

ผลกระทบของภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกาต่อความสามารถในการ  
แข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา\*  
THE EFFECTS OF UNITED STATES RECIPROCAL TARIFFS ON THE  
COMPETITIVENESS OF THAI EXPORTS IN THE UNITED STATES  
MARKET

ศิริศักดิ์ พูลสวัสดิ์

Sirisak Poolsawat

วิทยาลัยสหวิทยาการ มหาวิทยาลัยธรรมศาสตร์

College of Interdisciplinary Studies, Thammasat University, Thailand

Corresponding Author's Email: sirisak.p@hotmail.com

วันที่รับบทความ : 29 มีนาคม 2569; วันแก้ไขบทความ 6 เมษายน 2569; วันตอบรับบทความ : 8 เมษายน 2569

Received 29 March 2026; Revised 6 April 2026; Accepted 8 April 2026

## บทคัดย่อ

บทความวิจัยนี้มีวัตถุประสงค์เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกสำคัญของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ภายใต้มาตรการภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกา โดยวัดความสามารถในการแข่งขันผ่านดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ และส่วนแบ่งการตลาด ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่นิยมใช้ในการประเมินความสามารถในการแข่งขันทางการค้าระหว่างประเทศ การวิจัยครั้งนี้เป็นการวิจัยเชิงปริมาณ โดยใช้ข้อมูลการค้าระหว่างประเทศจากฐานข้อมูล International Trade Center ซึ่งประกอบด้วยข้อมูลการส่งออกของไทยและข้อมูลการนำเข้าของสหรัฐอเมริกา วิเคราะห์ข้อมูลโดยใช้สถิติเชิงพรรณนา

Citation:



\* ศิริศักดิ์ พูลสวัสดิ์. (2569). ผลกระทบของภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกาต่อความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา. วารสารส่งเสริมและพัฒนาวิชาการสมัยใหม่, 4(2), 1531-1549.

Sirisak Poolsawat. (2029). The Effects Of United States Reciprocal Tariffs On The Competitiveness Of Thai Exports In The United States Market. Modern Academic Development and Promotion Journal, 4(2), 1531-1549.;

DOI: <https://doi.org/10.>

<https://so12.tci-thaijo.org/index.php/MADPIADP/>

การวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาด และการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่อประเมินความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

ผลการศึกษา พบว่า ภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกามีผลต่อความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในเชิงโครงสร้าง เนื่องจากภาษีศุลกากรส่งผลให้ราคาสินค้าส่งออกของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาส่งผลให้ความสามารถในการแข่งขันด้านราคาลดลงและส่งผลกระทบต่อส่วนแบ่งการตลาด แม้ว่าสินค้าส่งออกของไทยบางกลุ่มยังคงมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นและมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น แต่เมื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันผ่านดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่าความสามารถในการแข่งขันของไทยโดยรวมมีแนวโน้มลดลงเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญที่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีมากกว่า ผลการศึกษานี้สะท้อนให้เห็นว่ามาตรการภาษีมีผลต่อโครงสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว ดังนั้นประเทศไทยควรปรับตัวด้านนโยบายการค้าระหว่างประเทศ การพัฒนาคุณภาพสินค้า การเพิ่มมูลค่าสินค้า และการกระจายตลาดส่งออก เพื่อรักษาและเพิ่มความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกไทยในตลาดโลก

**คำสำคัญ:** ภาษีตอบโต้, ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ, ความสามารถในการแข่งขัน

## Abstract

This research aimed to examine the changes in the competitiveness of major Thai exports in the United States market under the United States reciprocal tariff measures. Competitiveness was measured using the Revealed Comparative Advantage (RCA) index and market share, which are widely used indicators for measuring international trade competitiveness. This study employed a quantitative research approach using international trade data obtained from the International Trade Center database, including Thailand's export data and United States import data. The data were analyzed using descriptive statistics, market share analysis, and the Revealed Comparative Advantage index in order to evaluate the competitiveness of Thai exports in the United States market.

