

## บทคัดย่อ

ไทยได้เปรียบดุลการค้าจากการค้าไทย – ลาว เป็นปริมาณมหาศาล สินค้าส่งออกที่สำคัญของไทยไปลาว คือ เครื่องอุปโภคบริโภค อุปกรณ์ไฟฟ้า เสื้อผ้าสำเร็จรูป และวัสดุอุปกรณ์ที่ใช้ในการก่อสร้าง สินค้าส่งออกที่สำคัญของลาวมายังไทย คือ ไม้สัก ไม้แปรรูป ผลิตภัณฑ์ที่ทำด้วยไม้ สินแร่ และโลหะ ในแต่ละปีลาวนำเข้าสินค้าจากไทยด้วยมูลค่าสูงขึ้นเรื่อย ๆ สินค้าไทยที่นำเข้าไปในลาวด้วยมูลค่าการค้าเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่องเป็นอันดับ 1 คือ สินค้าไทย 2 กลุ่ม คือ (1) เสื้อผ้าเครื่องนุ่งห่ม ลาวเรียกว่า “เครื่องวัฒนธรรม” (รัฐบาลลาวคุ้มครองตามแผนงาน โดยเฉพาะ เสื้อผ้าแฟชั่น ผ้าผืน ผ้าตัดเย็บสำเร็จรูป เครื่องหนัง เครื่องประดับ เป็นต้น) และ (2) สินค้าตราयीหือและป้ายฉลากของไทยและเครื่องใช้ไฟฟ้า ซึ่งได้รับความนิยมในอันดับแรกสุดโดยชุมชนลาวที่ตั้งถิ่นฐานตรงข้ามกับจังหวัดชายแดนของไทย

รูปที่เสมือนภาพถ่ายและสัญญาณเสียงจากคลื่นโทรทัศน์และวิทยุไทยที่เข้าไปในภาคตะวันออกเฉียงเหนือ และส่งผ่านเข้าไปในชุมชนลาวอย่างบังเอิญตลอดแนวฝั่งซ้ายของแม่น้ำโขง ทำให้หมู่บ้านลาวเข้าถึงสัญญาณโทรทัศน์และวิทยุไทยได้อย่างบังเอิญ ปัจจัยทั้งหมด กระตุ้นรูปแบบพฤติกรรม ทศนคติ การบริโภคสินค้าที่มีตราयीหือ การค้าสินค้าไทยในลาวทำให้เกิดระบบการกระจายสินค้าอุปโภคบริโภค อุปกรณ์และเครื่องใช้ไฟฟ้า และสินค้าแฟชั่นเข้าสู่ชุมชนลาว โดยการค้านานกลางและขนาดเล็ก ปรากฏการณ์นี้แสดงให้เห็นถึง ความพยายามที่จะตอบสนองความต้องการของชาวลาวในแต่ละชุมชนในกลุ่มสินค้าอุปโภคบริโภคและสินค้าแฟชั่น ซึ่งเป็นการแสดงให้เห็นว่า ชาวลาวยอมรับสินค้าไทยให้เป็นส่วนหนึ่งของปฏิบัติการในชีวิตประจำวันด้วยระบบคุณค่าและทศนคติ

### ข้อค้นพบจากการศึกษา

ผลลัพธ์จากการศึกษา สะท้อนให้เห็นว่า การค้าไทย – ลาว อยู่ภายใต้บริบทของการครอบงำทางวัฒนธรรม จริง ปัจจัยที่มีส่วนผลักดันต่อการสร้างปรากฏการณ์ การครอบงำทางวัฒนธรรม คือ วัฒนธรรมประชานิยม ปฏิสังสรรค์เชิงสัญลักษณ์ อำนาจการครอบครองความเป็นเจ้าทาง การเมือง เศรษฐกิจ และวัฒนธรรม จากแนวคำอธิบายของทฤษฎีระบบโลก ด้วยปัจจัยทั้งหมด ส่งผลกระทบต่อการครอบงำทางวัฒนธรรม เป็น 2 ระดับ คือ

(1) วัฒนธรรมประชานิยม (Popular Culture) และกลไกการทำงานในระดับจิตวิทยาของปฏิสังสรรค์เชิงสัญลักษณ์ (Symbolic Interactionism) มีอิทธิพลต่อชาวลาวทุกกลุ่มและทุกชนชั้น โดยคำจำกัดความของ “ผู้รับสาร” รายการโทรทัศน์ไทยอยู่ในฐานะผู้เปลี่ยนแปลงพฤติกรรม

