

ความเป็นไปได้ในการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจ (ไทย)¹

วิลลา วิลัยทอง²

(วันที่รับ: 6 ก.พ. 2568; วันที่แก้ไขเสร็จ: 10 มิ.ย. 2568; วันที่ตอบรับ: 10 มิ.ย. 2568)

บทคัดย่อ

บทความนี้สนับสนุนการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยและตั้งคำถามกับสถานะของประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยในภูมิทัศน์วิชาการประวัติศาสตร์ไทย บทความเสนอความเป็นไปได้ในการศึกษาโดยการสำรวจสถานความรู้ของประวัติศาสตร์ธุรกิจในระดับนานาชาติ ธุรกิจในประเทศไทย งานประวัติศาสตร์ธุรกิจ และประยุกต์ใช้แนวคิด “กระบวนทัศน์แบบชานด์เลอร์” (Chandler’s Paradigm) ที่เป็นตำนานและได้รับการวิพากษ์วิจารณ์กับกรณีศึกษาธุรกิจธนาคารพาณิชย์ทศวรรษที่ 2510 ถึงทศวรรษ 2520 บทความนี้เสนอว่าวงการประวัติศาสตร์ธุรกิจระดับโลกหันมาทบทวนสถานะความรู้ ติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ ประวัติศาสตร์อย่างใกล้ชิด งานประวัติศาสตร์ธุรกิจนอกประเทศไทยสะท้อนถึงการขยายตัวของพื้นที่ศึกษาไปยังภูมิภาคตลาดเกิดใหม่และมหาอำนาจใหม่ทางเศรษฐกิจ การประยุกต์วิธีวิทยาจากศาสตร์ข้ามสาขา และการพยายามค้นหากลุ่มหลักฐานทางเลือก ประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยซึ่งมีพื้นฐานมาจากประวัติศาสตร์เศรษฐกิจเป็นสาขาที่ต้องการการบ่มเพาะแต่ไม่ขาดแคลนหัวข้อ แนวทางการศึกษา และหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ดังตัวอย่างจากงานที่ประกาศตัวว่าศึกษา “ประวัติศาสตร์ธุรกิจ” โดยเฉพาะด้านบันเทิงและการบริโภค รวมทั้งกรณีศึกษาประวัติศาสตร์ธนาคารพาณิชย์ไทยก่อนเศรษฐกิจเฟื่องฟู ธนาคารพาณิชย์หลายแห่งก้าวสู่การเป็นองค์กรขนาดใหญ่ประกอบด้วยชนชั้นจัดการหลายระดับและผู้จัดการสาขาที่ตระหนักในหน้าที่ บทบาท และตัวตน ตำแหน่งนี้ไม่ได้ถูกให้ความหมายจากเฉพาะหน้าที่ด้านการธนาคารเท่านั้น แต่ประวัติการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันเป็นส่วนหนึ่งของการเป็นนายธนาคารระดับประเทศ ภูมิภาค และจังหวัด

คำสำคัญ: ประวัติศาสตร์ธุรกิจ; ประวัติศาสตร์ธุรกิจไทย; ธนาคารพาณิชย์ไทย; ชนชั้นจัดการ; ผู้จัดการมืออาชีพ

¹ งานวิจัยนี้ได้รับทุนสนับสนุนการวิจัย คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ ประจำปีงบประมาณ พ.ศ. 2566

โครงการเลขที่ 0168281 ผู้วิจัยขอขอบคุณผู้ประเมินบทความทั้ง 4 ท่าน Professor Junko Koizumi

ผู้ช่วยศาสตราจารย์ อติสร หมวกพิมาย อาจารย์ ดร. ทินกฤต สิริรัตน์ และอาจารย์ธิดิญา เหล่าอัน สำหรับความคิดเห็น

และคำแนะนำอันมีค่ายิ่ง ความผิดพลาดใด ๆ ที่ปรากฏในบทความชิ้นนี้ถือเป็นของผู้วิจัยเอง

² ผู้ช่วยศาสตราจารย์ ดร., ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะมนุษยศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่

อีเมล: villa.vilaitong@cmu.ac.th

On the Possibility of Studying (Thai) Business History³

Villa Vilaithong⁴

(Received: February 6, 2025; Revised: June 10, 2025; Accepted: June 10, 2025)

Abstract

This article advances the study of Thai business history by critically examining its status within the broader landscape of Thai historical scholarship. It explores potential research directions by analysing the global knowledge framework of business history, themes related to “business” in Thai historiography, existing works on “Thai business history,” and the application of the legendary yet debatable “Chandler’s Paradigm” to a case study of Thai commercial banking businesses from the late 1960s to the 1980s. The article argues that business history at the global level is an evolving field, continuously reassessing its body of knowledge and attentive to trends within the academic historical realm. Works of business history outside Thailand illustrate the expansion of the field to emerging markets and rising economic powerhouses, incorporating methodologies from various disciplines and exploring alternative sources of evidence. Thai business history, which is fundamentally rooted in economic history, is a field that requires further development. There is no shortage of topics, approaches, or historical evidence for study. These resources serve as examples for those who aim to engage with “business history,” particularly in entertainment and consumption, as well as a case study of the history of Thai commercial banks before the economic boom. Several commercial banks grew into large organisations with multiple levels of managerial hierarchies and branch managers who were aware of their duties, roles, and identities. This position was not defined solely by banking responsibilities; rather, one’s career history and everyday life were integral parts of what it meant to be a banker at the national, regional, and provincial levels.

Keywords: business history; Thai business history; Thai commercial bank; managerial class; professional manager

3

⁴ Assistant Prof. Dr., Department of History, Faculty of Humanities, Chiang Mai University
E-mail: villa.vilaithong@cmu.ac.th

บทนำ

ประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยไม่ได้เป็นที่รู้จักและได้รับความนิยอย่างกว้างขวางในวงการศึกษาศาสตร์ไทยเมื่อเทียบกับประวัติศาสตร์การเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม⁵ เรื่อง “ธุรกิจ” ปรากฏเป็นส่วนหนึ่งของประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย งานที่ทบทวนสถานภาพการศึกษาประวัติศาสตร์เศรษฐกิจกล่าวถึงงานเกี่ยวกับทุนนิยม กลุ่มทุน การสะสมทุน บริษัทธุรกิจ และนักธุรกิจ แต่งานเหล่านั้นไม่ได้ตั้งใจศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจไทย (พรณี บัวเล็ก, 2544; นพนนท์ วรรณเทพสกุล และ ชารินทร์ ตั้งสิทธิสมบูรณ์, 2566; ศุภการ สิริไพศาล และ ชัยพงษ์ สำเนียง, 2560) นักวิชาการสายพาณิชยศาสตร์และการบัญชีกลับกลายเป็นผู้บุกเบิกกลุ่มสำคัญ ตีพิมพ์ผลงานวิจัยและตำรา จัดการประชุมวิชาการ จัดการเรียนการสอน และประกาศตนชัดเจนว่าสนับสนุนการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจไทย ทั้งนี้อาจจะเป็นเพราะพวกเขาศึกษาเรื่องธุรกิจโดยตรงและต้องการรู้ว่าทำไมธุรกิจได้รับการพัฒนาอย่างที่เป็นในปัจจุบัน เหตุใดธุรกิจประสบความสำเร็จหรือล้มเหลว คนรุ่นหลังถอดบทเรียนได้อย่างไร

คำนำของตำราการพัฒนารัฐกิจและการสะสมทุนในประเทศไทย (พิมพ์ครั้งที่ 2 พ.ศ. 2565) ของพัฒน์ ศรีศุภโอฬารย้อนความให้เห็นว่า นักวิชาการด้านธุรกิจทั้งภายในและต่างประเทศรวมตัวกันจัดการสัมมนาวิชาการเรื่อง “Siam Then, Thailand Now: The Creating of Thai Capitalism during Two Eras of Globalization” ณ คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ระหว่างวันที่ 13 – 14 กรกฎาคม 2556 โดยมีนักประวัติศาสตร์จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่ และจุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยเข้าร่วม องค์ปาฐกได้แก่ เจฟฟรีย์ โจนส์ (Geoffrey Jones) นักประวัติศาสตร์ธุรกิจผู้มีชื่อเสียงแห่ง Harvard Business School (พัฒน์ ศรีศุภโอฬาร, 2565, น. viii) วัตถุประสงค์ของการสัมมนาในครั้งนี้คือเพื่อแลกเปลี่ยนความรู้ ความคิดเห็น และประสบการณ์เกี่ยวกับการวิจัยตลอดจนการเรียนการสอนด้านประวัติศาสตร์ธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกา เดนมาร์ก ญี่ปุ่น และไทย⁶ หลังจากนั้นพัฒน์เองได้เปิดวิชา “การพัฒนารัฐกิจและการสะสมทุนในประเทศไทย” ในปี 2559 และตีพิมพ์ตำราในชื่อเดียวกันนี้เป็นครั้งแรกในปี 2564 (พัฒน์ ศรีศุภโอฬาร, 2565, น. ix)

ประวัติศาสตร์ธุรกิจไม่ได้เป็นประวัติศาสตร์ประเภทใหม่ของวิชาการการศึกษาประวัติศาสตร์ระดับโลก ไม่ได้เติบโตอย่างหวือหวา ยังคงอยู่ และได้รับความสนใจจากนักวิชาการสายเศรษฐกิจ บริหารธุรกิจ และ

⁵ จากการสำรวจงานวิทยานิพนธ์ระดับปริญญาโททางประวัติศาสตร์ของมหาวิทยาลัยจำนวน 5 แห่งที่มีหลักสูตรบัณฑิตศึกษาในช่วงยี่สิบปีที่ผ่านมา ฦัฐพล ใจจริงพบว่าแนวโน้มวิทยานิพนธ์ที่มีหัวข้อเกี่ยวกับประวัติศาสตร์การเมืองไทยมีจำนวน 1 ใน 4 ของหัวข้อวิทยานิพนธ์ประมาณ 300 เรื่อง งานจำนวนมากเกี่ยวข้องกับประเด็นทางสังคมและวัฒนธรรม โปรดดู (ขรรค์ชัย-สุจิตต์ทอดน่องทองเทียว, 2567, กันยายน) นาทิต 20.39 เป็นต้นไป

⁶ จูเลีย เอส ยองเอ (Julia S. Yongue) หนึ่งในผู้จัดได้ตีพิมพ์รายงานการประชุมครั้งนี้ไว้ที่วารสาร *Business History Review* โปรดดู (Yongue, 2014) และตีพิมพ์บทความชื่อ “Siam Then, Thailand Now: Contextualisation the Emergence of Thai Capitalism through Three Phases of Globalisation” จากการประชุมรวมอยู่ในหนังสือชื่อ *Ethics, Business and Capitalism: Thailand and Indonesia in an Asian Perspective* โปรดดู (Yongue, 2025)

ประวัติศาสตร์อย่างต่อเนื่อง พวกเขารวมตัวและแลกเปลี่ยนความรู้กันผ่านองค์กรประวัติศาสตร์ธุรกิจหลายแห่งไม่ว่าจะเป็น The Business History Conference (BHC), The Association of Business Historians (ABH), The European Business History Association (EBHA) และ The Business History Society of Japan (BHSJ) องค์กรหรือสมาคมดังกล่าวมุ่งจัดการประชุมระดับนานาชาติ การประชุมเชิงปฏิบัติการ และเผยแพร่ผลงานวิชาการ การประชุมเป็นเวทีสำคัญยิ่งสำหรับการแลกเปลี่ยนความคิดและการถกเถียงใหม่ ๆ หัวข้อในการจัดการประชุมนานาชาติแต่ละปีสะท้อนถึงแนวโน้มของการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจในปัจจุบัน BHC เป็นเวทีใหญ่อันดับต้น ๆ โดยใน พ.ศ. 2568 ใช้ชื่อหัวข้อการประชุมว่า “The Business of Labor” เน้นประเด็นประวัติศาสตร์ เช่น ประวัติศาสตร์ระบบอัตโนมัติ การประกอบอาชีพอิสระ การใช้แรงงานเด็ก ความปลอดภัยในที่ทำงาน และเศรษฐกิจกิ๊ก (Gig economy) (BHC, n.d, Call for Papers BHC 2025) BHC มีวารสารชื่อ *Enterprise & Society* (E&S) เป็นของตนเองทั้งยังได้ตั้งรางวัลอย่างน้อย 14 ประเภทเพื่อมอบให้กับผู้ที่มีความโดดเด่นในการทำงานสาขานี้ อาทิ Business History Conference Lifetime Achievement Award สำหรับนักวิชาการที่สร้างคุณูปการใหญ่หลวงให้กับวงการ หรือ Hagley Prize in Business สำหรับหนังสือประวัติศาสตร์ธุรกิจที่ดีที่สุดแห่งปี (BHC, n.d., Prizes)

การเป็นผู้สังเกตความเคลื่อนไหวในระยะห่างของวงการประวัติศาสตร์ธุรกิจในระดับโลกของผู้วิจัยทำให้บทความชิ้นนี้ตั้งคำถามกับวงการประวัติศาสตร์ไทยว่า ประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยมีสถานะเป็นอย่างไร ความเป็นไปได้ในการศึกษามากน้อยเพียงใดโดยเฉพาะเมื่อศาสตร์ย่อยยังเป็นน้องใหม่ในวงการประวัติศาสตร์ธุรกิจระดับโลกช่วยยืนยันการขยายตัวของพื้นที่ ประเด็น วิธีการศึกษา และการใช้หลักฐานอย่างไร เราสามารถทดลองประยุกต์แนวคิดที่ได้รับการยอมรับกับบางธุรกิจของไทยเพื่อเป็นกรณีศึกษาได้ อย่างไรบ้าง ประวัติศาสตร์ธุรกิจเคยเป็นสาขาใหม่ในประเทศสหรัฐอเมริกาทศวรรษ 1930 และ 1940 เหล่าผู้สถาปนามุ่งสู่การตอบคำถามว่า ประวัติศาสตร์สามารถถูกใช้เพื่อให้ความรู้แก่บรรดาผู้จัดการขององค์กรใหญ่ระดับโลกที่มีฐานอยู่ในสหรัฐอเมริกาได้อย่างไร ทำไมต้อง “ประวัติศาสตร์ธุรกิจ” แหล่งวัตถุดิบหลักฐานมีอะไรบ้าง ปัญหาและโอกาสในสาขานี้คืออะไร และคำถามและคำตอบในประวัติศาสตร์สาขานี้เช่นอะไรบ้าง (Contributions to Source Material for Business History, 1932; Gras, 1944; Problems and Opportunities in the Field of Business History, 1941; Why a Business History?, 1930) บทความนำแนวทางการตั้งคำถามจากงานเหล่านี้มาใช้กับประวัติศาสตร์ธุรกิจไทย

บทความนี้สนับสนุนความเป็นไปได้ในการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจไทย เสนอว่าวงการประวัติศาสตร์ธุรกิจระดับโลกหมั่นทบทวนสถานะความรู้ ติดตามแนวโน้มการเปลี่ยนแปลงทางวิชาการ ประวัติศาสตร์อย่างใกล้ชิด งานประวัติศาสตร์ธุรกิจนอกประเทศไทยสะท้อนถึงการขยายตัวของพื้นที่ศึกษาไปยังภูมิภาคตลาดเกิดใหม่และมหาอำนาจใหม่ทางเศรษฐกิจ การประยุกต์วิธีวิทยาจากศาสตร์ข้ามสาขา และการพยายามค้นหากลุ่มหลักฐานทางเลือก ประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยซึ่งมีพื้นฐานมาจากประวัติศาสตร์เศรษฐกิจเป็นสาขาที่ต้องการการบ่มเพาะแต่ไม่ขาดแคลนหัวข้อ แนวทางการศึกษา และหลักฐานทางประวัติศาสตร์ ดังตัวอย่างจากงานที่ประกาศตัวว่าศึกษา “ประวัติศาสตร์ธุรกิจ” รวมทั้งกรณีศึกษาประวัติศาสตร์ธนาคาร

พาณิชย์ไทยก่อนเศรษฐกิจเฟื่องฟูที่ได้เข้าไปสนทนากับ “กระบวนทัศน์แบบชานด์เลอร์” (Chandler’s Paradigm) ที่เป็นตำนานและได้รับการวิพากษ์วิจารณ์ เพื่อยืนยันการขยายตัวของชนชั้นจัดการ ผู้บริหาร และผู้จัดการสาขามืออาชีพ

บทความแบ่งเนื้อหาออกเป็น 3 ส่วนหลัก ส่วนแรกนำเสนอการทบทวนสถานะภาพความรู้ของประวัติศาสตร์ธุรกิจในระดับนานาชาติ ครอบคลุมพื้นที่การศึกษาในทวีปอเมริกา ยุโรป ละตินอเมริกาและเอเชียแปซิฟิก ส่วนใหญ่จะอยู่ในรูปของบทความที่ตีพิมพ์ในวารสารประวัติศาสตร์ธุรกิจชั้นนำภายในเวลาสิบปีที่ผ่านมา ส่วนที่สองศึกษาประเด็นธุรกิจในประเทศไทยจากงานประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ ครอบคลุมประเด็นเป็นต้นว่า ทุนนิยมไทย นายทุน ผู้ประกอบการ ส่วนใหญ่อยู่ในรูปของหนังสือและบทความ ส่วนที่สามยกตัวอย่างงานที่ประกาศตนว่าเป็น “ประวัติศาสตร์ธุรกิจ” และส่วนสุดท้ายแสดงให้เห็นถึงความเป็นไปได้ในการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยผ่านกรณีศึกษาธุรกิจธนาคารพาณิชย์ปลายทศวรรษที่ 2510 จนถึงทศวรรษ 2520 จากการใช้กลุ่มหลักฐานชั้นต้น เช่น ประวัติองค์กรธุรกิจและนักธุรกิจ บันทึกความทรงจำ นิตยสารธุรกิจ รายงานประจำปี และตำราธุรกิจ

ก่อนจะเข้าสู่เนื้อหาหลัก คำถามและคำตอบที่ควรฝากไว้คือ “ประวัติศาสตร์ธุรกิจคืออะไร” เรายังต้องการให้ความสำคัญกับการให้ความหมายหรือไม่ การหาคำนิยามที่เฉพาะเจาะจงไม่เปลี่ยนแปลงคงยากพอกับการหาคำนิยามให้กับประวัติศาสตร์ประเภทอื่น ๆ เจฟฟรีย์ โจนส์ (Geoffrey Jones) และ โจนาธาน ไซต์ลีน (Jonathan Zeitlin) ให้ความหมายเป็นรูปธรรมว่าประวัติศาสตร์ธุรกิจศึกษาวิวัฒนาการทางประวัติศาสตร์ของระบบธุรกิจ ผู้ประกอบการ และบริษัท ความสัมพันธ์ของพวกเขากับสิ่งแวดล้อมทางการเมือง เศรษฐกิจ สังคม และวัฒนธรรม (Jones & Zeitlin, 2009, p. 1) ขณะที่อะเบะ เดอ ยอง (Abe de Jong) สรุปลักษณะการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจไว้ 3 ลักษณะทางประเด็น บริบท และหลักฐาน คือ หนึ่ง ศึกษาทุกสิ่งเกี่ยวกับธุรกิจ รวมถึงกิจกรรมทางธุรกิจ เช่น การจัดการส่วนบุคคล การจัดการระดับสูง การเงิน การผลิต นวัตกรรม บัญชี กลยุทธ์ สัมพันธ์กับผู้ถือหุ้น ลูกค้า และนักการเมือง ทุนนิยม สังคมนิยม และคอมมิวนิสต์ สอง ส่วนประกอบทางประวัติศาสตร์ที่นำไปสู่ความสนใจเรื่องบริบทและพัฒนาการ และ สาม ประวัติศาสตร์ธุรกิจถูกสร้างจากวัตถุหลักฐาน (de Jong, 2022, p. 68) คำจำกัดความทั้งสองแนวทางนี้ครอบคลุมพอที่จะช่วยเป็นฐานความเข้าใจร่วมกันก่อนเข้าสู่เนื้อหาในส่วนต่อไป

ประวัติศาสตร์ธุรกิจในระดับโลก

นักวิชาการประวัติศาสตร์ธุรกิจระดับโลกจากสายบริหารธุรกิจ เศรษฐศาสตร์ และประวัติศาสตร์ หันมาทบทวนความรู้และสถานะของประวัติศาสตร์ธุรกิจอย่างสม่ำเสมอผ่านการจัดสัมมนา ประชุมนานาชาติ ประชุมเชิงปฏิบัติการ และตีพิมพ์บทความจากการประชุม ผลจากการประชุมหลายครั้งรวมอยู่ในฉบับพิเศษ

ของวารสารประวัติศาสตร์ธุรกิจเล่มหลัก ได้แก่ *BSH*, *E&S*, *Journal of Business History (JBH)*⁷ ชื่อของบทความมักจะใช้คุณศัพท์และคำนามหลายคำที่คุ้นเคย เช่น new, re-, trends, futures, alternative, foundations เพื่อสำรวจสถานะความรู้ ท้าความและสรุปแนวคิดพื้นฐานของประวัติศาสตร์ธุรกิจ ตลอดจนทำนายว่าแนวโน้มหรืออนาคตจะเป็นอย่างไร และมีทางเลือกในการศึกษาอย่างไร (Austin et al., 2017; de Jong et al., 2015; Decker et al., 2015; Fava & Kulikov, 2022; Frost, 2022; Nix & Decker, 2021; Scranton, 2020) แนวทางการศึกษาดังกล่าวพิสูจน์ให้เห็นว่าสาขาย่อยนี้วิวัฒนาการไปพร้อมกับการเปลี่ยนแปลง “ทางธุรกิจ” ความไม่เหมือนเดิมของโลกธุรกิจทำให้พวกเขาตั้งคำถามว่าเกิดอะไรขึ้นกับเรื่องนั้นๆ ทางประวัติศาสตร์ นักวิชาการสาขาย่อยนี้เหมือนกับนักประวัติศาสตร์สาขาอื่นที่คอยหมั่นสำรวจและทบทวนตนเองเนื่องจากต้องตามเท่าทันทั้งในและนอกโลกวิชาการ หนึ่งในคำถามสำคัญของพวกเขาคือประวัติศาสตร์ธุรกิจช่วยให้เข้าใจสถานการณ์ที่เกิดขึ้นในปัจจุบันและเตรียมตัวสำหรับอนาคตได้อย่างไร

อดีตนิยม ปัจจุบันนิยม และอนาคตนิยม: การย้อนศึกษา

การจัดทำฉบับพิเศษของวารสารประวัติศาสตร์ธุรกิจในแต่ละครั้งแสดงถึงความข้องเกี่ยวของประเด็นทางธุรกิจในอดีต ปัจจุบัน และอนาคตได้เป็นอย่างดี ใน ค.ศ. 2023 *BSH* ได้ตีพิมพ์ฉบับพิเศษหัวข้อ “Governing Global Capitalism” โดยตระหนักถึงปัญหาระดับโลกไม่ว่าจะเป็นความไม่เท่าเทียมกันทางเศรษฐกิจ การขึ้นมาของประชานิยม การต่อต้านโลกาภิวัตน์ โรคอุบัติใหม่โควิด-19 ความเปราะบางของห่วงโซ่อุปทาน การฟื้นคืนชีพของความขัดแย้งในยุโรป และวิกฤตจากสภาพเปลี่ยนแปลงอากาศ พร้อมทั้งนำประวัติศาสตร์ธุรกิจเข้าไปมีส่วนร่วมกับการศึกษาย่อยสาขาอื่น เช่น ความสัมพันธ์ระหว่างประเทศ ความคิดทางเศรษฐกิจ กฎหมายระหว่างประเทศ เศรษฐกิจการเมืองระหว่างประเทศ และกรอบเศรษฐกิจระดับโลก (Ballor & Pitteloud, 2023)