The results indicated that the United States reciprocal tariffs affected the competitiveness of Thai exports in structural terms. Tariff measures increased the prices of Thai products in the United States market, which reduced price competitiveness and affected market share. Although the export value of some Thai products continued to increase and maintained market share in the United States market, the analysis based on the Revealed Comparative Advantage index showed that Thailand's overall competitiveness tended to decline when compared with major competing countries that received tariff preferences. The findings suggest that tariff measures have long-term effects on the structure of trade competitiveness. Therefore, Thailand should adjust its international trade policy by focusing on product quality development, value-added production, and export market diversification in order to maintain and enhance the competitiveness of Thai exports in the global market.

**Keywords:** Reciprocal tariff, Revealed comparative advantage, Competitiveness.

## บทนำ

การส่งออกเป็นกลไกสำคัญในการขับเคลื่อนเศรษฐกิจไทย เนื่องจากเป็นแหล่งรายได้หลักของประเทศและมีบทบาทต่อการขยายตัวทางเศรษฐกิจในภาพรวม โดยเฉพาะในบริบทเศรษฐกิจโลกที่ประเทศต่าง ๆ เชื่อมโยงกันมากขึ้น การค้าระหว่างประเทศจึงมีความสำคัญอย่างยิ่งต่อการรักษาความสามารถในการเติบโตของประเทศ ทั้งนี้ เมื่อพิจารณาโครงสร้างการค้าของไทยพบว่า สหรัฐอเมริกาเป็นตลาดส่งออกที่มีความสำคัญสูงต่อไทย ทั้งในแง่มูลค่าการส่งออกและสัดส่วนต่อการส่งออกรวม ส่งผลให้การเปลี่ยนแปลงนโยบายการค้าของสหรัฐอเมริกาย่อมส่งผลกระทบต่อภาคการส่งออกของไทยอย่างมีนัยสำคัญ (จิรายุ จันทรสชา และคณะ, 2568)

เมื่อพิจารณาในระดับสินค้า พบว่าการส่งออกของไทยไปยังสหรัฐอเมริกากระจุกตัวอยู่ในบางกลุ่มอุตสาหกรรมสำคัญ เช่น เครื่องจักรและอุปกรณ์ไฟฟ้า เครื่องจักรกล ยางและของทำด้วยยาง พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก อุปกรณ์ทางทัศนศาสตร์ และเฟอร์นิเจอร์ สินค้าเหล่านี้หลายรายการมีสัดส่วนการส่งออกไปยังตลาดสหรัฐอเมริกาค่อนข้างสูงเมื่อเทียบ

กับตลาดโลก สะท้อนให้เห็นว่าตลาดสหรัฐอเมริกาเป็นตลาดหลักของสินค้าไทยหลายประเภท ดังนั้น หากมีการเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีศุลกากรหรือมาตรการกีดกันทางการค้า ย่อมกระทบทั้งต่อมูลค่าการส่งออก ต้นทุนสินค้า และสถานะการแข่งขันของไทยในตลาดดังกล่าวอย่างหลีกเลี่ยงไม่ได้ ซึ่งสอดคล้องกับแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศที่อธิบายว่าการเก็บภาษีศุลกากรทำให้ราคาสินค้าในประเทศผู้นำเข้าสูงขึ้น ขณะที่ปริมาณการนำเข้าลดลง (Balassa, 1965)

ในช่วงที่ผ่านมา สหรัฐอเมริกาได้ใช้นโยบายภาษีตอบโต้ (Reciprocal Tariff) ต่อประเทศคู่ค้าหลายประเทศ รวมทั้งประเทศไทย เพื่อจัดการปัญหาการขาดดุลการค้า มาตรการดังกล่าวส่งผลให้สินค้าไทยต้องเผชิญต้นทุนทางภาษีที่เปลี่ยนแปลงไป และอาจกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันเมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งในตลาดเดียวกัน โดยเฉพาะในกรณีที่ประเทศคู่แข่งได้รับอัตราภาษีต่ำกว่า หรือได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีจากสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ งานศึกษาที่เกี่ยวข้องชี้ให้เห็นว่า การเพิ่มขึ้นของภาษีศุลกากรส่งผลทางลบต่อการค้าระหว่างประเทศ และประเทศกำลังพัฒนามักได้รับผลกระทบมากกว่าประเทศพัฒนาแล้ว (Olawore et al., 2025) นอกจากนี้ การปรับขึ้นภาษียังอาจทำให้ผู้ส่งออกต้องเร่งส่งออกล่วงหน้าเพื่อหลีกเลี่ยงต้นทุนภาษีในอนาคต หรือเปลี่ยนเป้าหมายตลาดส่งออกไปยังประเทศอื่น (Yang et al., 2024; Pattararong & Suwanprasert, 2025; Hayakawa, 2026)