และจิตสำนึกของปัจเจกบุคคลอย่างมาก รายการโทรทัศน์สร้างความต้องการเทียมในสินค้าและการจำได้หมายรู้ในตราหือของสินค้า ด้วยระบบคุณค่าจากภาพเสมือนจริงและจินตนาการส่วนบุคคลที่เกิดขึ้นจากการตีความ ดังนั้น ความต้องการในสินค้าจึงถูกสร้างขึ้นมาจากรายการโทรทัศน์ข้อสรุปที่ได้ ก็คือ ปรากฏการณ์ทางสังคมวัฒนธรรมในชุมชนลาวหลายแห่งกำลังเปลี่ยนแปลง และมีแนวโน้มที่จะเข้าสู่การถูกรอบงำทางวัฒนธรรมโดยจิตสำนึกและพฤติกรรมในระดับที่หนึ่ง

(2) อำนาจความเป็นเจ้าผู้ครอบครองทั้งในทางเศรษฐกิจและการเมือง (Economic and Political Hegemonic Power) ในประเด็นอุปสงค์และอุปทาน คือ ปรากฏการณ์ที่ยืนยันว่าลาวขึ้นต่อไทยโดยสินค้าไทยและการค้าไทย - ลาว และส่งผลกระทบต่อ มาตรฐานการครองชีพ การบริโภคสินค้า และการขยายตัวของสินค้าไทยในหัวเมืองขนาดใหญ่และชุมชนริมแม่น้ำโขง อำนาจการครอบงำในทางเศรษฐกิจจากความเชื่อมโยงเครือข่ายคมนาคมชายแดนไทยสู่สปป.ลาว และความร่วมมือทางการค้าโดยภาคเอกชนไทย โดยเงื่อนไขที่ว่า ความต้องการในสินค้าไทยเกิดขึ้นจากรายการโทรทัศน์ไทยเป็นหลัก การกระจายตัวของสินค้าไทยโดยเอกชนลาว แสดงให้เห็นว่า สปป.ลาว มีแนวโน้มที่จะขึ้นต่อไทยโดยเศรษฐกิจการค้าและวัฒนธรรมการบริโภคเป็นสำคัญ ซึ่งเป็นแนวโน้มที่จะถูกรอบงำในระดับที่สอง

เงื่อนไขหรือสาเหตุที่ชี้ว่า การครอบงำทางวัฒนธรรมจะเกิดขึ้นหรือไม่ อย่างไร ขึ้นอยู่กับความสัมพันธ์ทางเศรษฐกิจและการเมือง ลาวต้องการสนิทกับเวียดนามมากกว่าไทย แต่ลาวต้องการสินค้าทุนและสินค้าอุตสาหกรรมจากไทยเพราะความขาดแคลนและมีแนวโน้มว่าลาวต้องการความทันสมัยในสินค้าไทยด้วย จึงเกิดแนวโน้มที่ว่า ลาวต้องการนำเข้ามาความทันสมัยที่ผูกติดอยู่กับสินค้าไทย ดังนั้น ลาวจึงมีแนวโน้มที่จะเข้าสู่ภาวะการครอบงำทั้งทางเศรษฐกิจและวัฒนธรรม และเงื่อนไขที่ว่า ภาคเอกชนไทยขยายตลาดการค้าสู่อินโดจีน และวัฒนธรรมประชานิยมและปฏิสังสรรค์เชิงสัญลักษณ์จากรายการโทรทัศน์สร้างความต้องการสินค้าไทยขึ้นมาคิดเป็นมูลค่าจำนวนหนึ่ง จึงเกิดการรุกรานโดยสินค้าไทยในลาว โดยไม่มีการปรากฏให้เห็นว่า รัฐบาลลาวพยายามกีดกันสินค้าไทยในระดับของการกำหนดนโยบายหรือมาตรการกันอย่างจริงจัง

ดังนั้น ด้วยสาเหตุและเงื่อนไขสำคัญดังที่กล่าวไว้ จึงขอสรุปว่า เงื่อนไขหรือสาเหตุที่ชี้ว่าการครอบงำทางวัฒนธรรมจะเกิดขึ้นหรือไม่ ก็ขึ้นอยู่กับว่า หัวเมืองขนาดใหญ่ใน สปป.ลาว ต้องมีภูมิศาสตร์เศรษฐกิจใกล้ชิดกับไทยซึ่งทำให้เข้าถึงรายการโทรทัศน์ไทยได้ โดยมีแนวโน้มว่าจะถูกรอบงำจากการค้าไทย - ลาว โดยอิทธิพลของโทรทัศน์ พรมแดน และสะพานข้ามแม่น้ำโขง ทั้งโดยกรอบการวิเคราะห์ของทฤษฎีระบบโลก และอุดมการณ์ทางวัฒนธรรม