วารสารฉบับพิเศษบางฉบับต้องการวิเคราะห์พหุนาตของประวัติศาสตร์ธุรกิจ ย้อนกลับไป ค.ศ. 2020 *E&S* ตีพิมพ์บทความจากการประชุมที่ Wharton School ใน ค.ศ. 2017 ภายใต้หัวข้อ “Multiple Futures for Business History” และการนำเสนอผลงานที่ World Economic History Conference (WEHC) บทความจำนวน 4 เรื่องถูกแบ่งออกเป็นสองกลุ่ม กลุ่มแรกเน้นแนวทางการทำวิจัยและเขียนงานเฉพาะหัวข้อหรือพื้นที่ในอนาคต อีกกลุ่มเน้นการกระทำขององค์กร ความสัมพันธ์ระหว่างโครงสร้างและตัวกระทำ การศึกษาเกี่ยวกับการดำรงอยู่ของสิ่งของ และธุรกิจกับชีวิตประจำวัน (Raff, 2020) ชื่อของบทความ “Foundations and Futures: Visions of Business Histories” โดยฟิลิป สแครนตัน (Philip Scranton) เน้นรูปพหุพจน์ของคำเกือบทุกคำบ่งบอกถึงความหลากหลายของอนาคต (ที่ไม่แน่นอน?) สแครนตันใช้ฐานข้อมูลย้อนหลังยี่สิบปีจากรายการการเสนอบทความของการประชุมประวัติศาสตร์ธุรกิจประจำปี

⁷ นอกจากวารสารธุรกิจแล้ว ยังมีวารสารฉบับอื่นเกี่ยวข้องกับประวัติศาสตร์ธุรกิจอีก อาทิ *Journal of Economic History*, *Financial History Review*, *Management & Organizational History*, *Accounting, Business & Financial History*, *Accounting History*, *Accounting History Review* และ *Journal of Historical Research in Marketing*

(The Business History Conference) และพบว่ามี การตั้งคำถามถึงทฤษฎี วิธีการ แนวพินิจทางเลือก แนวคิดใหม่เป็นระยะ หัวข้อวิจัยมีทั้งที่ยังคงอยู่และจากไปแล้ว (Scranton, 2020) ดังนั้น จะเห็นได้ว่า กระบวนการสร้างความเป็นพลวัตของประวัติศาสตร์ธุรกิจเกิดขึ้นตั้งแต่ต้นคริสต์ศตวรรษที่ 21

วอลเตอร์ เอ ไฟรด์แมน (Walter A. Friedman) ใช้วิธีการศึกษาล้ำกับสแครนตันแต่ทบทวน แนวโน้มย้อนหลังยี่สิบปีนับจากปี 2017 จากการสำรวจหนังสือและบทความที่ตีพิมพ์ลงในวารสาร *BHR* ขณะที่ เขามีส่วนในการเป็นบรรณาธิการเลือกหนังสือให้ผู้เขียนบทความวิจารณ์ ไฟรด์แมนเห็นว่าการวิจัยเกี่ยวกับ ทุนนิยม ประชาธิปไตย และนวัตกรรมเปลี่ยนแปลงทิศทางของประวัติศาสตร์ธุรกิจและยังเป็นประเด็นที่อยู่ใน สมัยแม้เรื่องเหล่านี้จะได้รับการศึกษามากกว่ายี่สิบปีแล้วก็ตาม ยกตัวอย่างเรื่องนวัตกรรม (innovation) บทความจากการสำรวจส่วนใหญ่มุ่งตอบคำถามหลักเกี่ยวกับบทบาทของบริษัทในการสร้างเทคโนโลยีและ โอกาสใหม่ทางธุรกิจระดับโลก ทำไมบางภูมิภาคหรือบางพื้นที่ในภูมิภาคจึงคิดนวัตกรรมได้มากกว่าบางพื้นที่ ไฟรด์แมนสรุปว่านักวิชาการมองว่าปัจจัยที่ทำให้เกิดนวัตกรรมสร้างสรรค์นั้นประกอบด้วยนโยบายที่กระตุ้น นวัตกรรม บริบททางการเมืองและวัฒนธรรมของชุมชนนวัตกรรม กระบวนการที่นักนวัตกรรมประสบ ผลสำเร็จ และกระบวนการทำเทคโนโลยีให้เป็นสินค้า (Friedman, 2017)⁸

ทุนนิยมกลับมาได้รับความสนใจจากนักประวัติศาสตร์ธุรกิจตั้งแต่คริสต์ทศวรรษ 1990 และเข้าสู่ ความลึกซึ้งในต้นทศวรรษ 2000 เนื่องจากวิกฤตการเงินหรือวิกฤตแฮมเบอร์เกอร์ (Hamburger Crisis) ระหว่าง ค.ศ. 2007 – 2008 การกลับมาของทุนนิยมครั้งนี้เผยให้เห็นถึงความล้มเหลวของทุนนิยมที่ทำให้ นักวิชาการต้องการจะเข้าใจพลวัตของระบบเศรษฐกิจและธุรกิจให้ดีขึ้น พวกเขาตั้งคำถาม เปิดประเด็น และหาวิธีการศึกษาใหม่โดยเฉพาะกับเรื่อง “แรงงาน” ที่ทุนนิยมเข้าไปเกี่ยวข้องโดยตรงและเคยถูกศึกษา อย่างเข้มข้นจากนักวิชาการสายมาร์กซิสต์ (Marxist) ซึ่งมองทุนนิยมแบบ “given and fixed” กล่าวคือ กำไร นั้นเพียงพอที่จะอธิบายกลยุทธ์และกำหนดชนชั้นนายทุน หลังจากนั้นงานประวัติศาสตร์ทุนนิยมมี ความหลากหลายมากขึ้นทั้งอิงกับทฤษฎีมาร์กซิสต์ วิพากษ์และเฉลิมฉลองทุนนิยม ประวัติศาสตร์ใหม่ของทุน นิยมหรือ New History of Capitalism (NHOC) เป็นอีกหนึ่งแนวทางการมองทุนนิยมแบบใหม่ที่เน้นเรื่อง อำนาจ ความไม่เท่าเทียม การคงอยู่ของการเป็นทาส และรูปแบบของแรงงานที่ถูกบีบบังคับ งานด้านนี้ ประเมินว่าการอธิบายทุนนิยมโดยใช้คำจำกัดความทางเศรษฐกิจที่เป็นมาตรฐานนั้นง่ายเกินไป นักวิชาการ

⁸ นอกเหนือจากวารสารประวัติศาสตร์ธุรกิจโดยตรง วารสารประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ เช่น *Australian Economic History Review* ได้ทบทวนสถานะความรู้ของสาขานี้เช่นเดียวกัน ฉบับพิเศษ “Whither Business History” ตีพิมพ์ในปี 2020 ประกอบด้วยเรื่องที่ศึกษาความเป็นมาของประวัติศาสตร์ธุรกิจในประเทศออสเตรเลียและแนวทางที่จะไปข้างหน้า รวมทั้ง ประวัติศาสตร์ธุรกิจซุเปอร์มาร์เก็ตเกิดใน ค.ศ. 1958 – 2000 การก่อตัวขององค์กรและบริษัทตั้งแต่ ค.ศ. 1760 ถึง 1860 การบริการวิจัยและธุรกิจวิจัยตลาด และตลาดสวนของคนจีน ค.ศ. 1876 – 1930 โปรดดู Issue Information. (2020). ข้อมูล ที่กล่าวมานี้ชี้ว่าพื้นที่ของการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจได้ขยายวงการศึกษาหันออกจากศูนย์กลางทวีปอเมริกาเหนือและยุโรป สู่ออสเตรเลีย

ร่วมกันเสนอคำขยายหลังคำว่า “ทุนนิยม” เพื่อกำหนดรูปแบบของทุนนิยม เช่น ทุนนิยมตลาดเสรี รัฐ สังคมโลก รากหญ้า พ่อค้า เกษตรกรรม อุตสาหกรรม การเงิน องค์กร ประกอบการ พวกพ้อง ถนน และสังคม การมีคำขยายทุนนิยมมากมายเหลือเฟือเพื่อเช่นนี้เป็นการปล่อยให้ทุนนิยมไม่ถูกจำกัดความหมาย พวกเขาสนใจตัวกระทำที่เป็นมนุษย์มากยิ่งขึ้น (Schakenbach Regele, 2024, pp. 2-6) นักวิชาการบางคนจึงเสนอว่าการที่ประวัติศาสตร์ทุนนิยมใหม่ไม่มีความหมายที่ชัดเจนแน่นอนกลับเป็นหนึ่งในคุณสมบัติหลักของทุนนิยม การให้ความหมายจะจำกัดตำแหน่งแห่งที่ของทุนนิยม (Murphy, 2024, p. 50)

ประวัติศาสตร์ในฐานะศาสตร์มักถูกกล่าวหาว่าไม่มีทฤษฎี นักประวัติศาสตร์ธุรกิจฝั่งสำนักวิชาหรือโรงเรียนธุรกิจ (business school) ถูกกล่าวหาเช่นเดียวกัน ความพยายามที่จะผลักดันให้นักประวัติศาสตร์ธุรกิจออกนอกกรอบวิธีวิทยา (methodology) และแนวพินิจ (approach) แบบเดิมปรากฏในฉบับพิเศษ “New Business History?” ของ *JBH* (de Jong & Higgins, 2015) บทความเรื่อง “Towards a New Business History” และ “New Business Histories! Plurality in Business History Research Methods” สนับสนุนการเป็นพหุสาขาของประวัติศาสตร์ธุรกิจที่ต้องเข้าไปมีส่วนร่วมเชิงประจักษ์แบบวิธีวิทยาและการใช้แนวคิดทฤษฎีที่หลากหลายอย่างกว้างขวาง เช่น จากสายเศรษฐศาสตร์ สังคมศาสตร์ และมนุษยศาสตร์ บทความกระตุ้นให้ผู้ศึกษาหันออกจากการวิธีดั้งเดิมของการวิจัยประวัติศาสตร์ธุรกิจที่นิยมในฝั่งสำนักวิชาธุรกิจนั่นคือกรณีศึกษา (case study) ของผู้ประกอบการ บริษัท และอุตสาหกรรมดังเช่นผู้บุกเบิกประวัติศาสตร์ธุรกิจได้เริ่มไว้ตั้งแต่ทศวรรษ 1920 การวิเคราะห์กรณีศึกษาเพื่อพัฒนาทฤษฎีและใช้พหุวิธีการทั้งภายในและนอกวงการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจนั้นสำคัญยิ่งต่อความก้าวหน้าของสาขานี้ (de Jong et al., 2015, p. 6; Decker et al., 2015)

นอกจากนี้ วงการประวัติศาสตร์ธุรกิจระดับนานาชาติมองว่าการไม่มีหोजดหมายเหตุเป็นปัญหาในการวิจัยประวัติศาสตร์ธุรกิจใน “ประเทศพัฒนาน้อย” (less developed countries, LDCs) วารสาร *BH* รับรู้ถึงปัญหานี้ดีและเห็นว่าหोजดหมายเหตุของรัฐบาลและองค์กรธุรกิจไม่เพียงพอที่จะให้ข้อมูลเพื่อตอบคำถามว่าธุรกิจในประเทศพัฒนาน้อยเกิดขึ้น ดำเนินการ และวิวัฒน์ผ่านช่วงเวลาอย่างไร ใน ค.ศ. 2023 วารสารได้ประกาศรับบทความสำหรับฉบับพิเศษในประเด็นนี้ (Cruz-Fernández, 2023) ความท้าทายด้านการขาดแคลนข้อมูลประวัติศาสตร์ในประเทศพัฒนาน้อยเกิดขึ้นเนื่องจากหลายสาเหตุ เป็นต้นว่า การขาดการบันทึกไว้เพราะอุดมการณ์ทางการเมืองของประเทศ ข้อจำกัดเรื่องทรัพยากร ความไม่มีประสิทธิภาพของระบบราชการ ความลำเอียงของหน่วยงาน ความปั่นป่วนไม่ว่าจะจากสงคราม การปฏิวัติ การเปลี่ยนแปลงระบอบการปกครอง หรือภัยธรรมชาติ หोजดหมายเหตุสามารถเป็นเครื่องมือสอดส่อง ควบคุมทางสังคม และจัดการฝ่ายตรงข้ามของผู้มีอำนาจ ตัวกระทำที่มีอำนาจควบคุมการเข้าถึงบันทึกทางประวัติศาสตร์มีผลต่อการผลิตความรู้ทางประวัติศาสตร์ (Business History, n.d.) อย่างไรก็ตาม ปัญหาเช่นนี้เกิดขึ้นน้อยกว่ากับประเทศที่พัฒนาแล้วและการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจหยั่งรากลึก เช่น สหรัฐอเมริกา สหราชอาณาจักร และญี่ปุ่น

การก้าวให้พ้นตะวันตกเป็นศูนย์กลางการศึกษา

ประวัติศาสตร์ธุรกิจเริ่มก่อตัวขึ้นเป็นสาขาย่อยอย่างเป็นทางการของการศึกษาธุรกิจในประเทศสหรัฐอเมริกาที่ Harvard Business School (HBS) วัตถุประสงค์คือเพื่อสอนผู้จัดการบริษัทใหญ่ระดับโลก ซึ่งตอบสนองต่อความซับซ้อนของการจัดการบริษัทอันเป็นผลจากการขยายตัวทางเศรษฐกิจและการเติบโตขององค์กรธุรกิจ เมื่อแรกตั้ง HBS ใน ค.ศ. 1908 เอ็ดวิน ฟรานซิส เกย์ (Edwin Francis Gay) นักประวัติศาสตร์เศรษฐกิจรับตำแหน่งคณบดี จากนั้นในปี 1925 HBS ก่อตั้ง The Business Historical Society ตีพิมพ์ *The Bulletin of the Business Historical Society* ในปี 1926 (เปลี่ยนชื่อเป็น *Business History Review* ในปี 1954) ประวัติศาสตร์ธุรกิจเกิดเป็นสาขาของการศึกษาที่ HBS ในปี 1927 โดยมีเอ็น เอส บี กราส (N. S. B. Gras) เป็นประธานสาขาคนแรก (Fridenson, 2009, p. 9) ขณะที่ในสหราชอาณาจักร ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจแตกแขนงไปสู่ประวัติศาสตร์ธุรกิจ ในปี 1904 จอร์จ อันวิน (George Unwin) เขียนเกี่ยวกับองค์กรอุตสาหกรรมในคริสต์ศตวรรษที่ 16 และ 17 ประวัติศาสตร์ธุรกิจในโลกตะวันตกในครั้งแรกของคริสต์ศตวรรษที่ 20 เน้นประวัติศาสตร์บริษัทขนาดใหญ่ที่มีบทบาทในกระบวนการทำให้เป็นอุตสาหกรรมของเศรษฐกิจตะวันตก (Keneley, 2020, pp. 283-285) ประวัติศาสตร์ผู้ประกอบการที่ Center for Research on Entrepreneurship History (ก่อตั้ง 1948) ณ HBS กระตุ้นความพยายามใช้ทฤษฎีหลายแนวทางในทศวรรษ 1950 ไม่ว่าจะเป็นสังคมวัฒนธรรมศึกษาของต้นกำเนิดผู้ประกอบการ เศรษฐศาสตร์นีโอคลาสสิก และวิวัฒนาการของอุตสาหกรรมและองค์กร (Jones & Wadhvani, 2009, p. 503)

ประวัติศาสตร์นิพนธ์ธุรกิจหันไปหาการศึกษาเรื่ององค์กรและการจัดการในทศวรรษ 1960 ด้วยผลงานการบุกเบิกของอัลเฟรด ชานด์เลอร์ (Alfred D. Chandler, 1918 – 2007) ผู้ที่ได้รับการเชิดชูในวงการประวัติศาสตร์ธุรกิจเป็นอย่างมาก⁹ นักวิชาการสายการจัดการและนักเศรษฐศาสตร์สถาบันยกย่องให้เขาเป็นหนึ่งในบิดาแห่งการจัดการกลยุทธ์ “กระบวนการทัศน์ของชานด์เลอร์” (Chandler’s paradigm) ได้สร้างคูปองการต่อวงการประวัติศาสตร์ธุรกิจมานานนับทศวรรษ ทั้งผ่านการถกเถียง ถูวิพากษ์วิจารณ์และท้าทายอย่างต่อเนื่อง (Langlois, 2023, pp. 1-2) ชานด์เลอร์เริ่มจากการเขียนวิทยานิพนธ์เกี่ยวกับนักธุรกิจในอุตสาหกรรมรถไฟช่วง ค.ศ. 1890 ถึง 1920 เขาสนใจศึกษาขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ซึ่งจำเป็นต่อการก่อตัวของเศรษฐกิจสมัยใหม่และการประยุกต์ใช้ทฤษฎีนีโอคลาสสิก ในเวลาต่อมาได้เสนอทฤษฎีการอธิบายความสำเร็จ

⁹ 1 ปีหลังจากชานด์เลอร์เสียชีวิต ในเดือนพฤษภาคม ค.ศ. 2007 วารสาร *BHR* จัดพิมพ์ชุดบทความจำนวน 9 ชิ้นจากนักประวัติศาสตร์ธุรกิจแนวหน้าในฉบับพิเศษหัวข้อ “A Special Issue on Alfred D. Chandler Jr.” เพื่อระลึกถึงคุณูปการและความเป็นตำนานของชานด์เลอร์ บทความประกอบด้วยหัวข้อ อาทิ “Alfred Chandler: His Vision and Achievement”; “Turner, Beard, Chandler: Progressive Historians”; Chandler and Global Business History; Alfred Chandler, Founder of Strategy: Lost Tradition and Renewed Inspiration; Chandler and Business History in Japan นอกเหนือบันทึกจดหมายเหตุเล่าเรื่องข้อมูลเกี่ยวกับการวิจัยและการสอนที่ชานด์เลอร์มอบให้ Baker Library Historical Collections, Harvard Business School โปรดดู *Business History Review* ปีที่ 82 ฉบับที่ 2 (Summer 2008)

ของบริษัทขนาดใหญ่ในสหรัฐอเมริกาว่า เป็นผลมาจากความสามารถในการจัดการองค์กรและการลำดับชั้นทางการจัดการหรือ managerial hierarchies หนังสือเรื่อง *Strategy and Structure: Chapters in the History of Industrial Enterprise* ศึกษาการดำเนินธุรกิจของบริษัทอุตสาหกรรม Du Pont (1802), General Motor (1908), Standard Oil (1870) และ Sears Roebuck (1886) บริษัทเหล่านี้เติบโตเป็นธุรกิจขนาดใหญ่และเป็นส่วนหนึ่งของเศรษฐกิจสหรัฐอเมริกาที่ใหญ่ที่สุดในโลก การเปลี่ยนแปลงกลยุทธ์ทางธุรกิจระหว่างทศวรรษที่ 1920 สร้างพลวัตให้กับบริษัทด้วยกิจกรรมทางเศรษฐกิจรูปแบบใหม่พร้อมแก้ไขปัญหारेื่องการจัดการองค์กร ชานด์เลอร์วิเคราะห์รูปแบบการจัดการแบบพหุหน่วยงาน (multidivisional form/M-form) และอธิบายว่ากลยุทธ์หรือ strategy หมายถึงการตัดสินใจอย่างแน่วแน่ต่อวัตถุประสงค์ระยะยาวของบริษัท การกำหนดวัตถุประสงค์ในการดำเนินงาน การจัดสรรทรัพยากร การเลือกใช้เทคโนโลยี และการปรับองค์กร (Chandler, 1962)

ชานด์เลอร์ขยายแนวคิดการจัดการต่อในหนังสือเล่มต่อมา *The Visible Hand: The Managerial Revolution in American Business* (ตีพิมพ์ครั้งแรก ค.ศ. 1977) วิเคราะห์การขึ้นมาขององค์กรธุรกิจขนาดใหญ่ที่มีผู้ถือหุ้นจำนวนมากและถือว่าเป็นสถาบันใหม่ในสหรัฐอเมริกาทศวรรษ 1840 – 1920 เพื่อตอบคำถามว่าทำไมบริษัทเหล่านี้จึงเจริญรุ่งเรืองขณะที่บางอุตสาหกรรมไม่ประสบความสำเร็จ เขาเสนอว่าองค์กรอุตสาหกรรมสมัยใหม่ได้ประโยชน์จากมือที่มองเห็นหรือ “the visible hand” ที่เข้าแทนที่มือที่มองไม่เห็นของกลไกตลาด การร่วมมือทางการบริหาร (administrative coordination) ทำให้เกิดความก้าวหน้าทางการผลิตและการจัดจำหน่ายแทนที่จะพึ่งระบบราคาที่ทำให้อุปสงค์และอุปทานสมดุล และสินค้าหมุนเวียนจากวัตถุดิบไปสู่ผู้บริโภค การลำดับชั้นทางการจัดการที่ประกอบด้วยผู้จัดการหลายระดับสามารถเฝ้าสังเกตและประสานงานกิจกรรมของหน่วยต่างๆ ทางธุรกิจได้อย่างมีประสิทธิภาพมากกว่ากลไกตลาด (Chandler, 2002, pp. 1-14) ในทศวรรษ 1970 ผู้ศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจสนใจผู้กระทำ (actor) มากขึ้นโดยใช้งานของชานด์เลอร์เป็นศูนย์กลางของการถกเถียง ในเวลาต่อมา งานและแนวคิดของเขาถูกวิจารณ์ว่าเน้นบริษัทขนาดใหญ่ของชาวตะวันตกเป็นศูนย์กลางภายใต้โครงสร้างของเศรษฐกิจที่พัฒนาแล้ว ไม่เกี่ยวกับเรื่องความเป็นผู้ประกอบการ ธุรกิจขนาดกลางและเล็ก การเงิน และวัฒนธรรมธุรกิจ (Rose, M. H., 2008; The Editors, 2017, p. 443) อย่างไรก็ตาม ประเด็นเหล่านี้ไม่ได้เป็นแนวโน้มการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจในช่วงเวลาที่ชานด์เลอร์ผลิตผลงาน

คำวิพากษ์หลักต่องานประวัติศาสตร์ธุรกิจในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 20 คือการเน้นตะวันตกไม่ว่าจะเป็นสหรัฐอเมริกาหรือยุโรปตะวันตกเป็นศูนย์กลางของการศึกษา ประวัติศาสตร์ธุรกิจของเศรษฐกิจที่พัฒนาในประเทศเหล่านี้วิวัฒนาการอยู่รอบ ๆ ประเด็นเกี่ยวกับกลยุทธ์และโครงสร้างองค์กร นักวิชาการจึงได้ตั้งกลุ่มเพื่อสร้างความร่วมมือกันในการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจของตลาดเกิดใหม่ (emerging markets) เช่น ละตินอเมริกา เอเชีย แอฟริกา และเรียกว่าเป็นประวัติศาสตร์ธุรกิจทางเลือก (alternative business history) ซึ่งจะช่วยให้เข้าใจทุนนิยมมากกว่าเน้นองค์กรธุรกิจเดี่ยว ๆ เหมือนกลุ่มงานประวัติศาสตร์องค์กรแบบที่เคยทำกันมา หลายประเทศตลาดเกิดใหม่ในทวีปเหล่านี้เผชิญกับความท้าทายคล้ายกัน กล่าวคือ การอยู่ฝั่งตรงข้าม

กับความแตกต่างครั้งใหญ่ (the Great Divergence) ในคริสต์ศตวรรษที่ 19 ทำให้ต้องไล่ตามชาติตะวันตก ทั้งยังเผชิญกับมรดกอาณานิคมที่โปรดปรานกลุ่มคนหรือชาติพันธุ์บางกลุ่มเหนือบางกลุ่ม เช่น พ่อค้าเหนือ ชาวนา คนชาวเหนือคนดำ เกือบทุกประเทศผ่านการแทรกแซงของรัฐเป็นเวลายาวนานหลังจากได้รับอิสรภาพ และเผชิญกับความว่างเปล่าทางสถาบัน (institutional voids) ด้านทุน แรงงาน และตลาดอื่น ๆ ตลอดจน ประสบกับปัญหาความไม่มั่นคงทางการเมือง การเวนคืน ความรุนแรง และความผันผวนทางเศรษฐกิจมหภาค (Austin et al., 2017, pp. 539-544) ประวัติศาสตร์ทางเลือกของตลาดเกิดใหม่ตอบสนองต่อความท้าทาย เหล่านี้ในแนวทางที่แตกต่างจากประเทศตะวันตก เช่น ผู้ประกอบการระดับและครอบครัวสำคัญกว่า การจัดลำดับชั้นการจัดการ รูปแบบธุรกิจผิดกฎหมายและไม่เป็นทางการถือเป็นเรื่องปกติ รูปแบบธุรกิจขนาดใหญ่เป็นกลุ่มธุรกิจที่มีพลวัตใช้รูป “M-from” และกลยุทธ์องค์กรที่จัดการกับความไม่มั่นคงทางเศรษฐกิจ และการเมืองนั้นจำเป็น (Austin et al., 2017, p. 568) อย่างไรก็ตาม ประวัติศาสตร์บอกเล่า (oral history) เป็นอีกวิธีการเพื่อเก็บข้อมูลผู้นำทรงอิทธิพลในภาคธุรกิจและองค์กรทางสังคม (Jones & Cornunale, 2019) บทสัมภาษณ์ผู้ทรงอิทธิพลในตลาดเกิดใหม่โดยสมาชิก HBS ปรากฏอยู่บนฐานข้อมูลเว็บไซต์ของ HBS (Harvard Business School, n.d.)