สำหรับประเทศไทย แม้งานศึกษาบางชิ้นสะท้อนว่าไทยอาจได้เปรียบด้านภาษีเมื่อเปรียบเทียบกับจีนในบางสินค้า แต่เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นที่ส่งออกสินค้าคล้ายคลึงกันไปยังสหรัฐอเมริกา ไทยกลับไม่ได้มีความได้เปรียบทางภาษีอย่างชัดเจน และในบางกรณีอาจเสียเปรียบจากการที่ประเทศคู่แข่งได้รับอัตราภาษีต่ำกว่า หรือได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีมากกว่า (จิราวุธ จันทรสชา และคณะ, 2568) ขณะเดียวกัน การศึกษาความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาโดยใช้ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏก็พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของไทยแตกต่างกันไปตามประเภทสินค้า โดยบางอุตสาหกรรมมีความได้เปรียบ ขณะที่บางอุตสาหกรรมไม่มีความได้เปรียบอย่างชัดเจน (Poramacom, 2002; Suwannarat et al., 2019) สะท้อนให้เห็นว่าผลกระทบของภาษีตอบโต้ต่อไทยไม่ควรพิจารณาเพียงมูลค่าการส่งออก แต่ควรพิจารณาในมิติของความสามารถในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบด้วย

ดังนั้น ผู้วิจัยจึงสนใจศึกษาผลของภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกาต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยมุ่งวิเคราะห์ทั้งมิติของมูลค่าการส่งออก ส่วนแบ่ง

การตลาด และดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่อให้เห็นการเปลี่ยนแปลงของสถานะการแข่งขันของสินค้าไทยภายใต้บริบทนโยบายการค้าระหว่างประเทศที่เปลี่ยนแปลงไป อันจะเป็นประโยชน์ต่อการทำความเข้าใจผลกระทบของมาตรการภาษีตอบโต้ และใช้เป็นข้อมูลประกอบการกำหนดนโยบายการค้าระหว่างประเทศของไทยต่อไป

### วัตถุประสงค์ของการวิจัย

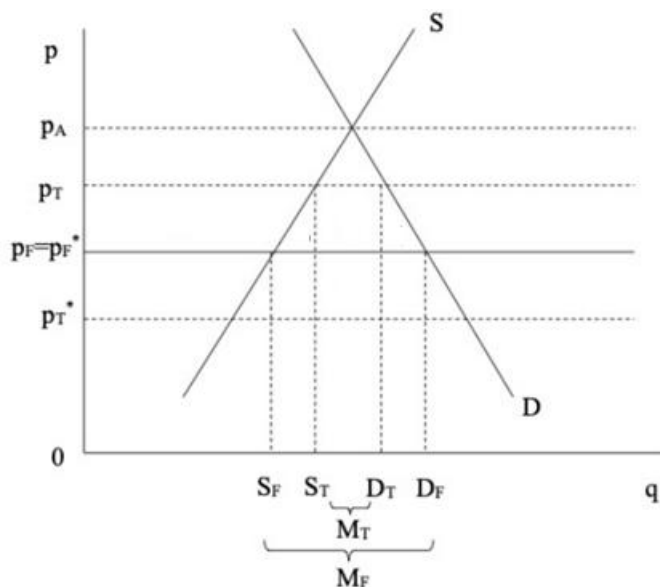
เพื่อศึกษาการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันของสินค้าส่งออกสำคัญของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา โดยอาศัยดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ รวมถึงส่วนแบ่งการตลาดซึ่งเป็นที่นิยมในการใช้วัดความสามารถในการแข่งขัน

