำคัญในการควบคุมตนเอง

๖. การประเมินผลกลยุทธ์ (STRATEGY EVALUATION) เป็นขั้นตอนสุดท้ายของ STRATEGY OF LIFE PROCESS ความจริงแล้ว ในการดำเนินการทุกขั้นตอนที่กล่าวมา เราจะต้องประเมินผลทุกขั้นตอนของการดำเนินการ ในทางการบริหารเราเรียกว่าเป็นการประเมินระหว่างปฏิบัติ แต่ประเด็นการประเมินผลในข้อ ๖ นี้ เป็นการประเมินผลขั้นสุดท้าย เป็นการสรุปผลเพื่อนำที่ได้จากการวัดไปเปรียบเทียบกับเป้าหมายที่กำหนดไว้ว่าสัมฤทธิ์ผลตามเป้าหมายหรือไม่

สรรพสิ่งทั้งมวลในโลกนี้ ไม่มีสิ่งใดสมบูรณ์ร้อยเปอร์เซ็นต์ฉันใด บทความฉบับนี้ก็มีลักษณะฉันนั้น ผู้เขียนเชื่อว่าคงมีข้อบกพร่องอยู่มากที่จะต้องแก้ไข หากจะมีโอกาสได้เขียนอีกในวันข้างหน้า

STRATEGY OF LIFE PROCESS ได้ดำเนินมาถึงจุดนี้ลองพลิกกลับเพื่อตรวจเนื้อหาสาระก็พบว่าครบถ้วนกระบวนความ จึงขออนุญาตใช้เนื้อที่เพื่อสรุปสั้น ๆ และง่าย ๆ ว่า กลยุทธ์ไม่ใช่ศาสตร์ที่ใช้ในการทำศึกสงครามและการทำธุรกิจเท่านั้น แต่กลยุทธ์เป็นศาสตร์ที่สามารถนำไปประยุกต์ใช้กับชีวิตของเราได้ในทุกแง่มุม และผู้เขียนเชื่อมั่นว่า หากเรากำหนดกลยุทธ์ของชีวิตให้ถูกต้องเหมาะสมแล้ว ความยากลำบากในบั้นปลายชีวิตน่าจะมีน้อยลงหรืออาจไม่มีเลยก็มีความเป็นไปได้

อ้างอิง

กิ่งพร ทองใบ. **" กลยุทธ์และนโยบายธุรกิจ"** โรงพิมพ์มหาวิทยาลัยสุโขทัยธรรมาธิราช, ๒๕๔๖
จินตนา บุญบงการ และ ณัฏฐพันธ์ เขจรนันท์. **"การจัดการเชิงกลยุทธ์"** ซีเอ็ดยูเคชั่น, ๒๕๔๔
วิชิต อู่อ้น. **"การจัดการเชิงกลยุทธ์"** ศูนย์เทคโนโลยีทางการศึกษา มหาวิทยาลัยศรีปทุม, ๒๕๔๖