นอกจากตลาดเกิดใหม่ที่ได้รับความสนใจแล้ว ประวัติศาสตร์ธุรกิจของประเทศมหาอำนาจอย่าง สาธารณรัฐประชาชนจีน สหพันธรัฐรัสเซีย และสาธารณรัฐอินเดียทั้งจากค่ายคอมมิวนิสต์ สังคมนิยม และ ประชาธิปไตยที่ขึ้นมามีอิทธิพลทางเศรษฐกิจได้รับการวิจัยจำนวนมากขึ้น งานที่ทบทวนประวัติศาสตร์ธุรกิจ ของประเทศมหาอำนาจเหล่านี้รวมทั้งประเทศในโลกระหว่างตะวันออก (Global East) สงสัยต่อเรื่องการเกิดขึ้นของ การศึกษา การแบ่งช่วงเวลาศึกษา ประเด็นที่ควรได้รับการศึกษา การใช้หลักฐานทางประวัติศาสตร์และข้อมูล ชุมใหม่ คำถามร่วมของฝั่งประเทศสังคมนิยมคือระบบเศรษฐกิจแบบทุนนิยมมีบทบาทเมื่อใดและอย่างไร รัฐบาลมีบทบาทในระบบธุรกิจอย่างไร และรูปแบบของทุนนิยมรัฐเป็นอย่างไร

เราจะเข้าใจพัฒนาการทุนนิยมของจีนได้โดยเริ่มจากการเข้าใจการเขียนประวัติศาสตร์ธุรกิจจีน อัดัม เค ฟรอสต์ (Adam K. Frost) อธิบายว่าการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจจีนถือกำเนิดจากบริบทช่วงต้น สงครามเย็นและพัฒนาเป็นสาขาย่อยภายใต้ “อาณาบริเวณศึกษา” (area studies) บรรดานักวิชาการสนใจ ภูมิภาคการเมืองและต้องการตอบคำถามว่าทำไมจีนถึงไม่ประสบความสำเร็จทางเศรษฐกิจและธุรกิจ เช่นเดียวกับยุโรป กลางทศวรรษ 1980 นักวิชาการจึงศึกษาวิวัฒนาการของธุรกิจจีนในแนวทางของตนเอง และเปลี่ยนไปสู่คำถามว่าทำไมเศรษฐกิจจีนเติบโตเป็นอย่างมาก ประวัติศาสตร์แบบเก่าถูกเขียนขึ้นใหม่จาก มุมมองของการพัฒนาแบบหลังสังคมนิยมในภาวะของความไม่แน่นอน งานวิจัยชิ้นใหม่ ๆ ได้ทบทวน บทบัญญัติของประวัติศาสตร์ธุรกิจระหว่างประเทศและได้กลับการเล่าแบบทบทวนของประวัติศาสตร์จีนที่มีรัฐเป็น ศูนย์กลาง งานเหล่านี้หันมาเน้นถึงสถาบันธุรกิจของคนท้องถิ่น การตัดสินใจเชิงกลยุทธ์ของบริษัท อุตสาหกรรมช่วงแรก และความสัมพันธ์ที่มีพลวัตระหว่างธุรกิจและจักรวรรดินิยมตะวันตก งานวิจัย ประวัติศาสตร์ธุรกิจช่วงการเปลี่ยนผ่านสู่สมัยสังคมนิยมและสมัยสังคมนิยมชี้ว่าธุรกิจและนักธุรกิจท้องถิ่นมี

บทบาทสำคัญต่อการพัฒนาเศรษฐกิจแบบทุนนิยมท่ามกลางสถาบันหลักของรัฐที่ไม่สนับสนุนกิจกรรมทุนนิยม (Frost, 2022)

ฟรอสต์ยังชี้ให้เห็นถึงปัญหาของการเล่าประวัติศาสตร์ความสำเร็จของพรรคคอมมิวนิสต์จีนตลอดจนบทบาทในการเสนอแนวทางการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจสังคมของจีน พรรคคอมมิวนิสต์จีนปิดปากหอคจดหมายเหตุผลแห่ง ฟรอสต์เองเผชิญกับปัญหาการเข้าถึงหลักฐานแต่ก็ได้เจอชุดเอกสารโดยบังเอิญ เป็นรายงานเกี่ยวกับตลาดมืด โรงงานใต้ดิน และกิจกรรมทางทุนนิยมอื่น ๆ ซึ่งถูกผลิตระหว่างการปฏิวัติวัฒนธรรมกลางทศวรรษ 1960 ถึงกลางทศวรรษ 1970 สิ่งนี้อธิบายได้ว่าทำไมตลาด (market) ถึงได้เปิดอีกครั้ง กิจกรรมทางเศรษฐกิจภาคเอกชนจึงได้ทะยานขึ้น พลเมืองจีนมีส่วนร่วมในการแลกเปลี่ยนทางการตลาดมายาวนานก่อนการเปลี่ยนแปลงแบบสังคมนิยม ฟรอสต์ได้ “ช่วยเหลือประวัติศาสตร์จากถังขยะ” ใช้หลักฐานและข้อมูลใหม่ตอบโต้กับความเข้าใจเดิมที่เน้นรัฐเป็นศูนย์กลาง หลักฐานที่ได้จากตลาดนัดทางภาคตะวันออกของจีนเป็นคดีความจำนวน 2,690 คดีของผู้ถูกกล่าวหาว่าเป็นผู้เก็งกำไรและผู้ทำกำไรจากการประกอบธุรกิจ เจ้าหน้าที่รัฐบาลระดับล่างจัดทำเอกสารดังกล่าวและทำคำวินิจฉัยให้ทำลายแต่เอกสารก็รอดมาได้ ขนาดและขอบเขตของกิจกรรมของผู้ประกอบการอย่างไม่เป็นทางการในช่วงจีนสมัยเหมา เจ๋อตง (Mao Zedong) เผยให้เห็นว่ารัฐไม่ได้เป็นผู้นำการปฏิรูปและการเปิดประเทศจีนเพียงฝ่ายเดียวแต่เป็นเพราะการเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจและสถาบันทางธุรกิจของเอกชน (Frost, 2023)

เมื่อข้ามมาทางฝั่งประเทศอินเดีย การศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจอินเดียไม่ขาดแคลนอัตชีวประวัติของนักธุรกิจอินเดียและบริษัทธุรกิจแต่ยังต้องการงานอัตชีวประวัติที่มีคุณภาพยิ่งขึ้น ชินเมย์ ทุมเบ (Chinmay Tumble) เห็นว่ามีความเป็นไปได้ในการเขียนประวัติศาสตร์การจัดการที่นอกเหนือจากเรื่องการตลาด การเงิน การปฏิบัติการ กลยุทธ์ ทรัพยากรบุคคล กล่าวคือ ควรขยายพื้นที่การศึกษาไปยังระดับภูมิภาคและภาคส่วนที่เน้นเมืองเล็ก อินเดียตอนกลาง ตะวันออกเฉียงเหนือ หิมาลายา ทั้งขยายไปการศึกษาไปยังภาคส่วนการเกษตร อสังหาริมทรัพย์ เคมีภัณฑ์ ธนาคาร สื่อ ภาพตัวแทนของผู้หญิงและวรรณกรรม (Tumble, 2019, pp. 157-158) ทุมเบสนับสนุนการใช้หอคจดหมายเหตุและประวัติศาสตร์บอกเล่าในฐานะวิธีการวิจัย นักวิจัยสามารถใช้หอคจดหมายเหตุบริษัทข้ามชาติและบริษัทอินเดียอย่างน้อย 10 แห่งในอินเดียและต่างประเทศ เช่น หอคจดหมายเหตุยูนิลีเวอร์ (Unilever) ในสหราชอาณาจักรและเจ วอลเตอร์ ทอมป์สัน (J Walter Thompson) ในสหรัฐอเมริกา กลุ่มทาทา (Tata Group) และกลุ่มโกเดรจ (Godrej Group) เก็บเอกสารบริษัทตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 19 หรือกระทั่งธนาคารรัฐแห่งอินเดีย (State Bank of India) เก็บชุดเอกสารของบริษัทบาจาจ (Bajaj) ชิพลา (Cipla) ดีจีเอ็ม (DGM) และ วิโปร (WIPRO) สถาบันการศึกษาและหอคจดหมายเหตุธุรกิจควรเป็นผู้นำในการดึงดูดนักศึกษาและนักวิชาการ ดังที่ Godrej Archives ให้ทุนการวิจัยและ Indian Institute of Management Ahmedabad (IIMA) ดำเนินโครงการฝึกงานด้านประวัติศาสตร์ (Tumble, 2019, pp. 156-157) ประเด็นการศึกษาและตัวอย่างการดำเนินงานของหอคจดหมายเหตุธุรกิจเหล่านี้ถือเป็นข้อพิจารณาสำหรับการวิจัยประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยได้

ประวัติศาสตร์ธุรกิจรัสเซียอาจยังไม่ตื่นตัวเท่ากับของจีนและอินเดีย ถึงกระนั้นยังเป็นที่น่าจับตามองเพราะเป็นงานศาสตร์พื้นฐานและเป็นพื้นที่ทดลองซึ่งจะเป็นประโยชน์ต่อการศึกษาเศรษฐกิจ องค์กร และการจัดการ วาเลนตินา ฟาวา (Valentina Fava) และโวลอดี้มีร์ คูลิกอฟ (Volodymyr Kulikov) อธิบายว่า พัฒนาการทางสถาบันของประวัติศาสตร์ธุรกิจรัสเซียมาจากหลายศาสตร์และไม่ได้มีพรมแดนชัดเจน ไม่มีภาควิชาหรือศูนย์วิจัยในรัสเซียหรือต่างประเทศที่เน้นประวัติศาสตร์ประเภทนี้ เรื่องผู้ประกอบการหรือการเป็นผู้ประกอบการได้รับความนิยมในประวัติศาสตร์ธุรกิจสายองค์กร ทั้งสองพบว่าในช่วงยี่สิบปีที่ผ่านมาประเด็นที่ได้รับการอ้างอิงมากที่สุดคือ เรื่องการทำธุรกิจอย่างไม่เป็นทางการและอาชญากรรม พวกเขาแนะนำให้ประยุกต์ใช้ “ประวัติศาสตร์ทางเลือก” หรือ “Alternative Business History” เพื่อหาวิธีการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจรัสเซียในช่วงจักรวรรดิ โซเวียต และหลังโซเวียต ทั้งนี้ หัวข้อ เช่น โครงสร้างองค์กร กลยุทธ์ทางธุรกิจ กระบวนการตัดสินใจ และการศึกษาองค์กรธุรกิจของรัสเซียยังต้องได้รับการวิจัยต่อไป (Fava & Kulikov, 2022)

การทำธุรกิจแบบรัสเซียส่งอิทธิพลต่อประเทศที่เคยปกครองแบบสังคมนิยม สิ่งที่เป็น “สังคมนิยม” เกี่ยวกับสหภาพโซเวียต ยุโรปตะวันออก หรือจีนนั้นอาจจะไม่ยากที่จะเข้าใจ วลาดิมีร์ อันคอฟสกี-โคริชา (Vladimir Unkovski-Korica) และซาชา เวย์ซาจิซ (Saša Vejzagić) ตั้งคำถามว่าบริษัทในประเทศสังคมนิยมที่มีการเมืองแบบโซเวียตรวมทั้งระบบสั่งการและบังคับ (command and control system) นั้นเป็นอย่างไร งานประวัติศาสตร์ธุรกิจกลุ่มประเทศโลกชั้นสองช่วงสงครามเย็นที่มีการปกครองและผู้ประกอบการแบบสังคมนิยม เช่น เยอรมันตะวันออกและยูโกสลาเวีย เป็นตัวอย่างของความหลากหลายที่เด่นชัด งานกลุ่มนี้อธิบายทุนนิยมรัฐที่ยึดตัวแปรตลาดที่เป็นมิตรและไม่ฝักใฝ่ฝ่ายใด ชนชั้นนำโซเวียต ยุโรปตะวันตกและตะวันออกมีบทบาทในการสร้างความร่วมมือทางการค้า เราจึงไม่สามารถอนุมานได้ว่าประเทศเหล่านี้จะดำเนินธุรกิจตามสหภาพโซเวียตแบบบนลงล่าง (top-down) อันคอฟสกี-โคริชาและเวย์ซาจิซเสนอว่าให้ศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจของ “Global East” แบบพื้นฐาน (Unkovski-Korica & Vejzagić, 2023)

ขณะที่นักวิชาการจากพื้นที่นอกอเมริกาและยุโรปศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจเพิ่มขึ้น นักประวัติศาสตร์ธุรกิจแถบประเทศนอร์ดิกยังออกมาเรียกร้องว่า “ถึงเวลาสำหรับการริเริ่มประวัติศาสตร์ธุรกิจนอร์ดิก” แม้จะมีผู้สนใจประวัติศาสตร์ธุรกิจนอร์ดิกตีพิมพ์ผลงานในวารสารระดับนานาชาติจำนวนมากขึ้นและเข้าร่วมการประชุมระดับนานาชาติอย่างแข็งขัน พวกเขาทำงานอยู่ในมหาวิทยาลัย วิทยาลัย คณะบริหารธุรกิจ และพิพิธภัณฑสถาน นักประวัติศาสตร์ธุรกิจจำนวนหนึ่งเป็นนักวิชาการนอกสายประวัติศาสตร์ เอสเพน เอกเบิร์ก (Espen Ekberg) และมาร์ติน เจส ไอเวอร์เซน (Martin Jes Iversen) ยกธงเหลืองเตือนว่าอนาคตของประวัติศาสตร์ประเภทนี้ยังขาดการสอนอย่างเพียงพอในระดับอุดมศึกษารวมทั้งในคณะบริหารธุรกิจ ประวัติศาสตร์ยังเป็นไปตามใบสั่งจากองค์กรธุรกิจและเผชิญกับการขาดแคลนการจ้างนักวิจัยใหม่ ทางออกคือการสร้างความร่วมมือผ่านโครงการวิจัยนอร์ดิกที่ได้รับการสนับสนุนทางการเงินจากภายนอกและการสร้างพื้นที่ความร่วมมือ เช่น ระหว่างนักวิชาการจากทางคณะบริหารธุรกิจและภาควิชาประวัติศาสตร์เพื่อการพัฒนาโครงการและการเรียนการสอน โครงการ “Business School Initiative” ที่ HBS ใน ค.ศ. 2012

เป็นตัวอย่างที่เสนอ 4 แนวทางในการสร้างกระบวนวิชา ได้แก่ วิชาที่มีบริษัทเป็นศูนย์กลางและการจัดการประวัติศาสตร์ทุนนิยม ประวัติศาสตร์ธนาคารและการเงิน และวิชาด้านนวัตกรรมและผู้ประกอบการ เอกเบิร์ก และไอเวอร์เซนเสนอให้สร้างเครือข่ายนอร์ดิกสำหรับนักประวัติศาสตร์ทางทะเล นอกจากนี้ บทบาทของ The Scandinavian Society for Economic and Social History เจ้าของวารสาร *Scandinavian Economic History Review* ควรได้มีการปรับแนวทางการดำเนินงานเพื่อสนับสนุนการเติบโตของประวัติศาสตร์ประเภทนี้ (Ekberg & Iversen, 2018)

ตัวอย่างการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจต่างพื้นที่ทั่วโลกดังกล่าวมาข้างต้นชี้ให้เห็นว่าแวดวงวิชาการสนับสนุนการศึกษาข้ามศาสตร์ประสานความร่วมมือในเชิงแนวคิดและแนวทางวิจัย ผู้สนใจศึกษาแนวโน้มของประวัติศาสตร์ธุรกิจถึงขั้นตั้งคำถามว่าประวัติศาสตร์ธุรกิจเป็นสาขาวิชาหรือไม่ สิ่งที่สร้างสาขาวิชาของประวัติศาสตร์ธุรกิจนั้นคืออะไร นักประวัติศาสตร์ธุรกิจบางคนเสนอว่าประวัติศาสตร์ธุรกิจไม่สามารถถูกระบุคุณสมบัติว่าเป็นสาขาวิชา ในขณะที่อีกจำนวนหนึ่งกำลังก่อตัวเป็นชุมชนและเห็นพ้องกันว่าประวัติศาสตร์ธุรกิจไม่ควรยึดติดต่อสถานะที่ตายตัว หยุตน์ และไม่ถูกทำลาย นักวิชาการกลุ่มนี้อธิบายว่าประวัติศาสตร์ธุรกิจเป็น “พรมแดนหรือชั้นตีสี่ที่นักวิจัยผู้มีภูมิหลังแตกต่างกันมาแลกเปลี่ยนความคิดและแนวพินิจที่ไม่เอื้อในสาขาวิชาของตนเอง” (Keneley, 2020, p. 283) ชุมชนนี้จึงมีพลวัตและยืดหยุ่น ยอมรับหนทางใหม่ ๆ ในการตีความเหตุการณ์และวิธีวิทยาแบบใหม่ รวมทั้งการออกนอกกรอบสาขาประวัติศาสตร์ธุรกิจและเศรษฐกิจไปสู่ความหลากหลายของแนวคิดและแนวพินิจ การร่วมมือในการทำวิจัยแบบสหการเป็นทางเลือกหนึ่งโดยเน้นการวิเคราะห์เชิงเปรียบเทียบหรือข้ามชาติซึ่งอาศัยความรู้เรื่องพหุสังคม การพัฒนาโครงการประวัติศาสตร์บอกเล่า และการใช้แนวคิดวิทยาศาสตร์ข้อมูล ทั้งนี้การร่วมมือในลักษณะนี้จะเกิดขึ้นได้ด้วยการผลักดันในระดับมหาวิทยาลัย (Balleisen, 2020) ข้อเสนอทั้งหมดนี้สามารถนำมาปรับใช้ได้กับการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจไทย

“ธุรกิจ” ในประวัติศาสตร์ไทย

เมื่อข้ามกลับมายังวงการประวัติศาสตร์ไทย “ธุรกิจ” เป็นส่วนสำคัญของประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทยโดยเฉพาะเป็นส่วนหนึ่งของการพัฒนาระบบทุนนิยมผ่านกิจการหรือธุรกิจ กลุ่มธุรกิจ บริษัทธุรกิจ นายทุน หรือผู้ประกอบการหลากหลายกลุ่ม การสะสมทุนในระดับประเทศและภูมิภาค และเครือข่ายความสัมพันธ์ระหว่างกลุ่มอำนาจทางการเมืองและเศรษฐกิจ หนังสือ *เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงธนบุรี* ของผาสุก พงษ์ไพจิตร และ คริส เบเคอร์ (2546) ตอกย้ำพ้อยนี้ว่า นักธุรกิจ ผู้ประกอบการในฐานะตัวกระทำทางประวัติศาสตร์ หนังสือต่อเรื่องราวทุนนิยมแต่ละช่วงตั้งแต่ต้นสมัยใหม่หรือต้นกรุงรัตนโกสินทร์เป็นต้นมาให้ เป็นเส้นประวัติศาสตร์เดียวกัน ผาสุก และ คริส ยังสื่บให้ “เจ้าสัว พ้อย และกลุ่มทุน” เป็นกลุ่มตัวละครหลักในโครงเรื่อง *ประวัติศาสตร์ไทยร่วมสมัย* (คริส เบเคอร์ และ ผาสุก พงษ์ไพจิตร, 2566)

คำถามหลักของงานประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทยรุ่นบุกเบิกคือเศรษฐกิจไทยมีความเป็นมาอย่างไร ระบบเศรษฐกิจไทยเป็นอย่างไร สัมพันธ์กับการเข้าสู่สมัยใหม่ของสังคมไทยอย่างไร โครงสร้างทางเศรษฐกิจ

เปลี่ยนจากระบบศักดินาสู่ระบบทุนนิยมตั้งแต่เมื่อใด ระบบทุนนิยมมีองค์ประกอบอะไรบ้าง และพัฒนาการของทุนนิยมเป็นอย่างไร หนึ่งในงานตั้งต้นเล่มดังได้แก่เรื่อง *Economic Change in Thailand, 1850 – 1950* (1955, 1971) โดยเจมส์ ซี อินแกรม (James C. Ingram) นักประวัติศาสตร์นีโอคลาสสิก (neoclassic) ซึ่งเสนอไว้ว่าระบบเศรษฐกิจสยามเปลี่ยนจากระบบเศรษฐกิจแบบพอเพียงเลี้ยงตัวเองไปเป็นทุนนิยมหลังจากสยามลงนามสนธิสัญญาบาวริง (The Bowring Treaty) ใน ค.ศ. 1855 หรือ พ.ศ. 2398 ทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงขนานใหญ่ ระบบการเก็บภาษีใหม่เอื้อโอกาสให้นายทุนตะวันตกเข้ามาประกอบกิจการในสยาม เช่น นำเข้าและส่งออกสินค้า ข้าว ทำเหมืองแร่ ทำป่าไม้ ประกันภัย และขนส่งสินค้าทางเรือ สินค้าส่งออกที่สำคัญได้แก่ ข้าว ไม้สัก และดีบุก นายทุนจีนปรับตัวต่อการเปลี่ยนแปลงอย่างต่อเนื่องจากเดิมที่เคยมีส่วนร่วมทางการค้าอยู่ก่อนหน้านี้แล้วในต้นกรุงรัตนโกสินทร์ ทั้งนี้ อินแกรมไม่ได้เน้นกลุ่มนายทุนให้เป็นผู้แสดงหลักในหนังสือทั้งเล่มแต่เป็นส่วนประกอบของระบบเศรษฐกิจทั้งหมด (อินแกรม, 2552)