### การทบทวนวรรณกรรม

#### 1. แนวคิดเกี่ยวกับผลของภาษีศุลกากรต่อราคาและมูลค่าการนำเข้า

ภาษีศุลกากรเป็นเครื่องมือนโยบายการค้าที่มีผลโดยตรงต่อราคา ปริมาณการนำเข้า และโครงสร้างการแข่งขันของสินค้าในตลาดระหว่างประเทศ โดยเฉพาะในกรณีที่ประเทศผู้นำเข้าเป็นประเทศขนาดใหญ่ทางเศรษฐกิจ เช่น สหรัฐอเมริกา การเปลี่ยนแปลงอัตราภาษีของประเทศดังกล่าวย่อมส่งผลกระทบต่อราคาในตลาดโลกได้ด้วย ในเชิงทฤษฎี หากราคาสินค้าในตลาดโลกต่ำกว่าราคาในประเทศ ผู้นำเข้าจะมีแรงจูงใจในการนำเข้าสินค้า แต่เมื่อรัฐจัดเก็บภาษีศุลกากร ราคาสินค้าในประเทศผู้นำเข้าจะเพิ่มสูงขึ้น ขณะที่ปริมาณการนำเข้าจะลดลง และอาจส่งผลให้ราคาสินค้าในตลาดโลกลดลงตามไปด้วย อันเนื่องมาจากอุปสงค์ต่อสินค้าในตลาดโลกที่ปรับตัวลดลง

ในกรณีนี้ ความสัมพันธ์ของราคาภายหลังการจัดเก็บภาษีสามารถอธิบายได้จากสมการ  $p_T = p_T + t^*$  เมื่อ  $p_T$  คือราคาสินค้าในประเทศผู้นำเข้า  $p_T^*$  คือราคาสินค้าในตลาดโลกภายหลังการเปลี่ยนแปลงอุปสงค์ และ  $t$  คืออัตราภาษีศุลกากรต่อหน่วยสินค้า ดังนั้นเมื่ออัตราภาษีศุลกากรเพิ่มสูงขึ้น ราคาสินค้าในประเทศจะเพิ่มขึ้น ปริมาณการนำเข้าจะลดลง และระดับการแข่งขันของสินค้านำเข้าจะเปลี่ยนแปลงไปตามโครงสร้างภาษีที่ถูกกำหนดขึ้น



ที่มา: โดยผู้วิจัย

## 2. งานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับผลของภาษีศุลกากรและภาษีตอบโต้

แม้ว่าผลของภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกาต่อการส่งออกของไทยจะเป็นประเด็นที่ค่อนข้างใหม่ แต่จากงานวิจัยที่เกี่ยวข้องสามารถอธิบายได้ว่า การเพิ่มขึ้นของภาษีศุลกากรโดยทั่วไปส่งผลกระทบต่อในทางลบต่อการนำเข้าและการค้าระหว่างประเทศ โดย ณัฏชพล นาคนาม (2564) ศึกษาผลกระทบของการถูกยกเลิกระบบสิทธิพิเศษทางภาษีของสหภาพยุโรปและสหรัฐอเมริกาที่มีต่อการส่งออกของไทย พบว่าเมื่อสิทธิพิเศษทางภาษีถูกยกเลิก การส่งออกของไทยไปยังตลาดดังกล่าวในภาพรวมลดลง แม้ว่าระดับผลกระทบจะแตกต่างกันไปในแต่ละอุตสาหกรรมก็ตาม

สอดคล้องกับ Olawore et al. (2025) ที่ศึกษาผลของภาษีศุลกากรต่อการค้าระหว่างประเทศในกลุ่มประเทศพัฒนาแล้วและประเทศกำลังพัฒนา พบว่า การเพิ่มขึ้นของภาษีศุลกากรส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศ และประเทศกำลังพัฒนาได้รับผลกระทบมากกว่าประเทศพัฒนาแล้ว ขณะเดียวกัน Yang et al. (2024) พบว่า เมื่อภาษีของสหรัฐอเมริกาสูงขึ้นจนกระทบต่อการส่งออกของจีน ผู้ประกอบการจีนมีการปรับตัวโดยเพิ่มการส่งออกไปยังตลาดอื่น เช่น สหภาพยุโรป เพื่อทดแทนตลาดสหรัฐอเมริกา