ในเวลาต่อมา อากิระ ซูเออิโระ (Akira Suehiro) เห็นบทบาทของกลุ่มนายทุนอย่างโดดเด่น จึงดำเนินเนื้อเรื่องการสะสมทุนในประเทศไทยโดยใช้กลุ่มนายทุนเป็นศูนย์กลางนับตั้งแต่ระบบเศรษฐกิจสยามเข้าร่วมกับระบบเศรษฐกิจโลกหลังจากการลงนามสนธิสัญญาบาวริง ซูเออิโระทำความเข้าใจกลุ่มทุนยุโรป จีน ศักดินาก่อนการเปลี่ยนแปลงการปกครอง พ.ศ. 2475 และเพิ่มกลุ่มทุนขุนนางหลังสงครามมหาเอเชียบูรพา จนถึง พ.ศ. 2500 จากนั้นแนะนำกลุ่มทุนอุตสาหกรรม การเงิน และธุรกิจการเกษตรในทศวรรษ 2500 จนถึงต้นทศวรรษ 2530 กลุ่มทุนรูปแบบต่าง ๆ จึงเป็นตัวเอกในการเล่าเรื่อง ซูเออิโระแสดงให้เห็นถึงความเป็นผู้นำขององค์กรธุรกิจเอกชน การเติบโตเป็นอย่างมากของกลุ่มทุน การรวมศูนย์ทางเศรษฐกิจผ่านการเป็นเจ้าของทุนและโครงสร้างตลาดในอุตสาหกรรมหลักของประเทศ และรูปแบบการเปลี่ยนแปลงของความสัมพันธ์ระหว่างชนชั้นนำ ซูเออิโระสรุปว่าการพัฒนาทุนนิยมไทยในช่วงนี้ได้รับการสนับสนุนจากกลุ่ม 3 กลุ่ม คือ หนึ่ง องค์กรของรัฐและสาธารณะรวมถึงบริษัทที่ทหารเกี่ยวข้อง สอง บริษัทข้ามชาติ และ สาม กลุ่มธุรกิจเอกชน หรือที่เรียกว่าโครงสร้างสามขา (tripod structure) (Suehiro, 1996)

อย่างน้อยตั้งแต่ปลายทศวรรษ 2510 เมื่อบรรยากาศทางความคิดหลังเหตุการณ์ 14 ตุลาคม 2516 เปิดโอกาสให้นักวิชาการและนักคิดแสวงหาคำตอบต่อลักษณะของสังคมไทยที่สัมพันธ์กับระบบเศรษฐกิจ คำถามหลักคือทำไมสังคมไทยจึงอ่อนแอหรือพัฒนาไปอย่างล่าช้า เช่น งานของฉัตรทิพย์ นาถสุภา และคณะเกี่ยวกับวิวัฒนาการระบบเศรษฐกิจไทยสรุปว่าเพราะสังคมไทยขาดชนชั้นกระฎุมพี (bourgeoisie) อิสระ ทำให้ยังต้องแบ่งส่วนเกินทางเศรษฐกิจกับเจ้านายและข้าราชการ ไม่มีอำนาจทางการเมืองและไม่เป็นผู้นำทางวัฒนธรรม ปัญหาเหล่านี้ส่งผลให้เศรษฐกิจอุตสาหกรรมไม่พัฒนาและระบอบการเมืองไม่เป็นประชาธิปไตย (พรรณี บัวเล็ก, 2544, น. 57, 138-139) ในเวลาต่อมา นักเศรษฐศาสตร์ นักประวัติศาสตร์เศรษฐกิจ และนักรัฐศาสตร์จึงพากันศึกษาพัฒนาการของระบบทุนนิยมไทย การสะสมทุน กลุ่มทุนต่างๆ อาทิ แบ่งตามฐานเชื้อชาติหรือชาติพันธุ์ (ไทย จีน ตะวันตก/ยุโรป ญี่ปุ่น) ชนชั้นและกลุ่มคน (ชนชั้นนำ เจ้า ขุนนาง กระฎุมพี การเมือง) ฐานธุรกิจ และพื้นที่ (ท้องถิ่น/ภูมิภาคกลางเหนืออีสานและใต้) งานสำรวจสถานะความรู้ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทยและความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมไทยยืนยันทันทีถึงชุดข้อมูลเหล่านี้ว่ามี

มากพอที่จะถูกตั้งคำถามและต่อยอดในการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจไทย (นพรัตน์ วรรณเทพสกุล และ ชารินทร์ ตั้งสิทธิสมบูรณ์, 2566; พรณี บัวเล็ก, 2544; ศุภากร สิริไพศาล, 2560; ชัยพงษ์ สำเนียง, 2560; Anamwathana & Vechbanyongratana, 2021) ขณะเดียวกันงานเหล่านี้ยังทำให้เกิดข้อสงสัยว่าขนบ การศึกษานายทุนที่ได้รับอิทธิพลจากทางเศรษฐศาสตร์การเมืองและอยู่ในพื้นที่ประวัติศาสตร์เศรษฐกิจได้ ชะลอการเติบโตของประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยหรือไม่

อย่างไรก็ตาม ข้อถกเถียงใหญ่ร่วมกันประเด็นหนึ่งคือ ความล่าช้าในการพัฒนาเศรษฐกิจไทยใน คริสต์ศตวรรษที่ 19 และ 20 นอกเหนือการเรื่องความล้มเหลวของแรงงานภาคชนบทที่เข้าสู่การจ้างงานในเมือง และความล้มเหลวของรัฐบาลไทยในการลงทุนโครงการชลประทานขนาดใหญ่แล้ว การพัฒนาเศรษฐกิจไทย เกิดช้าเนื่องจากปัญหาภายนอกและภายในสยาม/ประเทศไทย กลุ่มนักวิชาการสายทฤษฎีมาร์กซิสต์ใหม่ รัฐ และเศรษฐศาสตร์การเมืองเห็นว่าเป็นเพราะปัจจัยภายในจากปัญหาระบบศักดินาที่ชนชั้นนำผูกขาดที่ดิน ทำให้มีอำนาจทางเศรษฐกิจ การเมืองและวัฒนธรรมเหนือชนชั้นล่างที่ถูกใช้ประโยชน์ รัฐไทยในคริสต์ศตวรรษ ที่ 20 เป็นสถาบันที่ไม่มีประสิทธิภาพและสกัดผลประโยชน์ กระตุ้นการแสวงหาค่าเช่าและลูกค้าในหมู่นักธุรกิจ และนักการเมืองที่มีอำนาจ (Anamwathana & Vechbanyongratana, 2021, pp. 346-347) งานในกลุ่มนี้ ตอกย้ำความสัมพันธ์เชิงอุปถัมภ์ระหว่างรัฐ ข้าราชการ และนายทุนกลุ่มต่าง ๆ ซึ่งปรากฏในการดำเนินธุรกิจ ของกลุ่มทุนธนาคาร

นายทุนธนาคารและธุรกิจธนาคารพาณิชย์ไทยในฐานะแหล่งสะสมทุนหลักของประเทศได้รับความสนใจในการศึกษาทางประวัติศาสตร์อย่างต่อเนื่อง (เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม, 2536; ปัทวิ แดงโกเมน, 2562; พรณี บัวเล็ก, 2543; รัตนาวดี รัตนโกมล, 2524; อภิชาติ สถิตินิรามัย, 2556; Hewison, 1989) ธนาคารพาณิชย์ไทยหลายแห่งร่วมมือกับกลุ่มผู้มีอำนาจทางการเมืองระดับรัฐที่มีบทบาททางธุรกิจ อย่างกว้างขวางในการแสวงหาผลประโยชน์และผูกขาดอำนาจทางเศรษฐกิจ ดังในทศวรรษ 2490 รูปแบบและ ลักษณะของนายทุนธนาคารพาณิชย์ถูกมองว่าร่วมเป็นส่วนหนึ่งของทุนนิยมขุนนางไทย (Thai bureaucratic capitalism) สังคิต พิริยะรังสรรค์ ใช้ข้อมูลส่วนใหญ่จากรายงานการประชุมผู้ถือหุ้นบริษัทเพื่อชี้ว่าบรรดา นายทหารกลุ่มซอกราชครูและสี่เสาเทเวศร์มีบทบาทในการก่อตั้งธนาคารพาณิชย์หลายแห่ง ขณะเดียวกัน นายทุนธนาคารได้เชิญนายทหารเข้าไปเป็นกรรมการบริษัทที่ตนเองก่อตั้งขึ้น ให้ทั้งเงินเดือน เบี้ยประชุม โบนัส และสวัสดิการต่าง ๆ (สังคิต พิริยะรังสรรค์, 2526) รัฐไทยสมัยจอมพลสฤษดิ์ ธนะรัชต์เป็นนายกรัฐมนตรีมีความเข้มแข็งและประสบความสำเร็จในการปฏิรูปเศรษฐกิจจนสามารถสร้างวิธีการสะสมทุนแบบทุนนิยม ธนาคาร กระบวนการกำหนดนโยบายเกิดขึ้นผ่านความสัมพันธ์สามเส้าระหว่างนายธนาคาร เทคโนแครต และ ผู้กุมอำนาจทางการเมือง ระบบทุนนิยมธนาคารสิ้นสุดช่วงวิกฤติเศรษฐกิจปี 2540 เนื่องจากสถาบัน เทคโนแครตที่เคยเข้มแข็งเกิดการล่มสลาย รัฐไทยเริ่มอ่อนแอตั้งแต่ทศวรรษ 2520 และมากขึ้นในทศวรรษ 2530 (อภิชาติ สถิตินิรามัย, 2556) ธนาคารกรุงเทพมักถูกยกเป็นกรณีศึกษาโดยเฉพาะช่วงแรกของการก่อตั้ง ธนาคารที่มีความสัมพันธ์เชิงอำนาจกับสถาบันหลักทางการเมืองและชนชั้นนำไทย ชิน โสภณพนิช หนึ่งใน ผู้ร่วมบุกเบิก มีบทบาทอย่างมากในทศวรรษที่ 2480 – 2520 (Hewison, 1989; ปัทวิ แดงโกเมน, 2562)

งานประวัติศาสตร์เศรษฐกิจเชิงสถาบันตั้งคำถามว่าช่วงหลังวิกฤตเศรษฐกิจ พ.ศ. 2540 กลุ่มบริษัทขนาดใหญ่และนายทุนไทยปรับตัวทางธุรกิจอย่างไร คำตอบอยู่ในบทความเกี่ยวกับธุรกิจครอบครัว ตระกูลธุรกิจธนาคารพาณิชย์ สุรา ธุรกิจยานยนต์ ค้าปลีก ก่อสร้าง และสำนักงานทรัพย์สินส่วนพระมหากษัตริย์ ของชุดหนังสือ “การต่อสู้ของทุนไทย: การปรับตัวและพลวัต” บทความเสนอการเปลี่ยนแปลงของทุนนิยมไทยและข้ามชาติ การลดบทบาทของธุรกิจครอบครัวไทยแบบดั้งเดิม เช่น ธนาคารพาณิชย์ขนาดกลางและเล็กหลายแห่ง การขึ้นมาของกลุ่มทุนใหม่ซึ่งยังมีลักษณะเป็นธุรกิจกลุ่มผูกขาดหรือกึ่งผูกขาดที่มีอิทธิพลทางการเมืองระดับสูง และการเพิ่มบทบาทของบริษัทข้ามชาติ ธุรกิจครอบครัวแบบนวัตกรรมสามารถอยู่รอดต่อไปได้ (ผาสุก พงษ์ไพจิตร, 2549)

นอกจากการศึกษาที่มี “กลุ่มทุน” เป็นศูนย์กลางในประวัติศาสตร์เศรษฐกิจแล้ว งานวิจัยเกี่ยวกับธุรกิจในประวัติศาสตร์ไทยยังหันเข้าหาคำว่า “ผู้ประกอบการ” (entrepreneur) ไม่มีงานชิ้นใดอธิบายว่าคำนี้จึงถูกใช้มากขึ้นเมื่อใดและเพราะเหตุใด คำนี้ขึ้นมามีความขัดแย้งกับคำว่า “นายทุน” หรือ “นักธุรกิจ” หรือไม่ จากการสำรวจงานพบว่าความหลากหลายของประเภทผู้ประกอบการนั้นแบ่งตามขนาด พื้นที่การประกอบการ ชาติพันธุ์ และเพศสภาพ งานจำนวนหนึ่งได้รับอิทธิพลแนวคิดทางสังคมศาสตร์ วิทยานิพนธ์เรื่อง *บทบาทของผู้ประกอบการธุรกิจชาวจีนสยามที่ตั้งรกรากอยู่ในเมืองหลวงระหว่าง พ.ศ. 2488 ถึง พ.ศ. 2520* ของวิภาวี สุวิมลวรรณ (2559) ศึกษาบทบาทของมา บุณกุล, สหัท มหาคุณ, ชิน โสภณพนิช, สมาน โอภาสวงศ์ และเกียรติ มหาคุณ ผู้ประกอบการกลุ่มนี้มีแนวทางการบริหารงานแบบครอบครัว ดำเนินธุรกิจโดยร่วมกับรัฐ เข้าสมาคมธุรกิจ และร่วมทุนทางธุรกิจ ในทางอุดมคติการดำเนินธุรกิจนั้น พวกเขายึดมั่นการตอบแทนสังคมและช่วยเหลือผู้ด้อยโอกาสทั้งที่เป็นคนจีนและไม่ใช่มนุษย์จีนในสังคม ในทศวรรษที่ 2520 พวกเขาได้ลดบทบาทการร่วมมือกับรัฐลงเนื่องจากการเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจ ผู้ประกอบการจีนเหล่านี้ได้พัฒนาวัฒนธรรมเงินและจรรยาบรรณความเป็นเงินมากขึ้น พวกเขาไม่กลัวว่ารัฐจะมองว่าเป็นภัยคุกคามเหมือนก่อนหน้านี้ ขณะเดียวกันก็รักษาค่านิยมของประเทศไทยคือชาติ ศาสนา และพระมหากษัตริย์

ในทางตรงข้าม งานของอรรถจักร์ สัตยานุรักษ์ (2559) เรื่อง *ลี้มตาอ้าปาก จาก “ชาวนา” สู่อำนาจ “ผู้ประกอบการ”* ศึกษาผู้ประกอบการในพื้นที่ชนบท ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจหลายทศวรรษที่ผ่านมาทำให้ระบบการผลิตและสังคมแบบ “สังคมชาวนา” ล่มสลายลง นำสู่การก่อรูปของสังคมใหม่คือ “สังคมผู้ประกอบการในชนบท” คนชนบทจำนวนมาก “มองเห็นและให้ความสำคัญแก่ความเท่าเทียมกันมากขึ้น” ผู้ประกอบการในชนบทจะมีทักษะการบริหารจัดการและการจัดจำหน่ายสินค้าอย่างครบวงจรตั้งแต่การผลิต การทำการตลาด และการจัดจำหน่ายสินค้า งานชิ้นนี้เน้นถึงความจำเป็นในการศึกษาผู้ประกอบการที่ต้องคำนึงถึงการแบกรับความเสี่ยง เรื่องการทำการกำไรและการขาดทุน และต้องสร้างสินค้าใหม่จากทรัพยากรหลายแหล่งซึ่งสัมพันธ์กับภาคเกษตรกรรมในชนบท อรรถจักร์ยกตัวอย่างหลักฐานว่าการที่นิตยสาร *เทคโนโลยีชาวบ้าน* (2530) และ *ไม่ลองไม่รู้* ตั้งแต่ปี 2540 ตีพิมพ์ความรู้และวิธีการเข้าสู่การเป็นผู้ประกอบการนั้นแสดงถึงการขยายตัวของผู้ประกอบการในชนบท นอกจากนี้ ผู้หญิงชนบทดำรงกิจกรรมทางเศรษฐกิจและเคลื่อนไหวในสังคมผู้ประกอบการเช่นกัน อติสร ศักดิ์สูง และ วรุตม์ นาที (2563) ศึกษาผู้หญิงในชุมชนอำเภอ

สทิงพระ จังหวัดสงขลาทศวรรษ 2550-2560 และพบว่าแนวคิดการรื้อฟื้นอัตลักษณ์ของชุมชนและเศรษฐกิจพอเพียงทำให้ผู้หญิงรวมตัวกันและช่วยกันพัฒนาเศรษฐกิจของชุมชนผ่านการท่องเที่ยว ผู้หญิงดำเนินธุรกิจ เช่น ร้านค้าปลีก ร้านอาหาร แม่ค้าจากชุมชนใกล้เคียงนำสินค้าและผลผลิตในท้องถิ่นมาตั้งขาย บทบาททางการค้าของผู้หญิงมีรากทางประวัติศาสตร์ของเศรษฐกิจในอำเภอสทิงพระมาก่อน โดยสรุป งานตัวอย่างที่กล่าวมาทั้งหมดยืนยันถึงการมีตัวตนของ “ธุรกิจ” ในประวัติศาสตร์ทุนนิยมและเศรษฐกิจไทย

ประวัติศาสตร์ธุรกิจไทย

“ประวัติศาสตร์ธุรกิจไทย” ในฐานะแขนงหนึ่งของประวัติศาสตร์ไทยยังอยู่ในสถานะของการหาทิศทางในนิเวศประวัติศาสตร์ไทย การเฟื่องฟูของเศรษฐกิจไทยในทศวรรษ 2530 มีส่วนทำให้นักประวัติศาสตร์จำนวนน้อยรายศึกษาพัฒนาการของธุรกิจที่กำลังเติบโตในสังคม ธุรกิจบันเทิงและพักผ่อนหย่อนใจคือกลุ่มงานนอกสายตานักประวัติศาสตร์เศรษฐกิจและการเมืองแต่กลับได้รับสนใจศึกษาจากผู้ทีประกาศตัวอย่างชัดเจนว่าศึกษา “ประวัติศาสตร์ธุรกิจ” ทั้งนี้ นอกเหนือจากเหตุผลเรื่องการ “บูม” ของเศรษฐกิจประเทศและความโดดเด่นของกลุ่มธุรกิจเองแล้ว ผู้ศึกษาอาจจะคุ้นเคยหรือชื่นชอบหัวข้อนั้นๆ เป็นการส่วนตัว สามารถเข้าถึงหลักฐานทางประวัติศาสตร์ลายลักษณ์อักษรได้ไม่ยากนัก เช่น หนังสือพิมพ์และนิตยสารธุรกิจจากหอสมุดแห่งชาติ หอสมุดมหาวิทยาลัย ทั้งสามารถใช้วิธีการทางประวัติศาสตร์บอกเล่า (oral history) สัมภาษณ์บุคคลที่เกี่ยวข้อง และใช้หลักฐานทางภาพและเสียงจากโลกออนไลน์ งานประวัติศาสตร์กลุ่มนี้มุ่งสำรวจรูปแบบการประกอบธุรกิจและปัจจัยที่ทำให้ธุรกิจประสบความสำเร็จ ล้มเหลว หรือคงอยู่ต่อมาได้ผ่านสถาบันทางธุรกิจมากกว่าการเน้นถึงนายทุนหรือนักธุรกิจเป็นศูนย์กลางการวิเคราะห์ แม้ว่าจะไม่ได้เน้นกรอบทฤษฎีที่แน่ชัดแต่งานหลายชิ้นบ่งชี้ว่าการเปลี่ยนแปลงทางเทคโนโลยีอันส่งผลต่อการเปลี่ยนแปลงรูปแบบของธุรกิจวิทยานิพนธ์ของฉกาจ ราชบุรี (2537) เน้นการวิจัยเพลงลูกทุ่งผ่านธุรกิจแผ่นเสียงและวงดนตรีตั้งแต่ พ.ศ. 2507-2535 เทคโนโลยีการอัดเพลงและนายทุนทำให้เกิดการเปลี่ยนแปลงธุรกิจดังกล่าว อาทิ ธุรกิจเทปคาสเซตเข้าแทนที่ธุรกิจแผ่นเสียงในช่วงทศวรรษ 2520-2535 ซึ่งเป็นช่วงเวลาเดียวกันกับที่เจ้าของธุรกิจวงดนตรีเพลงลูกทุ่งเปลี่ยนจากครอบครัวเป็นนายทุนเพราะการแข่งขันทางธุรกิจมากขึ้น

เกือบสองทศวรรษต่อมา สุพลรัช เตชะบุณณะ (2559) ได้เสนอถึงการเปลี่ยนแปลงรูปแบบการประกอบธุรกิจของตระกูลเชษฐโชติศักดิ์ (ผู้ก่อตั้งโรสชาวด์ มิวสิค) ในพ.ศ. 2525-2552 จากเดิมโรสชาวด์ มิวสิค ซึ่งต่อมาคือบริษัทอาร์เอส จำกัด (มหาชน) เป็นผู้รับจ้างอัดแผ่นเสียงและเทปคาสเซตขาย จากนั้นได้ก้าวไปสู่การเป็นค่ายเพลง เข้าสู่ตลาดหลักทรัพย์เป็นบริษัทมหาชน และขยายไปสู่ธุรกิจสื่อ ภาพยนตร์และละคร กีฬา โชว์บิช และแฟรนไชส์เนื่องมาจากการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ของระบบเทคโนโลยีและสารสนเทศ ส่วนโดม ไกรปกรณ์ (2563) เลือกศึกษาประวัติศาสตร์นักร้องหญิงร่วมสมัยในต้นทศวรรษ 2560 ผ่านธุรกิจศิลปินไอดอล BNK 48 เพื่อตอบคำถามหลักทางประวัติศาสตร์ธุรกิจคือ เหตุใดธุรกิจวงไอดอล BNK จึงประสบความสำเร็จ โดมเสนอว่าธุรกิจวงไอดอล BNK 48 ได้หยิบยืม ปรับใช้ และดำเนินรอยตามความสำเร็จของธุรกิจศิลปินไอดอลญี่ปุ่น ไม่ว่าจะเป็นการนำเอาวัฒนธรรมสมัยนิยมของญี่ปุ่น การทำธุรกิจของบริษัทศิลปินไอดอล การดัดแปลงเนื้อหาเพลงจากการเล่าเรื่องแบบญี่ปุ่นมาเป็นการเล่าเรื่องด้วยภาษาและเนื้อหาแบบที่คนไทย

คุ้นเคย ปัจจัยอื่นที่สร้างความสำเร็จให้กับวงคือการมีฐานแฟนคลับศิลปินญี่ปุ่นในสังคมไทยและการเข้ามาของเทคโนโลยีดิจิทัล

อิทธิพลของวัฒนธรรมสมัยนิยมจากต่างประเทศส่งผลต่อพัฒนาการของกลุ่มศิลปินหญิงหรือเกิร์ลกรุ๊ปในประเทศไทยโดยเฉพาะปลายทศวรรษ 2530 จนถึงทศวรรษ 2540 ค่ายเพลงยักษ์ใหญ่ เช่น แกรมมี่และอาร์เอสหรือค่ายเพลงขนาดเล็กอาศัยต้นแบบจากต่างประเทศด้านแนวดนตรี การสร้างรูปลักษณ์ภายนอกของศิลปิน และการทำประชาสัมพันธ์ผ่านการสื่อหลัก เช่น วิทยุ โทรทัศน์ หนังสือพิมพ์ (ธนะปิติ ธิปา, 2565) นอกจากวงการเพลงแล้ว นักวิชาการสายนิเทศศาสตร์ได้ศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจภาพยนตร์ไทยเพื่อเสนอทางออกต่อการพัฒนาอุตสาหกรรมภาพยนตร์ อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล (2563; 2565) เห็นว่าปัญหาหลักของธุรกิจภาพยนตร์ไทยตลอดช่วงเวลา 120 ปี [นับถึงปี 2563] คือการที่ภาพยนตร์ไทยไม่สามารถเติบโตและแข่งขันกับภาพยนตร์จากต่างประเทศได้ หลังทศวรรษ 2540 จนถึงปลายทศวรรษ 2550 กลุ่มทุนใหญ่ผูกขาดธุรกิจโรงภาพยนตร์จนก่อให้เกิดโครงสร้างตลาดผู้ขายน้อยรายและกระทบต่อผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยอิสระ ผู้จัดจำหน่ายภาพยนตร์รายเล็กต้องแบกรับค่าใช้จ่าย อุณาโลมเสนอแนวทางให้มุ่งกระจายรายได้และเพิ่มโอกาสการทำธุรกิจให้แก่ผู้ผลิตภาพยนตร์ไทยอิสระ

หากเศรษฐกิจเฟื่องฟูกระตุ้นให้ผู้ศึกษาประวัติศาสตร์จำนวนหนึ่งสนใจเรื่องธุรกิจ วิฤต เศรษฐกิจก็ทำให้ผู้เชี่ยวชาญประวัติศาสตร์เศรษฐกิจสนใจความเป็นมาของธุรกิจที่เป็นต้นเหตุหนึ่งของปัญหาฟองสบู่แตกใน พ.ศ. 2540 อติศร หมวกพิมาย (2545) ศึกษาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์บริเวณกรุงเทพฯ และปริมณฑล พ.ศ. 2513-2537 เขาประยุกต์ใช้แนวคิดแบบใหม่โดยผนวกประวัติศาสตร์ธุรกิจกับสิ่งแวดล้อมเข้าไว้ด้วยกัน กระบวนการพัฒนาเมืองกรุงเทพฯ ให้ทันสมัยภายใต้แผนพัฒนาเศรษฐกิจแห่งชาติฉบับที่ 1 (พ.ศ. 2504-2509) ทำให้เกิดการเพิ่มขึ้นของจำนวนประชากรซึ่งส่งผลโดยตรงต่อการพัฒนาธุรกิจที่ดินจัดสรรและที่อยู่อาศัย ในทศวรรษ 2520 การเพิ่มจำนวนของถนนและสะพานข้ามแม่น้ำเจ้าพระยาเปิดโอกาสให้ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์ประเภทบ้านจัดสรรขยายตัวไปยังแถบปริมณฑลของกรุงเทพฯ พร้อมกับการเกิดอาคารชุดเพื่อพักอาศัย การพัฒนาธุรกิจอสังหาริมทรัพย์เหล่านี้กระทบต่อพื้นที่เกษตรกรรมและชุมชนดั้งเดิม เช่น ผังธนบุรี ซึ่งแต่เดิมเคยเป็นพื้นที่ทำนาและปลูกผลไม้ ชีวิตชาวสวนล่มสลายลง

แนวคิดเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมถูกนำมาใช้ศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจโดยเฉพาะการวิเคราะห์การเปลี่ยนแปลงโลกธุรกิจในอดีตจากสินค้า การตลาด การโฆษณา และประชาสัมพันธ์ ดังที่วิลลา วิลัยทอง (Villa Vilaithong) ได้แสดงให้เห็นถึงการใช้วิธีการทางวัฒนธรรมในการตีความโฆษณาสุขอนามัยทั้งด้านผู้ผลิตผู้จัดทำโฆษณา และชิ้นงานโฆษณาตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่สองจนถึงทศวรรษ 2520 วิลลาเสนอว่าบริษัทผู้ผลิตสินค้าสุขอนามัยที่มีเจ้าของเป็นคนไทยและต่างประเทศใช้โฆษณาผลิตภัณฑ์สุขอนามัยในฐานะเครื่องมือทางการตลาดผู้ผลิตสินค้าและโฆษณาสร้างแนวคิดสุขอนามัยสมัยใหม่ไม่เพียงเพื่อความสะอาดและสุขภาพร่างกายเท่านั้น แต่เพื่อประโยชน์ของชาติ การตระหนักรู้ในตนเอง และการปรับปรุงตนเอง ตัวตนใหม่ของบุรุษสามารถเกิดขึ้นได้ผ่านการบริโภคผลิตภัณฑ์ (Vilaithong, 2006) จากการค้นคว้าข้อมูลผลิตภัณฑ์สุขอนามัยในนิตยสารธุรกิจ วิลลาพบว่าความรู้ทางการตลาดสมัยใหม่ที่ได้รับอิทธิพลจากศาสตร์บริหารธุรกิจ

ของสหรัฐอเมริกาได้ก่อตัวขึ้นในวงการศึกษารัฐกิจและวงการธุรกิจไทยในทศวรรษ 2510 นิตยสารการตลาดรายเดือนชื่อ *คู่แข่ง* ก่อเกิดขึ้นใน พ.ศ. 2523 พร้อมกับวางตำแหน่งตนเองเป็นคู่มือการตลาดสำหรับนักธุรกิจและนักศึกษาด้านการตลาด นิตยสารนำเสนอเนื้อหาในรูปแบบ 4P ของการตลาดคือ สินค้า (product) ราคา (price) สถานที่ (place) และการส่งเสริมการขาย (promotion) ซึ่งบ่งบอกถึงความซับซ้อนขึ้นของตลาดทุนนิยมอุตสาหกรรมไทยและการเริ่มต้นของการเฟื่องฟูทางเศรษฐกิจต้นทศวรรษ 2530 *คู่แข่ง* เน้นการวิจัยการตลาดและการตลาดที่มีผู้บริโภคเป็นศูนย์กลาง (Vilaithong, 2015)

การจัดแบ่งสถานะของสินค้าและกลุ่มผู้บริโภคเห็นได้ชัดในโฆษณาไอ้ฤทธิ์กินแบล็ค! ออกอากาศ พ.ศ. 2539 วิลลาตั้งคำถามว่าทำไมโฆษณาสุราแบล็คแคทที่ผู้ผลิตเป็นคนไทยและราคา 130 บาทต่อขวดถึงตลก สุราแบล็คแคทประสบความสำเร็จอย่างมากทั้งการถูกพูดถึง ได้รับรางวัล และขายสินค้า ผู้ผลิตสินค้าและผู้ทำโฆษณาเข้าใจวัฒนธรรมการดื่มสุราและอารมณ์ขันแบบ “ไทย ๆ” เป็นอย่างดี จึงใจเลือกใช้คำและสัญลักษณ์ ล้อเลียนสูตรสำเร็จภาพยนตร์บู๊ไทย ๆ วิพากษ์กลุ่มนายทุน ดีห่างชนชั้นกลาง และเห็นอกเห็นใจชนชั้นแรงงาน ความเป็นไทยใน “แบล็คแคท” ทำให้สุราต่างประเทศระดับพรีเมียม “จอห์นนี่ วอลค์เกอร์ แบล็คเลเบิล” เป็นอื่น (วิลลา วิลัยทอง, 2554) งานประวัติศาสตร์ธุรกิจชาพร้อมดื่มในสังคมไทยตอกย้ำพลังความหมายของการตลาดและโฆษณา เปรมกมล ชุนรัตน์ (2563) เสนอว่าชาพร้อมดื่มเริ่มได้รับความนิยมในประเทศไทยตั้งแต่ทศวรรษ 2530 ตลาดชาพร้อมดื่มเติบโตไปกับกระแสสุขภาพและความนิยมวัฒนธรรมบันเทิงญี่ปุ่น ส่งผลให้เกิดยุคทองของชาพร้อมดื่มในทศวรรษ 2540 ผู้ประกอบการธุรกิจใช้กลยุทธ์ทางการตลาด เช่น การใช้โฆษณาที่อิงความเป็นญี่ปุ่น การจัดแคมเปญส่งเสริมการขายแบบชิงโชค จนเมื่อการบริโภคชาเขียวถูกลดความนิยมลงในทศวรรษ 2550 ตลาดธุรกิจชาพร้อมดื่มชะลอตัว ผู้ประกอบการจึงปรับภาพลักษณ์ชาให้เป็นสินค้าสุขภาพ ปรับขนาดสินค้า คงแคมเปญชิงโชคและทำการประชาสัมพันธ์ทางสื่อออนไลน์ ดังตัวอย่างที่กล่าวมานี้จะเห็นได้ว่าการวิจัยประวัติศาสตร์การตลาดเป็นไปได้เนื่องจากผู้วิจัยสามารถใช้หลักฐานประเภทเครื่องมือทางการตลาดได้ไม่ยาก อย่างไรก็ตาม องค์ประกอบในการดำเนินธุรกิจ เช่น องค์กร การบริหารจัดการองค์กร การเงิน การบัญชี ทรัพยากรบุคคล เทคโนโลยีและนวัตกรรม โครงการเพื่อสังคม กฎหมาย ความสัมพันธ์ระหว่างองค์กรธุรกิจและบริบทรายล้อม ยังรอคอยการศึกษา

นอกจากประวัติศาสตร์จากโลกวิชาการแล้ว องค์กรธุรกิจหลายแห่งเห็นความสำคัญของอดีตอันยาวนานของบริษัท พยายามจัดทำประวัติศาสตร์องค์กร (corporate history) ให้น่าอ่านและดึงดูดความสนใจจากผู้อ่านทั่วไป บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด (มหาชน) (2556) จัดทำหนังสือ *ร้อยคน ร้อยเรื่องราว 100 ปี เอสซีจี* เน้นประวัติการบริหารงานทรัพยากรบุคคล ขณะที่ยุวดี ต้นสกุลรุ่งเรือง (2561) เขียน *ฝากไว้ในแผ่นดิน* ในรูปแบบนวนิยายอิงประวัติศาสตร์ของการเริ่มต้นดำเนินธุรกิจของบริษัท “บี.กริม” (B.GRIMM) ในสมัยพระบาทสมเด็จพระจอมเกล้าเจ้าอยู่หัว ในเวลานั้นบริษัทบี.กริมยังเป็นร้านขายยาชื่อ Siam Dispensary มีพ่อค้าชาวตะวันตกเป็นเจ้าของและดำรงความสัมพันธ์แนบแน่นกับราชสำนักไทย องค์กรธุรกิจบางแห่งเสนอรูปแบบใหม่ในการจัดทำหนังสือเพื่อระลึกการครบรอบการก่อตั้งบริษัทแทนที่จะเขียนประวัติการประกอบธุรกิจของบริษัทเช่นธรรมเนียมที่มักจะปฏิบัติกันมา กลุ่มธุรกิจการเงินเกียรตินาคินภัทร (KKP) ฉลองวาระ

ครบรอบ 50 ปีด้วยการจัดทำหนังสือ *50 Years: The Making of the Modern Thai Economy* (2565) เสนอภาพพัฒนาการเศรษฐกิจไทยพร้อมบทเรียนทางประวัติศาสตร์ตั้งแต่ธนาคารเกียรตินาคินภัทร จำกัด (มหาชน) ได้รับการก่อตั้งในนามบริษัท เกียรตินาคิน จำกัดและบริษัทหลักทรัพย์เกียรตินาคินภัทร จำกัด (มหาชน) ในนามบริษัท ภัทรธนกิจ จำกัด (KKP, 2565, 23 มีนาคม) กลุ่มธุรกิจการเงินเกียรตินาคินภัทรยังร่วมมือกับสำนักพิมพ์ The Standard (2022) จัดทำซีรีส์พอดแคสต์จำนวน 6 ตอนเผยแพร่ให้สาธารณชนรับรู้ในวงกว้างขึ้น

งานอีกรุ่นหนึ่งที่มีคุณูปการต่อการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจคือประวัตินักธุรกิจและกลุ่มธุรกิจเขียนโดยนักสื่อสารมวลชน นักเขียน หรือนักประวัติศาสตร์สมัครเล่น แม้ว่าจะงานเหล่านี้จะไม่ได้ถูกเขียนขึ้นตามขนบของงานวิชาการแต่ให้ข้อมูลพื้นฐานซึ่งมีประโยชน์สำหรับนักวิชาการในการศึกษาต่อได้ การขึ้นมาของงานประเภทนี้สัมพันธ์กับการขยายตัวของเศรษฐกิจไทยในทศวรรษ 2510 เมื่อนโยบายเศรษฐกิจเน้นการผลิตเพื่อทดแทนการนำเข้าเริ่มเห็นผลเป็นรูปธรรม นักอุตสาหกรรมไทยสามารถผลิตสินค้ามวลขนเพื่อบริโภคในประเทศและส่งออกได้ “เศรษฐกิจ” จากการประกอบธุรกิจเพิ่มจำนวนขึ้นอย่างสังเกตได้ในสังคม นักเขียนเริ่มเขียนและแปลเรื่องราวเกี่ยวกับ (มหา) เศรษฐีและหนทางการเป็น (มหา) เศรษฐีไทยและต่างชาติสำหรับนักธุรกิจและผู้ใฝ่รู้ (คลีฟแลนด์ ฮาร์แลน, 2517; อนงค์ เมฆประสาท, 2510; วิเทศกรณย์, 2514) เมื่อเข้าทศวรรษ 2520 นิตยสารธุรกิจเริ่มเขียนเล่าประวัติมหาเศรษฐี นักธุรกิจ นักบริหาร และรวบรวมเนื้อหาเหล่านั้นตีพิมพ์เป็นเล่มในภายหลัง (รัฐกร อัสตรธีรยุทธ์, 2526; ชูพงศ์ มณีน้อย, 2527) งานประวัตินักธุรกิจไทยและต่างประเทศ เช่น อเมริกัน ญี่ปุ่น เกาหลี และจีนเพิ่มจำนวนขึ้นตามการเติบโตเศรษฐกิจไทยและบทบาทของมหาอำนาจทางเศรษฐกิจระดับโลกในแต่ละช่วงเวลา

การวิจัยประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยไม่ได้ขาดแคลนหลักฐานทางประวัติศาสตร์¹⁰ ปัญหาหลักกลับกลายเป็นการกระจายกระจายของหลักฐานและการไม่มีจุดหมายเหตุธุรกิจไทย นักประวัติศาสตร์ธุรกิจยังต้องเผชิญกับความท้าทายในการค้นหาหลักฐานทางเลือกอื่น ๆ ต่อไป จากการทบทวนสถานะความรู้ของประวัติศาสตร์ธุรกิจระดับโลก องค์การธุรกิจสามารถมีส่วนร่วมในการสนับสนุนการวิจัยประวัติศาสตร์ธุรกิจโดยการจัดตั้งจุดหมายเหตุบริษัทเพื่อรวบรวมเอกสารและวัสดุจุดหมายเหตุของบริษัท และเปิดโอกาสให้นักวิจัยเข้าใช้หรือกระทั่งมอบทุนเพื่อการวิจัย ส่วนถัดไปจะเป็นการศึกษาประวัติศาสตร์การจัดการธนาคารพาณิชย์ไทยผ่านตัวอย่างการใช้หลักฐาน เช่น หนังสือครบรอบบริษัท ชีวิตประวัตินักธุรกิจ อนุสรณ์งานศพ รายงาน

¹⁰ นอกจากเอกสารจากหน่วยงานราชการที่เก็บไว้ที่จุดหมายเหตุแห่งชาติแล้ว นักประวัติศาสตร์ธุรกิจสามารถค้นหาหนังสือครบรอบการก่อตั้งของบริษัท ชีวิตประวัติ บันทึกความทรงจำ และอนุสรณ์งานศพของนักธุรกิจและผู้เกี่ยวข้องกับวงการธุรกิจ เอกสารส่วนบุคคล รายงานประจำปีของบริษัท สื่อสิ่งพิมพ์ทางธุรกิจ (หนังสือพิมพ์ นิตยสาร และวารสาร) กฎหมายแพ่งและพาณิชย์ วัตถุวัฒนธรรม ฯลฯ ได้ตามจุดหมายเหตุแห่งชาติ หอสมุดแห่งชาติ หอสมุดของมหาวิทยาลัย ธนาคารแห่งประเทศไทย ตลาดหลักทรัพย์แห่งประเทศไทย และพิพิธภัณฑ์ของทางราชการและเอกชน แหล่งข้อมูลออนไลน์หลายแห่งเผยแพร่คลิปการสัมภาษณ์ผู้เกี่ยวข้องทางธุรกิจไทยทางเว็บไซต์ เช่น The Secret Sauce, PERSPECTIVE, ลงทุนแมน และ Tigerchannel

ประจำปี และตำราธุรกิจที่สามารถเข้าถึงได้จากห้องสมุดภายในมหาวิทยาลัยชั้นนำ อีกทั้งเข้าไปร่วมสนทนากับ
กระบวนทัศน์ของชานด์เลอร์

ธนาการพาณิชย์ไทย ชนชั้นจัดการ และผู้จัดการมืออาชีพทศวรรษ 2510 – 2520

หากจะทดลองศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยโดยกลับไปพิจารณาแนวคิดทุนนิยมการจัดการแบบ
ที่อัลเฟรด ชานด์เลอร์ได้เสนอไว้ รวมทั้งทบทวนแนวทางการศึกษาเรื่องชนชั้นจัดการ (managerial class)
จะทำได้อย่างไร การกลับมาพิจารณาดังนี้สอดคล้องกับใน พ.ศ. 2567 วารสาร *BH* ได้ประกาศรับสมัคร
บทความเพื่อจัดทำฉบับพิเศษในหัวข้อ “Chandler Redux? Looking Back to Move Forward”
บรรณาธิการแนะนำ 3 แนวทางที่งานของชานด์เลอร์ยังสามารถสร้างแรงบันดาลใจได้ ซึ่งได้แก่ หนึ่ง สำนวน
บริษัทและอุตสาหกรรมเชิงเปรียบเทียบเพื่อตอบคำถามใหญ่ ๆ เกี่ยวกับการเปลี่ยนแปลงของยุคสมัย สอง
ศึกษาวิวัฒนาการและผลกระทบของธุรกิจขนาดใหญ่ตั้งแต่คริสต์ศตวรรษที่ 19 ถึง 21 และ สาม เข้าร่วม
การถกเถียงข้ามศาสตร์เกี่ยวกับประโยชน์ที่เป็นไปได้ของการวิจัยประวัติศาสตร์ธุรกิจต่อการสร้างทฤษฎี
วัตถุประสงค์เช่นนี้มีใช้กลับมาสนับสนุนเพียงหนึ่งแนวพินิจที่เคยครอบครองพื้นที่การวิจัยทางประวัติศาสตร์
ธุรกิจ (Cruz-Fernández, 2024)

ทุนนิยมรูปแบบใหม่เกิดขึ้นพร้อมกับการก่อตัวของชนชั้นใหม่รูปแบบใหม่ที่ซับซ้อนไปกว่าการแบ่ง
ระหว่างนายทุนและแรงงานการผลิต ชานด์เลอร์เสนอว่าทุนนิยมการจัดการ (managerial capitalism)
การปฏิวัติการจัดการ (managerial revolution) และชนชั้นจัดการ (managerial class) ที่ได้รับการฝึกฝน
และเชี่ยวชาญแบบมืออาชีพเป็นหัวใจหลักของการเติบโตของบริษัทขนาดใหญ่ในอเมริกาตั้งแต่ปลาย
คริสต์ศตวรรษที่ 19 จนถึงต้นศตวรรษที่ 20 อย่างไรก็ตาม ริชาร์ด เอ็น แลงโลอิส (Richard N. Langlois)
อธิบายผ่านหนังสือเรื่อง *The corporation and the twentieth century* ว่ากระบวนทัศน์ “มือที่มองเห็น”
ของชานด์เลอร์นั้นไม่สามารถอธิบายการขึ้นมาของบริษัทขนาดใหญ่ตลอดช่วงของคริสต์ศตวรรษที่ 20 ได้
ทั้งหมด เนื่องจากตั้งแต่หลังสงครามโลกครั้งที่ 2 เป็นต้นมา โครงสร้างองค์กรเปลี่ยนจากแนวตั้งเป็น
“devertical” มือที่เคยอยู่กลายเป็นมือที่หายไปหรือ “vanishing hand” องค์กรธุรกิจทางการจัดการขนาด
ใหญ่ไม่ได้เหนือกว่าองค์กรขนาดเล็กกว่าตลอดเวลาและทุกสถานที่ ในปลายคริสต์ศตวรรษที่ 20 การเกิดขึ้น
ของกระแสโลกาภิวัตน์และการปฏิวัติอิเล็กทรอนิกส์ทำให้เกิดบริษัทรูปแบบใหม่ ขนาดเล็ก และผู้ประกอบการ
มีความเชี่ยวชาญต่างจากองค์กรการจัดการขนาดใหญ่ (Langlois, 2023)

ขณะที่นักเศรษฐศาสตร์นอกคอกเช่นเจราร์ด ดูเมนิล (Gérard Duménil) และโดมินิก เลวี
(Dominique Lévy) เห็นว่าคาร์ล มาร์กซ์ (Karl Marx) ผิดที่คิดว่าทุนนิยมจะถูกแทนที่ด้วยสังคมนิยมผ่าน
สามัญชน เขาทั้งสองเสนอว่าการเปลี่ยนแปลงครั้งใหญ่ที่เกิดขึ้นในคริสต์ศตวรรษที่ 19 เป็นการเริ่ม
เปลี่ยนแปลงอย่างช้า ๆ จากทุนนิยมที่ความเป็นเจ้าของแบบเอกชนไปสู่การบริหารจัดการที่ให้อำนาจแรงงาน
ค่าจ้างสูงและตั้งอยู่บนหลักการที่เชื่อความสำเร็จด้วยตนเองมากกว่าการใช้สิทธิพิเศษทางชนชั้น ความมั่งคั่งถูก
ถ่ายทอดเช่นกัน แรงงานค่าจ้างสูงหรือชนชั้นจัดการแสดงบทบาทสำคัญในการสร้าง “The New Deal” หรือ

นโยบายข้อตกลงใหม่ในทศวรรษ 1930 ในสหรัฐอเมริกาและการประนีประนอมหลังสงครามโลกครั้งที่ 2 ขณะเดียวกันก็ขึ้นสู่อำนาจนำทางการเงินในระบบเศรษฐกิจเสรีนิยมใหม่ (neoliberalism) ชนชั้นจัดการเหล่านี้มีหน้าที่จัดการองค์กร ผู้จัดการถูกจัดแบ่งออกเป็นหลายกลุ่ม เช่น ในเชิงเทคนิค การจัดองค์กร และการค้า เป็นต้น ชนชั้นจัดการได้รับประโยชน์จากแนวโน้มเสรีนิยมใหม่ในสองลักษณะคือ ค่าจ้างสูงและการสะสมผลงานสินทรัพย์ทางการเงิน ดูเมนิลและเลวีเน้นให้เห็นถึงความสำคัญของผู้จัดการในกระบวนการสะสมทุน ผู้จัดการสนุกกับอภิสภาพที่จะทำตัวเหมือนเจ้าของกับการมีส่วนร่วมในผลกำไรภายในองค์กรเพื่อจุดหมายของการลงทุน พลวัตของการสะสมความมั่งคั่งจึงอยู่ในมือของผู้จัดการ ดังนั้นจะเห็นได้ว่าการศึกษานโยบายในทางธุรกิจไม่จำกัดอยู่เฉพาะกับชนชั้นนายทุนหรือแรงงานเท่านั้น ยังมีชนชั้นจัดการรวมอยู่ด้วย (Duménil and Lévy, 2011, pp. 73-89)

ดูเมนิลและเลวีเห็นว่าเสรีนิยมใหม่ซึ่งเป็นอีกขั้นหนึ่งของวิวัฒนาการของทุนนิยมถือกำเนิดมาจากวิกฤตโครงสร้างในทศวรรษ 1970 ระบบเศรษฐกิจนี้แสดงออกถึงกลยุทธ์การเข้าไปเป็นพันธมิตรระหว่างชนชั้นนายทุนกับชนชั้นจัดการระดับสูงโดยเฉพาะชนชั้นนำทางการเงินที่ช่วยกันสร้างอำนาจนำและขยายอำนาจระดับโลก เสรีนิยมใหม่เริ่มลงหลักปักฐานในสหรัฐอเมริกาและสหราชอาณาจักรปลายทศวรรษ 1970 และขยายตัวในทวีปยุโรปและทั้งโลกในเวลาต่อมา จุดมุ่งหมายของชนชั้นนำใหม่คือการสร้างผลประโยชน์ของรายได้ให้สูงสุด การกระจุกตัวของรายได้ที่เข้าข้างชนชั้นจัดการจำนวนน้อยที่ได้อภิสิทธิ์นี้จึงเป็นความสำเร็จของระเบียบสังคมใหม่ จนมาถึงปัจจุบัน [ต้นทศวรรษ 2010] ผู้จัดการมีอำนาจกว่ายุคใด ๆ กลายเป็นชนชั้นนำใหม่ที่พึ่งพาค่าจ้างมากกว่าทุน พวกเขาครอบครองเศรษฐกิจโลก (Duménil and Lévy, 2011, pp. 73-89)