ในด้านผลกระทบต่อราคา Amiti et al. (2019) พบว่า ภาระจากกำแพงภาษีของสหรัฐอเมริกาต่อสินค้าจีนตกอยู่กับผู้บริโภคและผู้ประกอบการในสหรัฐอเมริกาเป็นส่วนใหญ่ ขณะที่ผู้ส่งออกจีนแทบไม่ได้รับผลกระทบด้านราคาอย่างมีนัยสำคัญ ซึ่งสอดคล้องกับ Yang et al. (2024) ที่พบว่า ราคา FOB ของสินค้าจีนไม่ได้รับผลกระทบจากภาษีของสหรัฐอเมริกาอย่างชัดเจน นอกจากนี้ Pattararangrong and Suwanprasert (2025) และ Hayakawa (2026) ยังพบว่า หลังจากสหรัฐอเมริกาประกาศใช้นโยบายภาษีตอบโต้ แต่ก่อนที่มาตรการจะมีผลบังคับใช้จริง ผู้ส่งออกมีแนวโน้มเร่งส่งออกสินค้าไปยังสหรัฐอเมริกา เพื่อหลีกเลี่ยงต้นทุนภาษีที่คาดว่าจะเพิ่มขึ้นในอนาคต

### 3. แนวคิดและงานวิจัยเกี่ยวกับความสามารถในการแข่งขันของไทย

ความสามารถในการแข่งขันของประเทศในตลาดต่างประเทศสามารถพิจารณาได้จากหลายมิติ เช่น ส่วนแบ่งการตลาด และดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ ซึ่งเป็นตัวชี้วัดที่ใช้สะท้อนสถานะการแข่งขันของสินค้าประเภทต่าง ๆ ในตลาดปลายทาง งานวิจัยของ Poramacom (2002) ซึ่งศึกษาความสามารถในการแข่งขันของไทยและอินโดนีเซียในการส่งออกยางพาราไปยังสหรัฐอเมริกา พบว่า อินโดนีเซียมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบสูงกว่าไทยตลอดช่วงเวลาที่ศึกษา ขณะที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเพียงบางปีและยังอยู่ในระดับต่ำกว่าอินโดนีเซีย

ในทำนองเดียวกัน Suwannarat et al. (2019) ศึกษาความสามารถในการแข่งขันของผลิตภัณฑ์ยางพารา เคมี และเหล็กกล้าในตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่า ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในผลิตภัณฑ์ยางพารา แต่ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบในอุตสาหกรรมเคมีและเหล็กกล้า ผลการศึกษาดังกล่าวสะท้อนว่า ความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาไม่ได้อยู่ในระดับเดียวกันทุกกลุ่มสินค้า แต่ขึ้นอยู่กับโครงสร้างอุตสาหกรรม ความต้องการของตลาด และเงื่อนไขด้านต้นทุนหรือภาษีที่เกี่ยวข้อง

สำหรับผลของภาษีตอบโต้ต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยโดยตรง จิรายุ จันทรสชา และคณะ (2568) พบว่า หลังการปรับขึ้นภาษีตอบโต้ สินค้าไทยมีภาษีศุลกากรต่ำกว่าสินค้าจีนอย่างมาก ทำให้สินค้าของไทยมีโอกาสทดแทนสินค้าจีนในตลาดสหรัฐอเมริกาได้ อย่างไรก็ตาม เมื่อเปรียบเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นที่ส่งออกสินค้าคล้ายคลึงกันไปยังสหรัฐอเมริกา พบว่า อัตราภาษีของสินค้าไทยส่วนใหญ่ไม่ได้แตกต่างจากคู่แข่งอย่างมีนัยสำคัญ จึงไม่ได้สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันอย่างชัดเจน อีกทั้งสินค้าสำคัญบางรายการ เช่น

อุปกรณ์การแพทย์ ยานยนต์ และชิ้นส่วน ยังมีความเสี่ยงสูญเสียความสามารถในการแข่งขัน เนื่องจากประเทศคู่แข่งบางประเทศได้รับอัตราภาษีต่ำกว่าไทย หรือได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีจากสหรัฐอเมริกา

#### 4. การสังเคราะห์เอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง

จากการทบทวนเอกสารและงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง สามารถสรุปได้ว่า ภาษีศุลกากรและภาษีตอบโต้เป็นปัจจัยสำคัญที่ส่งผลต่อราคา ปริมาณการนำเข้า มูลค่าการส่งออก และความสามารถในการแข่งขันของประเทศในตลาดระหว่างประเทศ โดยเฉพาะเมื่อประเทศผู้นำเข้าเป็นตลาดขนาดใหญ่ เช่น สหรัฐอเมริกา งานวิจัยที่ผ่านมาแสดงให้เห็นอย่างสอดคล้องกันว่า การเพิ่มขึ้นของภาษีมีแนวโน้มทำให้การค้าลดลง แม้ผลกระทบจะไม่เท่ากันในทุกสินค้า และทุกประเทศก็ตาม

ในกรณีของประเทศไทย งานวิจัยที่ผ่านมาชี้ว่า ไทยอาจได้เปรียบเมื่อเปรียบเทียบกับบางประเทศ เช่น จีน แต่ไม่ได้มีความได้เปรียบทางภาษีอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งส่วนใหญ่ในตลาดสหรัฐอเมริกา ดังนั้น การศึกษาครั้งนี้จึงมุ่งวิเคราะห์ผลของภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกาต่อความสามารถในการแข่งขันของไทย โดยพิจารณาทั้งมูลค่าการส่งออก ส่วนแบ่งการตลาด และดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ เพื่ออธิบายการเปลี่ยนแปลงสถานะการแข่งขันของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาอย่างเป็นระบบและชัดเจนยิ่งขึ้น

### วิธีดำเนินการวิจัย

#### ประชากรและข้อมูลที่ใช้ในการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลการส่งออกของไทยและข้อมูลการนำเข้าของสหรัฐอเมริกา ตามพิกัดศุลกากรระดับ 2 หลัก (HS 2-digit) จากฐานข้อมูล International Trade Center โดยใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2567–2568 เพื่อวิเคราะห์ผลของภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกาต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา ทั้งนี้ การวิเคราะห์ครอบคลุมข้อมูลตลอดทั้งปี และข้อมูลเฉพาะช่วง 5 เดือนสุดท้ายของแต่ละปี เพื่อสะท้อนการเปลี่ยนแปลงที่เกิดขึ้นภายหลังการประกาศและดำเนินมาตรการภาษีตอบโต้

#### ขอบเขตด้านเนื้อหา

การศึกษานี้มุ่งวิเคราะห์เฉพาะสินค้าส่งออกสำคัญของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา 10 กลุ่มแรกที่มีมูลค่าส่งออกสูงสุด ได้แก่ กลุ่มสินค้าตามพิกัดศุลกากร 84, 85, 40, 87, 39, 90, 94,

71, 73 และ 23 เนื่องจากสินค้าทั้ง 10 กลุ่มดังกล่าวมีมูลค่าการส่งออกรวมคิดเป็นร้อยละ 86.55 ของมูลค่าการส่งออกของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาทั้งหมด จึงถือเป็นกลุ่มสินค้าที่มีนัยสำคัญต่อการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

### เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัย

เครื่องมือที่ใช้ในการวิจัยครั้งนี้ ได้แก่ ตัวชี้วัดทางเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศ ประกอบด้วย 1) ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share: MS) และ 2) ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA) โดยใช้ในการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

#### 1. ส่วนแบ่งการตลาด (Market Share: MS)

ส่วนแบ่งการตลาดใช้สำหรับวิเคราะห์สัดส่วนการส่งออกของสินค้าไทยเมื่อเทียบกับการนำเข้าสินค้าทั้งหมดของสหรัฐอเมริกาในสินค้าประเภทเดียวกัน ซึ่งสามารถคำนวณได้จากสมการดังนี้

$$MS_{ijk} = X_{ijk} / X_{wjk}$$

เมื่อ

$MS_{ijk}$  หมายถึง ส่วนแบ่งการตลาดของสินค้า  $k$  ของประเทศ  $i$  ไปยังประเทศ  $j$