ข้อเสนอของชานด์เลอร์ แลงโลอิส เดมินิลและเลวีนำสู่คำถามว่าการเปลี่ยนแปลงการจัดการองค์กรขนาดใหญ่ในประเทศไทยเกิดขึ้นอย่างเด่นชัดเมื่อใดและสามารถเรียกได้ว่าเป็นการปฏิวัติการจัดการได้หรือไม่ นักวิชาการสายธุรกิจได้อ้างถึงและปรับใช้แนวคิดของชานด์เลอร์ในการศึกษาลักษณะองค์กรธุรกิจไทยขนาดใหญ่ โครงสร้างการจัดการ และธุรกิจครอบครัว เช่น ธุรกิจธนาคารมาแล้ว (Suehiro, 1993, p. 381; Suehiro, 1997, p. 33) ในต้นทศวรรษ 2530 การปฏิรูปการจัดการ (management reforms) ปรากฏชัดในกรณีของธนาคารกรุงเทพ การปฏิรูปนี้ประกอบด้วย การจ้างมืออาชีพที่มีฝีมือนอกตระกูลโสภณพนิช การปรับการบริการธนาคารให้ทันสมัย การให้เงินกู้อุตสาหกรรม และการดำเนินธุรกิจการเงินให้เป็นสากล (Suehiro, 1989, p. 110) นอกจากนี้ เครือเจริญโภคภัณฑ์ได้พัฒนารูปแบบองค์กรการบริหารแบบปิรามิด เปลี่ยนชื่อการแบ่งกลุ่มย่อย แบ่งระดับคณะกรรมการออกเป็น 3 ระดับคืออำนวยการ บริหาร และมืออาชีพที่ได้รับการสนับสนุนจากคณะกรรมการที่ปรึกษาและสำนักงานใหญ่ (Suehiro, 1997, pp. 45-47) การพัฒนาตลาดหลักทรัพย์และความต้องการของบริษัทขนาดใหญ่ในการหาทุนราคาถูกจากตลาดหลักทรัพย์กระตุ้นให้บริษัทต้องปรับตัวทันสมัยยิ่งขึ้น การขยายตัวทางธุรกิจที่รวดเร็วและความก้าวหน้าทางเทคโนโลยีสร้างแรงกดดันให้บริษัทจ้างมืออาชีพเพื่อบริหารและพัฒนาธุรกิจ งานดังกล่าวเน้นการยกตัวอย่างผู้บริหารระดับสูงผู้เป็นคณะกรรมการบริหาร ไม่มีงานชิ้นใดเน้นการศึกษาในเชิงประวัติศาสตร์วัฒนธรรมและใช้ประโยชน์จาก

ความหลากหลายของหลักฐานชั้นต้นเพื่อชี้ให้เห็นความสำคัญของผู้จัดการสาขามืออาชีพที่มีระดับต่ำกว่าผู้บริหารระดับสูง

ส่วนนี้ต้องการเสนอว่าในปลายทศวรรษ 2510 ถึงทศวรรษ 2520 ธนาคารพาณิชย์ไทยหลายแห่งก้าวสู่การเป็นองค์กรขนาดใหญ่ประกอบด้วยชนชั้นจัดการหลายระดับ ธนาคารใช้ระบบการบริหารองค์กรบูรณาการสมัยใหม่แบบ “M-Form” (multiunit organizational form) ที่ได้รับอิทธิพลมาจากตะวันตก โดยเฉพาะสหรัฐอเมริกา วิทยาศาสตร์การจัดการ (management science) เข้ามามีบทบาทสอดคล้องกับการเปลี่ยนแปลงภูมิทัศน์การศึกษาการบริหารธุรกิจที่เน้นวิชาการจัดการและโครงการพัฒนาผู้บริหาร (มินิเอ็มพีเอ) ธนาคารขนาดใหญ่ได้ปรับเปลี่ยนผู้บริหารระดับสูงจากสมาชิกในครอบครัวผู้ก่อตั้งสู่ผู้บริหารมืออาชีพทำให้เกิดเส้นแบ่งระหว่างการเป็นเจ้าของและการจัดการอย่างมืออาชีพ กระบวนการทำให้เป็นมืออาชีพของการจัดการเกิดขึ้นพร้อมกับการจัดองค์กรรูปแบบรวมศูนย์แนวดิ่ง การจัดลำดับขั้นและการเพิ่มขึ้นของหน่วยงาน บุคลากร รวมถึงผู้จัดการระดับต่าง ๆ ชนชั้นนำการจัดการประกอบด้วยผู้บริหารหลายระดับ โดยเฉพาะผู้จัดการสาขาที่ตระหนักในหน้าที่ บทบาท และตัวตน ตำแหน่งนี้ไม่ได้ถูกให้ความหมายจากเฉพาะหน้าที่ด้านการธนาคารเท่านั้น แต่ประวัติการทำงานและการใช้ชีวิตประจำวันเป็นส่วนหนึ่งของการเป็นนายธนาคารระดับประเทศ ภูมิภาค และจังหวัด นายธนาคารมืออาชีพนี้คือชนชั้นนำทางการเงินและเป็นที่ยอมรับในแวดวงธุรกิจและสาธารณชน

ในทศวรรษ 2520 ธนาคารพาณิชย์ไทยเป็นสถาบันการเงินที่มีความมั่นคง ทรงอิทธิพล และมีลักษณะผูกขาดการประกอบธุรกิจ ธนาคารแห่งประเทศไทยไม่อนุญาตให้มีการจัดตั้งธนาคารพาณิชย์แห่งใหม่เนื่องจากต้องการช่วยเหลือธนาคารพาณิชย์ไทยให้เติบโต ในปี 2522 ประเทศไทยมีธนาคารพาณิชย์ทั้งสิ้น 30 แห่ง เป็นธนาคารที่จดทะเบียนภายในประเทศหรือเป็นของคนไทย 16 แห่งและที่เหลือเป็นธนาคารที่จดทะเบียนในต่างประเทศ¹¹ ธนาคารพาณิชย์มีบทบาทในการระดมเงินออมและให้สินเชื่อในระบบเศรษฐกิจไทยอันเป็นผลจากการขยายสาขา เป็นต้นว่า เป็นจำนวนร้อยละ 70 ในปี 2524 และเมื่อรวมกับบริษัทหรือสถาบันการเงินในเครือจะมีบทบาทสูงถึงร้อยละ 90 (เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม, 2536, น. 223) ประสิทธิภาพของระบบการบริหารงานเป็นหนึ่งในปัจจัยสำคัญที่ทำให้ธนาคารพาณิชย์ไทยขยายตัวอย่างรวดเร็ว นอกจากปัจจัยด้านนโยบายของรัฐบาล การขยายตัวทางเศรษฐกิจ การเงินทุน การเปิดสาขาในต่างประเทศ บทบาทของธุรกิจในเครือ และการพึ่งพาอิทธิพลทางการเมือง (เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม, 2536, น. 60 - 98)

ธนาคารขนาดใหญ่ เช่น ธนาคารกรุงเทพ กสิกรไทย และกรุงไทยติดอันดับธุรกิจที่มีขนาดใหญ่ของประเทศจากการสำรวจบริษัทจำนวน 600 บริษัทระหว่างปี 2520 – 2523 ของคณะพาณิชย์ศาสตร์และ

¹¹ ธนาคารพาณิชย์ไทยทั้ง 16 ธนาคาร ได้แก่ ขนาดใหญ่ (กรุงเทพ กรุงไทย กสิกรไทย กรุงศรีอยุธยา ไทยพาณิชย์) ขนาดกลาง (กรุงเทพฯ พาณิชย์การ นครหลวงไทย ศรีนคร ทหารไทย มหานคร) และขนาดเล็ก (ไทยทุน สหธนาคาร เอเชีย แผลมทอง นครธน เอเชียทรีสต์)

การบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ ในปี 2522 ธนาคารกรุงเทพ กสิกร และกรุงไทยติดอันดับ 1, 4, และ 6 บริษัทที่ได้กำไรสุทธิก่อนเสียภาษีเงินได้มากที่สุดของประเทศ ในปีเดียวกันนี้ ธนาคารกรุงเทพมีจำนวนพนักงานมากที่สุดคือ 15,582 คน ขณะที่กรุงไทยมี 6,865 คน และกสิกรไทยมี 6,801 คน ธนาคารกรุงเทพเพิ่มทุนจดทะเบียนจาก 1,500 ล้านบาทในปี 2522 เป็น 3,000 ล้านบาทในปี 2525 (ทำเนียบบริษัทใหญ่ที่สุดในประเทศไทย 600 บริษัท 2520 – 2523, 2523, น. 18, 299 – 300) จากข้อมูลตั้งแต่มกราคมถึง 30 มิถุนายน 2525 พบว่า “คนยี่ดออาชีพธนาคารตั้งแต่นักการไปจนถึงประธานแบงค์เพิ่มขึ้นถึง 57,921 คน” ธนาคารกรุงเทพมีสาขาทั้งสิ้น 271 สาขา ในกรุงเทพ 78 สาขา ต่างจังหวัด 178 สาขา ต่างประเทศ 15 สาขา จำนวนพนักงาน 17,000 คน รองลงมาคือธนาคารกสิกรไทย 245 สาขา ในกรุงเทพ 75 สาขา ต่างจังหวัด 164 สาขา ต่างประเทศ 6 สาขา พนักงาน 7,722 คน (ตลาดนัดธนาคาร, 2525, น. 23) ข้อมูลเชิงปริมาณดังกล่าวนี้ยืนยันถึงระดับความใหญ่โตในเชิงองค์กรธุรกิจสมัยใหม่ของธนาคารพาณิชย์ชั้นนำและการพัฒนาการของทุนนิยมการจัดการในประเทศไทย

การเปลี่ยนแปลงโครงสร้างของธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ในทางหนึ่งเป็นผลจากการเพิ่มขึ้นอย่างรวดเร็วของหน่วยงานภายในและจำนวนสาขาสืบตั้งแต่ทศวรรษ 2510 สาขาของธนาคารทั่วประเทศเป็นฟันเฟืองหลักในการรวบรวมเงินออมและเงินฝากจากต่างจังหวัดมาให้อาณาเขตอุตสาหกรรมและธุรกิจกรุงเทพและปริมณฑลใช้ในการลงทุน ธนาคารกสิกรไทยเน้นการหาสถานที่ตั้งสาขาในทำเลที่ดี ต้นทุนต่ำ และออกแบบสาขาให้สง่างาม สะอาดตา และเป็นเอกลักษณ์ “เพื่อให้ลูกค้าประทับใจและฝังแน่นในความทรงจำ” (บัญชา ลำชา: ประวัติและผลงาน, 2535, น. 107) ในปี 2511 ธนาคารมีจำนวนสาขาทั่วประเทศ ธนบุรี และส่วนภูมิภาคจำนวน 66 สาขา จำนวนพนักงาน 1,084 คน แบ่งตำแหน่งหน่วยงานออกเป็น 9 หน่วยไล่เรียงตั้งแต่ระดับสำนักงาน ฝ่าย ส่วน และหน่วย (บัญชา ตั้งวงษ์ไชย, 2521, น. 66- 71) พอถึงปี 2519 ธนาคารมีสาขาทั่วประเทศจำนวน 144 สาขา พนักงานจำนวน 4,460 คน แบ่งออกเป็น 13 หน่วยงาน ประกอบด้วยสำนัก ฝ่าย ศูนย์ ตำแหน่งงานพิเศษ และมี “ส่วน” และ “หน่วย” เพิ่มขึ้นอีกเป็นจำนวนมาก (บัญชา ตั้งวงษ์ไชย, 2521, น. 77-82) ธนาคารขนาดใหญ่ได้เข้าสู่รูปแบบการแบ่งส่วนงานหลายชั้น (M form) ลดหลั่นกันหลายหน่วยงาน หนังสือการจัดการธนาคารพาณิชย์ระบุว่า “การจัดผังองค์กรงาน” เป็นการแสดงนโยบายเกี่ยวกับการมอบหมายหน้าที่และความรับผิดชอบโดยผู้ถือหุ้น กรรมการธนาคารและพนักงานชั้นบริหารของธนาคาร (เมธี ดุลยจินดา, 2519, น. 12)

บนยอดปิรามิดของโครงสร้างองค์กรธนาคารคือผู้บริหารสูงสุด ธนาคารพาณิชย์ไทยปรับตัวสู่การบริหารองค์กรธุรกิจสมัยใหม่และยอมรับนักบริหารมืออาชีพที่มีความรู้เรื่องการบริหารและประสบการณ์ทำงานในสายอาชีพนั้น ๆ มากขึ้น ถึงกระนั้น ผู้บริหารสูงสุดของธนาคารขนาดใหญ่ยังมาจากตระกูลผู้ก่อตั้งธนาคาร กรณีของธนาคารกรุงเทพได้รับการกล่าวถึงมาโดยตลอดในประวัติศาสตร์ธนาคารไทย ธนาคารเปลี่ยนกรรมการผู้จัดการใหญ่คนที่ 2 จากชิน โสภณพนิช เป็นบุญชู โรจนเสถียร ผู้ตรวจสอบบัญชีมืออาชีพ เมื่อ พ.ศ. 2520 และเปลี่ยนกลับไปสู่ทายาทของหนึ่งในตระกูลผู้เริ่มบุกเบิกคือ ชาตรี โสภณพนิช ใน พ.ศ. 2523 หนังสือประวัติธนาคารกรุงเทพให้เกียรติบุญชูว่ามีบทบาทในการสร้างระบบบริหาร “แบบเฉียบขาดและมี

ถึงห้องใหม่ในอาคารสำนักงานใหม่ว่า “การทำใหม่หมดเป็นเพียงหน้าตาเท่านั้น ประชาชนเขามาติดต่อกับเรา เราก็จำเป็นต้องมีหน้ามีตาบ้าง” (ชาตรี โสภณพนิช, 2525, น. 8) ธนาคารกสิกรเปิดสำนักงานใหญ่แห่งใหม่ ความสูง 19 ชั้นในปี 2526 บนถนนพหลโยธิน ชั้นที่ 9 เป็นชั้นทำงานของคณะกรรมการอำนวยการ ห้องทำงานของบัญชา ล่ำซำ ประธานกรรมการถูกบรรยายไว้ว่า “เรียบแต่เป็นระเบียบง่ายแต่มีคลาส โดยเฉพาะภาพวาดประดับข้างฝาผนังล้วนแล้วแต่คัดที่มีความหมายทั้งสิ้น ถ้ายึดชั้นนี้ได้เมื่อไหร่ ก็ยึดแบงค์ได้ทั้งแบงค์” (เยี่ยมบ้านใหม่ธนาคารกสิกรไทย บริการทุกระดับประทับใจ, 2526, น. 56-58)

ภาพของเจ้าสัวในอดีตเริ่มเลือนหาย ผู้บริหารสมัยใหม่ลูกเจ้าสัวกลุ่มธุรกิจธนาคารพาณิชย์พร้อมที่จะเผยตัวตน เปิดเคล็ดลับความสำเร็จ และเป็นตัวแทนที่เป็นมิตรขององค์กร หนังสือที่ระลึกเนื่องในงานพระราชทานเพลิงศพบัญชา ล่ำซำ พ.ศ. 2535 เขียนไว้ว่า “นายบัญชาได้ประสบความสำเร็จในการถ่ายทอดบุคลิกของตนเองออกมาเป็นบุคลิกของสถาบัน ด้วยความมุ่งมั่นในด้านความซื่อตรง ความขำนาญงาน สะอาด มีระเบียบ เรียบร้อย และมีวินัย” (บัญชา ล่ำซำ: ประวัติและผลงาน, 2535, น. 126) นอกเหนือจากประวัติและรูปแบบการทำงานแล้ว สาธารณชนรับรู้ถึงการใช้ชีวิตและชีวิตประจำวันของนายธนาคารชั้นนำ การจัดการ พวกเขาทำให้สัมภาษณ์สื่อมวลชนเรื่องความเคลื่อนไหวของธนาคารของตนเอง แนวทางการบริหารงาน แนวโน้มการธนาคาร และการเศรษฐกิจกระทั่งชีวิตส่วนตัว ภาพผู้บริหารระดับสูงสุดของธนาคารปรากฏบนนิตยสารการเงินพร้อมบทสัมภาษณ์ขนาดยาวของพวกเขาในเล่ม ชาตรี โสภณพนิช ผู้จัดการใหญ่ธนาคารกรุงเทพ ยอมรับว่าหนังสือพิมพ์จำนวนมากมาขอสัมภาษณ์ เขาพยายามพบกับทุกคนแต่ “บางทีก็เกี่ยวกับปัญหาเรื่องเวลา” และบางทีไม่สามารถตอบปัญหาที่ถามได้ (ชาตรี โสภณพนิช, 2525, น. 8) ธนาคารและสื่อมวลชนเกื้อกูลซึ่งกันและกัน ผู้จัดการนักบริหารธนาคารให้ข้อมูลแก่หนังสือพิมพ์และนิตยสารเพื่อประชาสัมพันธ์ธุรกิจของตนเองขณะที่สื่อช่วยสร้างภาพอุดมคติของผู้จัดการนักบริหารให้ชัดเจนขึ้น คล้ายกับบทบาทของนิตยสาร *Business Week* และ *Fortune* ครั้งถือกำเนิดในระยะแรกของช่วงเศรษฐกิจตกต่ำทั่วโลกปลายทศวรรษ 1920 เทียโก มาตา (Tiago Mata) เสนอนิตยสารธุรกิจสองเล่มนี้มองผู้จัดการเป็นวิศวกรแห่งประสิทธิภาพด้านการบริหารจัดการและมอบอุดมคติใหม่ให้กับผู้จัดการ นั่นคือ “นักเศรษฐศาสตร์การเมือง” ผู้ทำหน้าที่ช่วยประสานงานระหว่างบริษัทกับสิ่งแวดล้อมภายนอกไม่ว่าจะเป็นรัฐที่คอยสอดส่องดูแล ตลาดที่ขึ้น ๆ ลง ๆ และความเห็นทางสาธารณะที่รุนแรง (Mata, 2018)

ในปี 2526 หนังสือพิมพ์ *ประชาชาติธุรกิจ* ขึ้นปีที่ 7 ได้จัดอันดับ 100 นักธุรกิจชั้นนำของประเทศไทย นายธนาคารผู้บริหารระดับประธานกรรมการ กรรมการผู้จัดการใหญ่ และกรรมการรองผู้จัดการใหญ่ติดอันดับนับสิบคน *ประชาชาติธุรกิจ* ให้นายธนาคารทำแบบสอบถาม ประกอบด้วยหัวข้อเกี่ยวกับประวัติ การทำงาน ตำแหน่งงาน ตำแหน่งทางสังคม ประสบการณ์ครั้งสำคัญในชีวิต และชีวิตประจำวันของพวกเขา ซึ่งรวมถึงจำนวนชั่วโมงการทำงาน เวลาตื่นนอนและเข้านอน กีฬาที่ชอบ งานอดิเรก สัตว์ที่ชอบ สัตว์ที่เกลียด และเพลงที่ชอบ นายธนาคารเกือบทุกคนตอบคำถามเหล่านี้ ธารินทร์ นิมมานเหมินทร์ กรรมการรองผู้จัดการใหญ่ธนาคารไทยพาณิชย์ ชอบกีฬากอล์ฟและตกปลา อ่านหนังสือ สะสมพระและวัตถุโบราณ และสีฟ้า (รัฐกร อัสตรธีรยุทธ์, 2526, น. 96-97)

ธนาคารขนาดใหญ่วางนโยบายการพัฒนาบุคลากรอย่างเป็นระบบ เน้นลงทุนระยะยาวเพื่อส่งเสริมบุคลากรที่มีศักยภาพขึ้นสู่ตำแหน่งผู้บริหาร ธนาคารกสิกรไทยสร้างความมั่นใจให้กับพนักงานว่าผู้ที่มีพื้นฐานการศึกษาระดับสูงมีโอกาสดำรงตำแหน่งสายอาชีพ ธนาคารรับพนักงานที่มีการศึกษาระดับสูงเพิ่มขึ้นและให้ทุนศึกษาระดับปริญญาโทในต่างประเทศตั้งแต่ พ.ศ. 2509 ในเวลานั้นธนาคารกสิกรไทยยังเป็นธนาคารขนาดเล็กและต้องการดึงดูด “คนเก่ง” เข้ามาทำงานด้วย (2535, น. 91-94; “Mr. Bancha Lamsam: Progressive Banker with Social Responsibilities,” p. 28) ระหว่างปี 2520 - 2525 ธนาคารกสิกรไทยได้ซื้อว่ามีผู้จัดการสาขาที่มีอายุน้อยที่สุดคือ 27 - 30 ปี (ปัญญา ล้ำชา: ประวัติและผลงาน, 2535, น. 93) ขณะเดียวกันสถาบันการศึกษาระดับอุดมศึกษาเริ่มพัฒนาหลักสูตรบริหารธุรกิจทั้งระดับกลางและสูงเพื่อส่งเสริมศักยภาพของผู้จัดการหรือผู้บริหารมืออาชีพ ปี 2525 คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์จัดทำ “โครงการพัฒนาผู้บริหารรุ่นที่หนึ่ง” หรือ “เอ็มบีเอ.ขนาดย่อ” “มินิเอ็มบีเอ” ระยะเวลาเรียน 4 เดือนเพื่อแก้ปัญหาการขาดแคลนนักบริหารสำหรับวงการธุรกิจทั่วไป (มธ. พอใจนักบริหารรุ่นแรก เตรียมโครงการอบรมรุ่นที่สอง, 2526, น. 25) ในปี 2526 สถาบันบัณฑิตบริหารธุรกิจ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย (จีบา) ประกาศเตรียมเปิดหลักสูตรนานาชาติระดับปริญญาโทชื่อ “หลักสูตรปริญญาการจัดการมหาบัณฑิต” (Master of Management) ผู้สมัครต้องมีประสบการณ์การทำงานในงานธุรกิจอย่างน้อย 8 ปี (จุฬาเปิดหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต, 2526, น. 17, 19) ปีต่อมา คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัยจัดโครงการเสริมสร้างผู้จัดการยุคใหม่รุ่น 1 (คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย, 2527)

แม้ผู้จัดการนักบริหารมีแนวโน้มที่จบการศึกษาระดับปริญญาตรีและโทด้านบริหารธุรกิจมากขึ้นแต่การเรียนรู้เพิ่มเติมยังจำเป็นสำหรับการดำเนินธุรกิจในยุคนี้ ธนาคารจึงส่งผู้บริหารไปเข้าร่วมโครงการและหลักสูตรใหม่ๆ จากสถาบันการศึกษาทั้งในประเทศและต่างประเทศ แนวทางการบริหารธุรกิจแบบสหรัฐอเมริกาได้ขยายตัวระดับโลก กลุ่มงานที่ศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจทางเลือกของตลาดเกิดใหม่ในละตินอเมริกาชี้ให้เห็นถึง “อเมริกาภิวัตน์” การเกิดผู้จัดการผ่านการศึกษาด้านการจัดการเป็นหนึ่งในกระบวนการนั้น หลักสูตรการศึกษาสำหรับผู้บริหารระดับสูงระหว่างทศวรรษ 1950 ถึง 1970 ที่เรียกว่า “executive education program” ช่วยให้สำนักวิชาหรือโรงเรียนธุรกิจได้รับชื่อเสียงในระดับนานาชาติ (Amdam and Dávila, 2023) หรือในประเทศอินเดีย การศึกษาการจัดการและการฝึกอบรมผู้จัดการได้เกิดขึ้นอย่างเข้มข้นช่วงหลังอาณานิคมในคริสต์ทศวรรษ 1950 และ 1960 (Patel, 2024) ในประเทศไทยได้เกิดการเคลื่อนไหวทางการศึกษาเช่นนี้ในต้นทศวรรษ 1980

ผู้บริหารตระหนักถึงการแบ่ง “ชั้นบริหาร” และพนักงานอย่างชัดเจน ดำรง ฤๅษณามระ กรรมการรองผู้จัดการใหญ่ฝ่ายบริหารธนาคารกรุงเทพ ให้สัมภาษณ์ไว้ว่า “ในแง่ความเติบโตของธนาคารเราจากอดีตมานี้ จุดใหญ่มาจากความเป็นอันหนึ่งอันเดียวกัน คือมาจากการทำงานกันเป็นทีมในทุกระดับ ทั้งชั้นบริหาร และพนักงาน” (วิโรจน์ กลั่นเปา, น. 210) การแข่งขันกันเพิ่มจำนวนสาขาของธนาคารทำให้ธนาคารต้องเพิ่มจำนวนผู้จัดการระดับต่างๆ มากขึ้นรวมทั้งผู้จัดการสาขา ซึ่งเป็นส่วนที่ขาดไม่ได้ของกลไกการขยายตัวของ

ธนาคารไปสู่องค์กรธุรกิจสมัยใหม่ขนาดใหญ่ ธนาคารกรุงเทพเริ่มจัดการสัมมนาประจำปีระดับผู้จัดการชั้น ตั้งแต่ปลายทศวรรษ 2500 บุญชู โรจนเสถียร ขณะดำรงตำแหน่งกรรมการรองผู้จัดการใหญ่ เข้าร่วมการสัมมนาเป็นประจำและบรรยายพิเศษให้กับผู้เข้าร่วม ในปี 2508 บุญชูกล่าวในหัวข้อ “ภาระหน้าที่ของผู้จัดการธนาคาร” ว่าผู้จัดการสาขาเปรียบเสมือนเป็นนายธนาคารคนหนึ่งที่ต้องปฏิบัติตนอย่างสมบูรณ์ทุกด้าน จุดมุ่งหมายสูงสุดคือการเพิ่มพูนกำไรและสร้างความมั่นคงให้แก่กิจการ (รุ่งโรจน์ ศรีสุบรรณ, 2525, น. 233 - 246) ภาพถ่ายการประชุมผู้จัดการสาขา พ.ศ. 2507 ของธนาคารกสิกรไทยแสดงภาพบัญชา ลำซำเป็นประธานในที่ประชุม (บัญชา ลำซำ: ประวัติและผลงาน, 2535, น. 95) ในรายงานประจำปี พ.ศ. 2521 ธนาคารระดับเล็กเช่นธนาคารเอเชียกลาง ชื่อ ทิพย์ และเบอร์โทรศัฟท์ผู้จัดการสาขาทั้งหมดในกรุงเทพจำนวน 5 สาขาและต่างจังหวัด 18 สาขา ซึ่งแสดงนัยยะความสำคัญของผู้บริหารระดับนี้ (รายงานประจำปีธนาคารเอเชีย, 2521)

การขึ้นมาจับบทบาทอย่างเด่นชัดของ “ผู้จัดการสมัยใหม่” ในสังคมไทยทศวรรษ 2520 สอดคล้องกับการเกิดขึ้นของนิตยสารธุรกิจรายเดือนหรือในเวลานั้นเรียกว่า “หนังสือ” ชื่อ ผู้จัดการ ในเดือนสิงหาคม พ.ศ. 2525 ฉบับแรกตีพิมพ์เรื่องเด่น “เบื้องหลังความสำเร็จของอำนาจ วีรวรรณ” หน้าปกเป็นภาพของผู้บริหารธนาคารระดับสูงคนไทยของธนาคารกรุงเทพชื่ออำนาจสวมเสื้อพระราชทานประกับกับภาพผู้บริหารชาวต่างประเทศที่ใส่สูทดูน่าเกรงขาม (เบื้องหลังความสำเร็จของอำนาจ วีรวรรณ, 2526, 1) สนธิ ลิ้มทองกุล บรรณาธิการ ชี้แจงว่าผู้จัดการมีหลายระดับตั้งแต่ผู้ที่ทำงานด้วยตนเองจนถึงผู้จัดการแผนกที่มีงานให้จัดการมากมายและมีคนให้จัดการตั้งแต่ระดับหลักสิบจนถึงหมื่นคน หนังสือผู้จัดการ “จะบอกคุณถึงการบริหารงานในระดับต่าง ๆ ตั้งแต่การบริหาร การขาย การตลาด การเงิน บุคคล” (ผู้จัดการกับคุณผู้อ่าน, 2526, 5)

ตัวตนของผู้จัดการสาขาเป็นที่รับรู้ในพื้นที่สาธารณะมากขึ้น สื่อสิ่งพิมพ์ธุรกิจรายงานข่าวการแต่งตั้งและการโยกย้ายผู้จัดการสาขา นิตยสารการเงินธนาคารเปิดคอลัมน์ “ตลาดนัดธนาคาร” รายงานการเปิดสาขาของธนาคารและแนะนำผู้จัดการธนาคารคนที่โดดเด่น โล่เรียงเส้นทางขึ้นสู่ตำแหน่งผู้จัดการสาขาโดยเล่าประวัติส่วนตัวตั้งแต่ภูมิลำเนา การศึกษา และตำแหน่งต่าง ๆ ในอาชีพธนาคาร (ตลาดนัดธนาคาร, 2525, น. 31-32) ข้อมูลจากคอลัมน์แสดงให้เห็นว่าผู้จัดการธนาคารเป็นตำแหน่งที่ได้รับความสนใจไม่แพ้ผู้บริหารระดับสูงซึ่งเป็นหน้าตาของธนาคารและมีข่าวในหนังสือพิมพ์และนิตยสารธุรกิจมาก่อน ดังที่บุญชู โรจนเสถียร เคยสัทับให้ผู้จัดการสาขาปฏิบัติตนเสมือนหนึ่งนายธนาคาร ผู้จัดการสาขาเกิดประมาณปลายทศวรรษ 2480 ถึงต้นทศวรรษ 2490 ส่วนใหญ่ขึ้นเป็นผู้จัดการเมื่ออายุประมาณกลาง 30 ปี แต่บางคนได้รับตำแหน่งผู้จัดการธนาคารเมื่ออายุกลาง 40 ปี สาขาทางการศึกษาที่เป็นประโยชน์ต่อการประกอบอาชีพสายนี้ เช่น การบัญชี การบริหารธุรกิจ และเศรษฐศาสตร์ การศึกษาระดับปริญญาโทโดยเฉพาะในต่างประเทศและประสบการณ์ทำงานในระบบราชการช่วยส่งเสริมความก้าวหน้าในเส้นทางนายธนาคาร ตัวอย่างเช่น ชูฤทธิ์ โกมลรัตน์ ผู้จัดการธนาคารทหารไทยสาขามีนบุรี จบปริญญาโทด้านสถิติประยุกต์และรัฐประศาสนศาสตร์ เคยเป็นข้าราชการก่อนเข้าทำงานธนาคารตำแหน่งนักวิจัยส่วนพัฒนาธุรกิจในปี 2518 หลังจากชูฤทธิ์เป็นหัวหน้าสายภูมิภาคของหน่วยลูกค้าสัมพันธ์ได้เพียงปีเดียว เขาได้รับการแต่งตั้งเป็นผู้ช่วยผู้จัดการสาขาอุดรธานีและขึ้นเป็น

ผู้จัดการสาขาอัญมณีในประเทศไทยในปี 2521 แล้วจึงย้ายไปประจำที่สาขามินบุรี ชูฤทธิ์ใช้เวลาเพียง 3 ปีในการก้าวสู่การเป็นผู้จัดการสาขา (ตลาดนัดธนาคาร, 2525, น. 27)

ผู้จัดการจำนวนหนึ่งจบการศึกษาระดับอนุปริญญาจากสถาบันภายในประเทศ ดังตัวอย่างจาก ประจวบ กาญจนวัฒน์ ผู้จัดการธนาคารกรุงเทพสาขาบางพลัด ซึ่งเปิดใหม่ในเดือนกรกฎาคม พ.ศ. 2525 เป็นสาขาอันดับที่ 79 ของกรุงเทพฯ และเป็นสาขาอันดับที่ 272 ของทั่วประเทศ ประจวบเป็นคนจังหวัดฉะเชิงเทรา สำเร็จการศึกษาจากวิทยาลัยพาณิชยการพระนคร เริ่มทำงานที่ธนาคารกรุงเทพเมื่อปี 2510 ในตำแหน่งผู้ช่วยสมุห์บัญชีสาขาระยอง จากนั้นประจวบได้เลื่อนเป็นผู้ช่วยสมุห์บัญชีสาขาราชวิถีในปี 2512 และก้าวเป็นผู้ช่วยผู้จัดการในปี 2515 จนกระทั่งขึ้นเป็นผู้จัดการสาขาบางพลัด ใช้เวลาทั้งสิ้น 15 ปีสู่ตำแหน่ง “ผู้จัดการ” (สพาย, 2525, น. 31) หรืออีกกรณีหนึ่งคือวิญญู เมืองเขียว อายุ 31 ปี เรียนจบทางด้านบริหารธุรกิจจากวิทยาลัยพาณิชยการพระนคร เข้าทำงานธนาคารกสิกรไทยสาขาบางกระบือเมื่อปี 2516 ในตำแหน่งพนักงานบัญชี และต่อมาได้ “ไต่เต้าจนได้เป็นผู้จัดการ” สาขาสุโขทัยใช้เวลา 9 ปี (ตลาดนัดธนาคาร, 2525, น. 30)

ผู้จัดการจำนวนหนึ่งได้รับการเลื่อนตำแหน่งเป็นผู้จัดการภายในเวลาไม่นานนัก บางคนมีโอกาสดูแลต่อระดับปริญญาโทด้านบริหารธุรกิจในต่างประเทศหรือเป็น “หนุ่มสาวนักเรียนนอก” อีกจำนวนหนึ่งศึกษาต่อระดับปริญญาโทด้านอื่นอันจะเป็นประโยชน์ต่อการบริหารจัดการธนาคารเพิ่มเติม สิทธิพร ไชยเชาวน์ ผู้จัดการธนาคารทหารไทยสาขาแพร่ เป็นคนจังหวัดราชบุรี เกิดเมื่อ พ.ศ. 2488 “จบปริญญาตรีบริหารธุรกิจจากทริวิกา นาซารีน แล้วไปได้ปริญญาโทสาขาเดียวกันจากเซาท์อีสเทิร์น โอคลาโฮมา สเตท ยู” เข้าทำงานธนาคารเมื่อปี 2520 ต่อมาได้รับตำแหน่งผู้ช่วยผู้จัดการปฏิบัติการสาขาสัตหีบ จากนั้นย้ายไปเป็นผู้ช่วยผู้จัดการบริหารที่สาขาเชียงใหม่ เข้ารับตำแหน่งผู้จัดการสาขาพนมพิสัย จังหวัดหนองคายในปี 2524 แล้วจึงย้ายไปประจำที่สาขาจังหวัดแพร่ สิทธิพรใช้เวลา 4 ปีในการขึ้นสู่ตำแหน่งผู้จัดการ (ตลาดนัดธนาคาร, 2525, น. 27)

อีกตัวอย่างหนึ่งเป็นพนักงานฝีมือดีของธนาคารกสิกรไทยที่ได้รับทุนจากธนาคารไปศึกษาต่อในต่างประเทศ ธนาคารได้ดำเนินนโยบายพัฒนาศักยภาพพนักงานและการสนับสนุนความก้าวหน้าในสายอาชีพ มนต์ชัย มุสิกบุตร ผู้จัดการธนาคารกสิกรไทยสำนักพหลโยธิน อายุ 29 ปี จบปริญญาโททางเศรษฐศาสตร์จากมหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์ หลังจากนั้นได้รับทุนไปศึกษาด้านบริหารธุรกิจที่มหาวิทยาลัยแคลิฟอร์เนียและด้านคอมพิวเตอร์ที่สถาบันเทคโนโลยีแมสซาชูเซตส์ ประเทศสหรัฐอเมริกา มนต์ชัยเคยเป็นผู้จัดการสาขานิวยอร์กและสำนักสีลม (สพาย, 2526, น. 31) ผู้หญิงจำนวนหนึ่งได้ขึ้นสู่ตำแหน่งสูงสุดของธนาคารสาขาฉวีวรรณ สวรรคทัต อายุกว่า 40 ปี เป็นผู้จัดการธนาคารไทยทูลสาขาทองหล่อและผู้จัดการสาขาที่เป็นผู้หญิงคนที่ 5 ของธนาคาร จบปริญญาตรีจากคณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย เข้าศึกษา “ต่อปริญญาโทที่มหาวิทยาลัยฮูสตัน” เคยทำงานตำแหน่งผู้แปลภาษาอยู่ที่ USOM (United States Operations Mission to Thailand) ในปี 2510 และบริษัทสินอุตสาหกรรมในปี 2517 จากนั้นได้ย้ายมาทำงานที่ธนาคารไทยทูลในฝ่ายการตลาดและฝ่ายสินเชื่อ (สพาย, 2526, น. 41)

ครึ่งหลังของทศวรรษ 2520 ความสามารถของผู้จัดการธนาคารในต่างจังหวัดเป็นที่รับรู้ในระดับประเทศมากขึ้นอย่างน้อยผ่านสื่อสิ่งพิมพ์ธุรกิจ นอกจากรางวัลนักธนาคารแห่งปีซึ่งชาตรี โสภณพนิช ได้รับรางวัลปี 2526-2527 แล้ว (ชาตรี โสภณพนิช นักธนาคารแห่งปี 2526-2527, 2527, น. 37) นิตยสาร *ดอกเบี๋ย* ยังตั้งรางวัล “นักธนาคารภูมิภาคดีเด่น” ขึ้นในปี 2529 ประพันธ์ สุจริตพานิช วัย 48 ปี ผู้ได้รับตำแหน่ง “ผู้จัดการสาขาดีเด่นแห่งภาคเหนือ” เป็นผู้จัดการธนาคารกรุงเทพสาขาประตูช้างเผือก-เชียงใหม่ และผู้อำนวยการจังหวัดเชียงใหม่ ลำพูน แม่ฮ่องสอน บทสัมภาษณ์ของประพันธ์แสดงถึงความสามารถและความรู้เรื่องการบริหาร ความเป็นไปของโลกธุรกิจธนาคาร และการเป็นคนสู้ชีวิต นักธนาคารภูมิภาคดีเด่นต้องมีหลักการในการทำงานและใช้ชีวิตไม่ต่างจากนักธนาคารแห่งปี (ประพันธ์ สุจริตพานิช, 2529, น. 204 - 218) ผู้จัดการสาขาและผู้จัดการนักบริหารอีกหลายส่วนงานของธนาคารเป็นมือที่มองเห็น พวกเขาสร้างความร่วมมือทางการจัดการในการขับเคลื่อนการเติบโตอย่างมหาศาลของธุรกิจธนาคารพาณิชย์ไทยก่อนเศรษฐกิจเฟื่องฟูในทศวรรษ 2530

สรุป

หลังจากวิกฤตการเงินระดับโลก ค.ศ. 2008 งานประวัติศาสตร์ธุรกิจในระดับโลกเพิ่มจำนวนมากขึ้น เหตุผลหนึ่งคือการตอบคำถามถึงการเปลี่ยนแปลงที่กระทบต่อธุรกิจระดับชาติ ภูมิภาค และโลกในห้วงเวลาปัจจุบัน พรหมแดนและอัตลักษณ์ของประวัติศาสตร์ธุรกิจได้รับการทบทวนบ่อยครั้งจากนักวิชาการรุ่นสู่รุ่น สร้างมุมมองแตกต่างกัน เห็นร่วมกัน ได้แย้งกัน ตัวอย่างงานที่ศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจในพื้นที่ทั่วโลก ยืนยันถึงสภาวะพหุศาสตร์ การถกเถียงกันเชิงญาณวิทยาทางสายสังคมศาสตร์และมนุษยศาสตร์ และความจางลงของเส้นแบ่งพรหมแดนของความรู้ประวัติศาสตร์ธุรกิจจากสายเศรษฐศาสตร์ ธุรกิจ ประวัติศาสตร์ และอื่น ๆ ผลจากการทบทวนสถานะความรู้ประวัติศาสตร์ธุรกิจระดับโลกสามารถนำมาปรับใช้กับการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยได้ อาทิ ประเด็นใหม่ ๆ ในประวัติศาสตร์ธุรกิจทางเลือกของละตินอเมริกา การตั้งคำถามกับระบบเศรษฐกิจทุนนิยมหรือกระทั่งเสรีนิยมใหม่จากพื้นที่ของอดีตยุโรปตะวันออกและจีน การใช้หลักฐานแบบข้ามและลดรัฐจากงานใหม่ๆ ในประวัติศาสตร์ธุรกิจจีนและอินเดีย การเรียกร้องความร่วมมือระหว่างภาคส่วนการศึกษาและองค์กรเอกชนในการสนับสนุนการศึกษาและจัดตั้งหอจดหมายเหตุ

ประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยต้องการผู้ศึกษาแม้ว่าเรื่องราวของธุรกิจในอดีตสอดแทรกอยู่ในประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทยที่มีทุนนิยมและนายทุนเป็นตัวกระทำหรือตัวละครที่โดดเด่น ตัวอย่างงานกลุ่มทุนนิยมจำนวนหนึ่งโดยเฉพาะที่ได้รับอิทธิพลการศึกษาจากแนวคิดเศรษฐศาสตร์การเมืองให้ข้อมูลพื้นฐานการศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจอย่างเพียงพอ เป็นต้นว่าเรื่องระบบ “ทุนนิยม” การสะสมทุน นายทุน นักธุรกิจ ผู้ประกอบการ ห้างร้าน กิจการ ธุรกิจ ความสัมพันธ์ระหว่างรัฐและโลกธุรกิจ และแรงงาน ผู้ที่ออกตัวว่าศึกษา “ประวัติศาสตร์ธุรกิจ” ยังจำกัดอยู่กับการศึกษาบางกลุ่มธุรกิจ เช่น ความบันเทิงและการบริโภค และจำนวนหนึ่งใช้วิธีการทางประวัติศาสตร์วัฒนธรรม การที่นักวิชาการชั้นนำระดับโลกหวนระลึกถึงกระบวนการทัศน์ขานด์เลอร์อันทรงอิทธิพลเปิดโอกาสให้บทความชิ้นนี้เข้าร่วมสนทนาด้วย ธนาคารพาณิชย์ไทยขนาดใหญ่ก่อนยุคเศรษฐกิจเฟื่องฟูในทศวรรษ 2530 อยู่ในช่วงการปฏิรูปการจัดการแล้ว และอาจจะรวมอีกหลายองค์กร

ธุรกิจขนาดใหญ่ เช่น ก่อสร้าง สิ่งทอ รถยนต์ และอาหาร ที่ถูกบริหารจัดการองค์กรด้วยความเชื่อว่าบริษัทจะดีที่สุดหากนำโดยผู้จัดการมืออาชีพหรือมือที่มองเห็น ผู้จัดการระดับสูงและผู้จัดการสาขาเหล่านี้มีจำนวนมากขึ้น และปรากฏเด่นชัด ชีวตารงานและส่วนตัวเป็นที่รับรู้ต่อสาธารณชน พวกเขาเป็น “ชนชั้นผู้บริหาร” และกลายเป็นชนชั้นที่มีบทบาทอย่างมากในภูมิทัศน์ธุรกิจไทยในเวลาต่อมา

ประวัติศาสตร์ธุรกิจไทยยังมีช่องว่างให้ศึกษาอีกมากทั้งเชิงประเด็น ทฤษฎี และหลักฐานทางประวัติศาสตร์ งานชิ้นนี้ไม่ได้ทบทวนสถานะประวัติศาสตร์ธุรกิจระดับโลกเชิงวิวิธวิธีใหม่ ๆ ที่นักวิชาการสายนี้ได้พยายามเสนอผ่านวารสารธุรกิจ *BHR*, *BH*, *E&S* กว่าทศวรรษที่ผ่านมา เป็นต้นว่า การเล่าเรื่องและวัฒนธรรม (Hansen, 2012) แนวทางข้ามระเบียบวิธี (Lordanou, 2023) ผู้ประกอบการ (Wadhvani & Lubinski, 2017) อารมณ์ความรู้สึก (Holt & Popp, 2013) สิ่งแวดล้อม (Smith & Greer, 2017) การใช้ข้อมูลขนาดใหญ่ (Sharp et al, 2024) และ “Construal Level Theory” (CLT) (Ram & Wakslak, 2022) ผู้สนใจศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจสามารถนำมาทดลองใช้กับกรณีของไทยในอนาคตอันใกล้

เอกสารอ้างอิง

- เกริกเกียรติ พิพัฒน์เสรีธรรม. (2536). *วิวัฒนาการของระบบธนาคารพาณิชย์ไทย*. สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- ขรรค์ชัย-สุจิตต์ทอดน่องทองเทียว. (2567, 8 กันยายน). *คิดต่อจากนิธิ: “ณัฐพล ใจจริง” ตั้งคำถาม ทำไมงานศึกษาประวัติศาสตร์ไทยช่วงหลังไม่สนใจ “การเมือง”? YouTube*.
<https://www.youtube.com/watch?v=fwgJJ1kmckKQ>
- คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย. (2527). *โครงการเสริมสร้างผู้จัดการยุคใหม่ รุ่น 1: เศรษฐศาสตร์เพื่อการบริหาร*. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. (2524). *ทำเนียบบริษัทที่ใหญ่ที่สุดในประเทศไทย 600 บริษัท 2520 – 2523*. คณะพาณิชยศาสตร์และการบัญชี มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- คริส เบเคอร์ และ ผาสุก พงษ์ไพจิตร. (2566). *ประวัติศาสตร์ไทยร่วมสมัย* (พิมพ์ครั้งที่ 14). มติชน.
- คลีฟแลนด์ ฮาร์แลน. (2517). *นักบริหารในอนาคต: แนวทางสำหรับผู้จัดการในโลกวันพรุ่งนี้*. (ปฐม มณีไพโรจน์, ผู้แปล). แพร่พิทยา.
- จุฬาเปิดหลักสูตรการจัดการมหาบัณฑิต. (2526). *การเงินธนาคาร*, 2(20), 17, 19.
- ฉกาจ ราชบุรี. (2537). *ประวัติศาสตร์ธุรกิจเพลงลูกทุ่งไทย พ.ศ. 2507–2535* [วิทยานิพนธ์ปริญญา มหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections.
https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:111007
- ชาตรี โสภณพนิช. (2525). *ดอกเบี๋ย*, 1(1), 1-8.
- ชาตรี โสภณพนิช. (2527). *นักการธนาคารแห่งปี 2526-2527. ดอกเบี๋ย*, 2(23), 37-43.
- ชูพงศ์ มณีน้อย. (2527). *ชีวิต 25 มหาเศรษฐี*. การเงินธนาคาร.
- โคม ไกรปกรณ์. (2563). *ธุรกิจศิลปินไอดอล BNK48 ในกระแสความชอบของธุรกิจเพลงไทย: ประวัติศาสตร์ธุรกิจบันเทิงร่วมสมัย*. *วารสารประวัติศาสตร์ มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ*, 45, 191–210.
<https://ejournals.swu.ac.th/index.php/JOH/article/view/12998>
- ตลาดนัดธนาคาร. (2525). *การเงินธนาคาร*, 1(4), 23.
- ตลาดนัดธนาคาร. (2525). *การเงินธนาคาร*, 1(6), 27-33.
- ตะบองเพชร. (2525). *สังคมการเงินธนาคาร. การเงินธนาคาร*, 1(3), 40.
- ธงชัย สันติวงษ์. (2532). *การบริหารคิดและทำอย่างผู้จัดการใหญ่*. (พิมพ์ครั้งที่ 2). เคล็ดไทย.

- ชนะปิติ ธิปา. (2565). *ประวัติศาสตร์กลุ่มศิลปินหญิง (เกิร์ลกรุ๊ป) ไทย: รูปแบบธุรกิจกับการสร้างศิลปิน-ไอดอล, พ.ศ. 2525-2563* (วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์).
- ธนาคารกรุงเทพ. (2537). *50 ปีบัวหลวง*. ธนาคารกรุงเทพ.
- ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด. (2529). *รายงานประจำปี 2529*. ธนาคารไทยพาณิชย์ จำกัด.
- ธนาคารศรีนคร. (2521). *รายงานประจำปี 2521*. ธนาคารศรีนคร.
- ธนาคารเอเชีย จำกัด. (2521). *รายงานประจำปี 2521 ธนาคารเอเชีย จำกัด*. ธนาคารเอเชีย จำกัด.
- ธนาคารเอเชีย จำกัด. (2523). *รายงานประจำปี 2523 ธนาคารเอเชีย จำกัด*. ธนาคารเอเชีย จำกัด.
- นพรัตน์ วรรณเทพสกุล และ ชารินทร์ ตั้งสิทธิสมบุรณ์. (2566). *โครงการการศึกษาประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย. ใน นพรัตน์ วรรณเทพสกุล และสิริ นุกุลกิจ (บ.ก.), พรหมแดนความรู้ของนักเศรษฐศาสตร์ไทย: การวิเคราะห์กระบวนการทัศน์เพื่อพัฒนาระบบความรู้สังคมศาสตร์* (น. 198 – 279). คณะเศรษฐศาสตร์ จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- บริษัทปูนซิเมนต์ไทย จำกัด. (2556). *ร้อยคน ร้อยเรื่องราว 100 ปี เอสซีจี*. บริษัทปูนซิเมนต์ไทย.
- บัญชา ตั้งวงษ์ไชย. (2521). *เปรียบเทียบการบริหารงานบุคคลของธนาคารแห่งประเทศไทย (ธนาคารแห่งประเทศไทย) กับธนาคารพาณิชย์ของเอกชน (ธนาคารกสิกรไทย): ศึกษาเฉพาะกรณีการให้สวัสดิการ, วิทยานิพนธ์มหาบัณฑิต จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย*. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/62192>
- บัญชา ลำคำ: *ประวัติและผลงาน*. (2535). *บัญชา ลำคำ: ประวัติและผลงาน*. โรงพิมพ์ตะวันออก.
- เบื้องหลังความสำเร็จของอำนวย วีรวรรณ. *ผู้จัดการ*. (2526). 1(1), 1.
- ประพันธ์ สุจริตพานิช. (2529). *ดอกเบ๊*, 5(57): 204–218.
- ปัทวิ แดงโกเมน. (2562). *ประวัติศาสตร์ธนาคารกรุงเทพกับการพัฒนาการเศรษฐกิจและการเมืองไทย พ.ศ. 2487 – 2523*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chula Digiverse. <https://digiverse.chula.ac.th/Info/item/dc:54943>
- เปรมกมล ขุนรัตน์. (2563). *ประวัติศาสตร์ธุรกิจพาณิชยกรรมในสังคมไทยช่วงทศวรรษ 2530-2550*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยศรีนครินทรวิโรฒ]. Central Library Srinakharinwirot University. <http://ir-ithesis.swu.ac.th/dspace/bitstream/123456789/1168/1/gs621110113.pdf>
- ผาสุก พงษ์ไพจิตร และ คริส เบเกอร์. (2546). *เศรษฐกิจการเมืองไทยสมัยกรุงเทพฯ*. (พิมพ์ครั้งที่ 3 ฉบับปรับปรุงเพิ่มเติม). ซีลค์เวอร์ม.

- ผาสุก พงษ์ไพจิตร. (บ.ก.). (2549). *การต่อสู้ของทุนไทย 1: การปรับตัวและพลวัต*. มติชน.
- พรณี บัวเล็ก. (2543). *วิเคราะห์นายทุนธนาคารพาณิชย์ของไทย พ.ศ. 2475 – 2516* (พิมพ์ครั้งที่ 2). ศยาม
- พรณี บัวเล็ก. (2544). *การศึกษาประวัติศาสตร์เศรษฐกิจไทย: บทสำรวจสถานะความรู้*. ศยาม.
- พัฒน์นรี ศรีสุโกโฬาร. (2565). *การพัฒนาธุรกิจและการสะสมทุนในประเทศไทย* (พิมพ์ครั้งที่ 2). สำนักพิมพ์มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์.
- มธ. พอใจนักบริหารรุ่นแรก เตรียมโครงการอบรมรุ่นที่สอง. (2526). *การเงินธนาคาร*, 2(11), 25.
- เมธี ดุลยจินดา. (2519). *การจัดการธนาคารพาณิชย์*. สำนักพิมพ์ดวงกมล.
- ยุวดี ต้นสกุลรุ่งเรือง. (2561). *ฝากไว้ในแผ่นดิน*. นานมีบุ๊คส์.
- เยี่ยมบ้านใหม่ธนาคารกสิกรไทย บริการทุกระดับประทับใจ. (2526). *การเงินธนาคาร*, 2(10), 56-58.
- รัฐกร อัสตรธีรยุทธ์. (2526). *100 ภารกิจชั้นนำของเมืองไทย*. ประชาชาติธุรกิจ.
- รัตนาวดี รัตนโกมล. (2524). *วิวัฒนาการและบทบาทธนาคารพาณิชย์ในประเทศไทย (พ.ศ. 2431-2488)* [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย]. Chulalongkorn University Intellectual Repository (CUIR). <https://cuir.car.chula.ac.th/handle/123456789/25310>
- รุ่งโรจน์ ศรีสุบรรณ. (2525). *บุญชูทำแบงค์*. อ. อิทธิพล.
- วิเทศกรณีย์. (2514). *ความผันผวนในอดีต เป็นมหาเศรษฐีและเป็นผู้ยิ่งใหญ่*. บ้านดาราสาส์น.
- วิภาวี สุวิมลวรรณ. (2559). *อุดมคติทางธุรกิจของผู้ประกอบการไทยเชื้อสายจีน: กรณีศึกษากลุ่มผู้นำหอการค้าจีน (พ.ศ. 2488-2540)*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทบริหารธุรกิจ, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:90279
- วิระ รมยะรูป. (2530). *กรรมการรองผู้จัดการใหญ่ ธนาคารกรุงเทพ. ผู้นำธุรกิจ*, 1(2), 36-38.
- วิโรจน์ กลั่นเปา. และธนาคารกรุงเทพ. (2525). *ก่อนจะถึง...วันนี้*. ไทยวัฒนาพานิช.
- วิลลา วิลัยทอง. (2554). "ไอ้ฤทธิ์กินแบล็ค!": โฆษณาสุราแบล็คแคท ความตลก และการบริโภคเชิงสัญลักษณ์ในสังคมไทยปลายทศวรรษ 2530. *วารสารไทยศึกษา*, 7(1), 185-224.
- ศุภการ สิริไพศาล. (บ.ก.). (2560). *ความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของไทยในปรัทรรศน์ประวัติศาสตร์ สถานภาพความรู้ปัจจุบัน ลำดับที่ 4*. โครงการวิจัยความเปลี่ยนแปลงทางเศรษฐกิจและสังคมของไทยในปรัทรรศน์ประวัติศาสตร์ (สกว.)
- สพาย. (2525). *ตลาดนัดธนาคาร. การเงินธนาคาร*, 1(3), 31-32.
- สพาย. (2526). *ตลาดนัดธนาคาร. การเงินธนาคาร*, 2(10), 30-32.

สพาย. (2526). ตลาดนัดธนาคาร. *การเงินธนาคาร*, 2(11), 40-41.

สังคีต พิริยะรังสรรค์. (2526). *ทุนนิยมขุนนางไทย (พ.ศ. 2475 – 2503)*. สร้างสรรค์.

สุพลรัช เตชะบุณณะ. (2559). จาก “โรสชาวด์ มิวสิค” สู่ “บริษัท อาร์เอส จำกัด (มหาชน)” พ.ศ. 2525-2552: *การศึกษาประวัติศาสตร์ธุรกิจ*. [วิทยานิพนธ์ปริญญาโทมหาบัณฑิต, มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์]. TU Digital Collections. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:91194

อดิศร คักดีสูง และ วรุตม์ นาที. (2563). การเข้าสู่สังคมผู้ประกอบการหญิงในชนบท: ศึกษาเชิงประวัติศาสตร์เพื่อการพัฒนาบริเวณอำเภอสงขลียง จังหวัดสงขลา พ.ศ. 2540-2561. *วารสารรัฐศาสตร์และรัฐประศาสนศาสตร์*, 5(2), 227-255. <https://so05.tci-thaijo.org/index.php/PSPAJ-KKU/article/view/246019>

อดิศร หมวกพิมาย. (2545). ธุรกิจอสังหาริมทรัพย์กับกรุงเทพฯและปริมณฑล พ.ศ. 2513-2537 : การศึกษาเชิงประวัติศาสตร์ธุรกิจและประวัติศาสตร์สิ่งแวดล้อม = The property business and Bangkok and peripheral areas, 1970-1994 A.D. : a study in business history approach and environmental history approach : รายงานวิจัยฉบับสมบูรณ์. ภาควิชาประวัติศาสตร์ คณะศิลปศาสตร์ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์. https://digital.library.tu.ac.th/tu_dc/frontend/Info/item/dc:174853

อนงค์ เมฆประสาท. (2510). *ไปดูเขาเป็นเศรษฐีกันอย่างไรในเยอรมัน*. มิตรนราการพิมพ์.

อภิชาติ สถิตนิรามัย. (2556). *รัฐไทยกับการปฏิรูปเศรษฐกิจ: จากกำเนิดทุนนิยมนายธนาคารถึงวิกฤตเศรษฐกิจ 2540*. ฟาเดียวกัน.

อรรถจักร์ สัตยานุรักษ์. (2559). *ลืมน้ำอ้าปาก จาก “ชาวนา” สู่ “ผู้ประกอบการ”*. มติชน.

อำนาจ วีรวรรณ. (2547). *เล่าเรื่องสมมติในอดีต*. บ้านพระอาทิตย์.

อินแกรม, เจมส์ ซี. (2552). *Economic Change in Thailand 1850-1970* [การเปลี่ยนแปลงเศรษฐกิจในประเทศไทย 1850-1970] (ชูศรี มณีพฤษ และ เฉลิมพจน์ เอี่ยมกมลลา, ผู้แปล). มูลนิธิโตโยต้า ประเทศไทย.

อุณาโลม จันทร์รุ่งมณีกุล. (2563). 120 ปีธุรกิจภาพยนตร์ไทย: ข้อเสนอต่อรัฐและสังคมไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์ปริทัศน์*, 24(1), 103-120. <https://so06.tci-thaijo.org/index.php/jca/article/view/245415>

- อุณาโลม จันทรุ่งมณีกุล. (2565). ระบบธุรกิจการจัดจำหน่ายและฉายภาพยนตร์: ผลกระทบต่อผู้ผลิตภาพยนตร์ ผู้ชม และสังคมไทย. *วารสารนิเทศศาสตร์*, 40(1), 37-64. <https://so02.tci-thaijo.org/index.php/jcomm/article/view/247509>
- KKP. (2565, 23 มีนาคม). KKP ฉลองครบรอบ 50 ปี เปิดตัวหนังสือ 50 Years: The Making of the Modern Thai Economy กลั่นบทเรียนของเศรษฐกิจไทย 5 ทศวรรษเพื่อสานเส้นทางสู่อนาคต. KKP. <https://www.kkpg.com/en/news/2022032345112>
- Amdam, R. P., & Dávila, C. (2023). Making managers in Latin America: The emergence of executive education in Central America, Peru, and Colombia. *Enterprise & Society*, 24(1), 90–122. <https://doi.org/10.1017/eso.2021.25>
- Anumwathana, P., & Vechbanyongratana, J. (2021). The economic history of Thailand: Old debates, recent advances, and future prospects. *Australian Economic History Review*, 61(3), 342-358. <https://doi.org/10.1111/aehr.12224>
- Austin, G., Dávila, C., & Jones, G. (2017). The alternative business history: Business in emerging markets. *Business History Review*, 91(3), 537–569. <https://doi.org/10.1017/S0007680517001052>
- Balleisen, E. J. (2020). The prospects for collaborative research in business history. *Enterprise & Society*, 21(4), 824–852. <https://doi.org/10.1017/eso.2020.68>
- Ballor, G., & Pitteloud, S. (2023). Introduction: Capitalism and global governance in business history. *Business History Review*, 97(3), 459–479. <https://doi.org/10.1017/S0007680523000855>
- BHC. (n.d.). *Call for papers BHC 2025*. BHC Conference. <https://thebhc.org/call-papers-bhc-2025>
- BHC. (n.d.). *Prizes*. BHC. <https://thebhc.org/prizes>
- Business History. (n.d.). Business history's post. LinkedIn. https://www.linkedin.com/posts/business-history_in-the-absence-of-archives-activity-7125708112665149444-vheR
- Chandler, A. D. (1962). *Strategy and structure: Chapters in the history of the industrial enterprise*. The M.I.T Press.

- Chandler, A. D. (2002). *The visible hand: The managerial revolution in American business* (16th ed.). Harvard University Press.
- Contributions to source material for business history. (1932). *Business History Review*, 6(5), 17–21. <https://doi.org/10.1017/S0007680500019796>
- Cruz-Fernández, P. D. (2023, October 24). *Call for papers for special issue: In the absence of archives: Lessons from less developed countries*. H-Asia. <https://networks.h-net.org/group/announcements/20009993/call-papers-special-issue-absence-archives-lessons-less-developed>
- Cruz-Fernández, P. D. (2024, February 25). CFP: Special issue: “Chandler Redux? looking back to move forward”. H-Business. <https://networks.h-net.org/group/discussions/20024874/cfp-special-issue-chandler-redux-looking-back-move-forward>
- de Jong, A., Higgins, D. M., & van Driel, H. (2015). Towards a new business history? *Business History*, 57(1), 5–29. <https://doi.org/10.1080/00076791.2014.977869>
- de Jong, A. (2022). Research in business history: From theorising to bizhismetrics. *Australian Economic History Review*, 62(1), 66-79. <https://doi.org/10.1111/aehr.12221>
- Decker, S., Kipping, M., & Wadhwani, R. D. (2015). New business histories! plurality in business history research methods. *Business History*, 57(1), 30–40. <https://doi.org/10.1080/00076791.2014.977870>
- Duménil, G. & Lévy, D. (2011). *The crisis of neoliberalism*. Harvard University Press.
- Ekberg, E., & Iversen, M. J. (2018). Time for a Nordic business history initiative? *Scandinavian Economic History Review*, 66(1), 9–17. <https://doi.org/10.1080/03585522.2018.1434559>
- Fava, V., & Kulikov, V. (2022). Recent trends in the business history of Russia: The blurry borders of the discipline. *Business History Review*, 96(2), 325–351. <https://doi.org/10.1017/S0007680521000386>
- Fridenson, P. (2009). Business history and history. In Jones, G., & Zeitlin, J. (Eds.). *The Oxford handbook of business history* (9-36). Oxford University Press.
- Friedman, W. A. (2017). Recent trends in business History research: capitalism, democracy, and innovation. *Enterprise & Society*, 18(4), 748–771. <https://doi.org/10.1017/S0007680521000386>

- Frost, A. K. (2022). Reframing Chinese business history. *Business History Review*, 96(2), 245–287. <https://doi.org/10.1017/S0007680521000477>
- Frost, A. K. (2023). History from the dustbins. *Enterprise & Society*, 24(4), 965–976. <https://doi.org/10.1017/eso.2023.38>
- Gras, N. S. B. (1944). Are you writing a business history? *Bulletin of the Business Historical Society*, 18(4), 73–110. <https://doi.org/10.1017/S0007680500022935>
- Hansen, P. H. (2012). Business history: A cultural and narrative approach. *Business History Review*, 86(4), 693–717. <https://doi.org/10.1017/S0007680512001201>
- Harvard Business School. (n.d.). *Creating emerging markets*. Harvard Business School. <https://www.hbs.edu/creating-emerging-markets/Pages/default.aspx>
- Hewison, K. (1989). *Bankers and bureaucrats: Capital and the role of the state in Thailand*. New Haven, Conn: Yale University Southeast Asia Studies.
- Holt, R., & Popp, A. (2013). Emotion, succession, and the family firm: Josiah Wedgwood & Sons. *Business History*, 55(6), 892–909. <https://doi.org/10.1080/00076791.2012.744588>
- Issue Information. (2020). *Australian Economic History Review*, 60(3). <https://doi.org/10.1111/aehr.12179>
- Jones, G. & Comunale, R. (2019). Oral history and the business history of emerging markets. *Enterprise & Society*, 20(1), 19–32. <https://doi.org/10.1017/eso.2018.109>
- Jones, G., & Zeitlin, J. (Eds.). (2009). *The Oxford handbook of business History*. Oxford University Press.
- Jong, A. D. (2022). Research in business history: From theorising to bizhismetrics. *Australian Economic History Review*, 62(1), 66-79. <https://doi.org/10.1111/aehr.12221>
- Keneley, M. (2020) Reflections on the business History tradition: where has it come from where is it going to?. *Australian Economic History Review*, 60(3), 282-300. <https://doi.org/10.1111/aehr.12206>
- Langlois, R. N. (2023). *The Corporation and the twentieth century: The history of American business enterprise*. Princeton University Press.

- Lordanou, I. (2023). The origins of organisation: A Trans-methodological approach to the historical analysis of preindustrial organisations. *Business History*, 66(7), 1689–1711. <https://doi.org/10.1080/00076791.2023.2181957>
- Mata, T. (2018). The managerial ideal and business magazines in the great depression. *Enterprise & Society*, 19(3), 578–609. <https://doi.org/10.1017/eso.2017.44>
- Mr. Bantha Lamsam: Progressive banker with social responsibilities. (1979). *Who's Who in Thailand*, 7(5), 26 – 35.
- Murphy, S. A. (2024). How to define (or not to define) the new history of capitalism. *Enterprise & Society*, 25(1), 49–53. <https://doi.org/10.1017/eso.2023.37>
- Nix, A., & Decker, S. (2021). Using digital sources: the future of business history? *Business History*, 65(6), 1048–1071. <https://doi.org/10.1080/00076791.2021.1909572>
- Patel, D. P. (2024). Making Swadeshi managers: The antecedents of professional management education in India, 1860s–1950s. *Enterprise & Society*, 25(2), 454–485. <https://doi.org/10.1017/eso.2022.53>
- Problems and opportunities in the field of business history. (1941). *Bulletin of the Business Historical Society*, 15(2), 17–26. <https://doi.org/10.1017/S0007680500022583>
- Raff, D. M. G. (2020). Introduction to the symposium. *Enterprise & Society*, 21(3), 559–560. <https://doi.org/10.1017/eso.2020.45>
- Ram, H., Giacomini, V., & Wakslak, C. (2022). Entrepreneurial imagination: insights from construal level theory for historical entrepreneurship. *Business History*, 66(2), 364–385. <https://doi.org/10.1080/00076791.2022.2149737>
- Regele, L. S. (2024). A Brief history of the history of capitalism, and a new American variety. *Enterprise & Society*, 25(1), 2–26. <https://doi.org/10.1017/eso.2023.32>
- Rose, M. H. (2008). Alfred DuPont Chandler, Jr., 1918—2007: An introduction. *Enterprise & Society*, 9(3), 405–410. <https://www.jstor.org/stable/23701158>
- Scranton, P. (2020). Foundations and futures: visions of business histories. *Enterprise & Society*, 21(3), 638–647. <https://doi.org/10.1017/eso.2020.44>

- Sharp, P., Henriques, S., McLaughlin, E., Tsoukli, X., & Vedel, C. (2024). A microlevel analysis of Danish dairy cooperatives: Opportunities for large data in business history. *Enterprise & Society*, 25(3), 669–697. <https://doi.org/10.1017/eso.2023.5>
- Smith, A., & Greer, K. (2017). Uniting business history and global environmental history. *Business History*, 59(7), 987–1009. <https://doi.org/10.1080/00076791.2017.1338688>
- Suehiro, A. (1989). Bangkok Bank: Management reforms of a Thai commercial bank. *East Asian Cultural Studies*, XXVIII(1–4), 101–125.
- Suehiro, A. (1993). Family Business Reassessed: Corporate Structure and Late-Starting Industrialization in Thailand. *The Developing Economies*, XXXI(4), 378–407.
- Suehiro, A. (1996). *Capital accumulation in Thailand 1855–1985*. Silkworm Books.
- Suehiro, A. (1997). Modern family business and corporate capability in Thailand: A case study of the CP Group. *Japanese Yearbook on Business History*, 14, 14–57.
- Suehiro, A. & Wailerssak, N. (2004). Family business in Thailand: Its management, governance, and future challenges. *ASEAN Economic Bulletin*, 21(1), 81–93.
- The Editors. (2017). Debating methodology in business history. *The Business History Review*, 91(3), 443–455. <https://www.jstor.org/stable/26795364>
- The Standard. (2022). *50 Years: The making of the modern thai economy*. The Standard. https://thestandard.co/podcast_channel/the-making-of-the-modern-thai-economy/
- The teaching of business history. (1946). *Bulletin of the Business Historical Society*, 20(1), 24–25. <https://doi.org/10.1017/S0007680500004864>
- Tumbe, C. (2019). Recent trends in the business history of India. *Business History Review*, 93(1), 153–159. <https://doi.org/10.1017/S0007680519000333>
- Unkovski-Korica, V., & Vejzagić, S. (2023). Business history goes east: An introduction. *Business History*, 65(7), 1119–1136. <https://doi.org/10.1080/00076791.2023.2234827>
- Vilaitong, V. (2006). *A cultural history of hygiene advertising in Thailand, 1940s-early 1980s*. (Doctoral Thesis, The Australian National University).

- Vilaithong, V. (2015). Marketing business knowledge and consumer culture before the boom: The case of *Khoo Khaeng* magazine. In Maurizio Peleggi (Ed.), *A sarong for clio: Essays on the intellectual and cultural history of Thailand inspired by Craig J. Reynolds* (pp. 163-179). Cornell Southeast Asian Program Publications.
- Wadhwani, R. D., & Lubinski, C. (2017). Reinventing entrepreneurial history. *Business History Review*, 91(4), 767–799. <https://doi.org/10.1017/S0007680517001374>
- Wailersak, N. & Suehiro, A. (2004). Top Executive Origins: Comparative Study between Japan and Thailand. *Asian Business & Management*, (3), 85-104.
- Why a business history? (1930). *Business History Review*, 4(6), 5–6.
[doi:10.1017/S0007680500014136](https://doi.org/10.1017/S0007680500014136)
- Yongue, J. S. (2014). The first Asian business history conference in Bangkok, Thailand. *The Business History Review*, 88(2), 373–377. <https://www.jstor.org/stable/43299579>
- Yongue, J. S. (2025). Siam then, Thailand now: Contextualising the emergence of Thai capitalism through three phases of globalisation. In J. Hunter, P. Srisuphaolarn, P. van der Eng, J. S. Yongue (Eds.), *Ethics, business and capitalism: Thailand and Indonesia in an Asian perspective* (pp. 50-76). NUS Press.