$X_{ijk}$  หมายถึง มูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  ของประเทศ  $i$  ไปยังประเทศ  $j$

$X_{wjk}$  หมายถึง มูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  ของทั้งโลกไปยังประเทศ  $j$

หากส่วนแบ่งการตลาดมีค่าสูงขึ้น ย่อมสะท้อนว่าประเทศมีความสามารถในการแข่งขันของสินค้านั้นในตลาดปลายทางเพิ่มขึ้น

#### 2. ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (Revealed Comparative Advantage: RCA)

ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏเป็นดัชนีที่ใช้วัดความสามารถในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบของสินค้าในตลาดปลายทาง โดยอาศัยแนวคิดของ Balassa (1965) ซึ่งมีสูตรการคำนวณดังนี้

$$RCA_{ijk} = (X_{ijk} / X_{ij}) / (X_{wjk} / X_{wj})$$

เมื่อ

$RCA_{ijk}$  หมายถึง ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้า  $k$  ของประเทศ  $i$  ไปยังประเทศ  $j$

$X_{ijk}$  หมายถึง มูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  ของประเทศ  $i$  ไปยังประเทศ  $j$

$X_{ij}$  หมายถึง มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของประเทศ  $i$  ไปยังประเทศ  $j$

$X_{wjk}$  หมายถึง มูลค่าการส่งออกสินค้า  $k$  ของทั้งโลกไปยังประเทศ  $j$

$X_{wj}$  หมายถึง มูลค่าการส่งออกสินค้าทั้งหมดของทั้งโลกไปยังประเทศ  $j$

การแปลผลใช้เกณฑ์ของ Erkan (2014) ดังนี้

$0 < RCA \leq 1$  หมายถึง ไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

$1 < RCA \leq 2$  หมายถึง มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบเล็กน้อย

$2 < RCA \leq 4$  หมายถึง มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปานกลาง

$4 < RCA$  หมายถึง มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างมาก

### การเก็บรวบรวมข้อมูล

ผู้วิจัยรวบรวมข้อมูลทุติยภูมิจากฐานข้อมูล International Trade Center ซึ่งเป็นข้อมูลด้านการค้าระหว่างประเทศที่แสดงมูลค่าการส่งออกและการนำเข้าของสินค้าในแต่ละปี กักตุนข้อมูล โดยเลือกใช้ข้อมูลการส่งออกของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา และข้อมูลการนำเข้าของสหรัฐอเมริกาจากทุกประเทศ เพื่อใช้ในการคำนวณส่วนแบ่งการตลาดและดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าไทย

### การวิเคราะห์ข้อมูล

การวิเคราะห์ข้อมูลในการศึกษานี้ใช้การวิเคราะห์เชิงพรรณนา (Descriptive Analysis) ร่วมกับการคำนวณตัวชี้วัดความสามารถในการแข่งขัน โดยมีขั้นตอนดังนี้

1. วิเคราะห์มูลค่าการส่งออกของสินค้าไทยไปยังสหรัฐอเมริกาเปรียบเทียบระหว่างปี พ.ศ. 2567 และ 2568
2. วิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา
3. คำนวณดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏของสินค้าไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา
4. เปรียบเทียบผลการวิเคราะห์ทั้งในข้อมูลตลอดทั้งปี และข้อมูลเฉพาะช่วง 5 เดือนสุดท้ายของแต่ละปี

5. อธิบายผลการเปลี่ยนแปลงความสามารถในการแข่งขันของไทยภายใต้บริบทของมาตรการภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกา

### ขอบเขตการวิจัย

การศึกษานี้ใช้ข้อมูลในช่วงปี พ.ศ. 2567–2568 โดยเปรียบเทียบข้อมูลตลอดทั้งปี และข้อมูลเฉพาะช่วงเดือนสิงหาคมถึงธันวาคมของแต่ละปี เพื่อสะท้อนความเปลี่ยนแปลงของการส่งออกและความสามารถในการแข่งขันของไทยภายหลังการประกาศใช้นโยบายภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกา

### ผลการวิจัย

#### 1. ผลการวิเคราะห์มูลค่าการส่งออกของไทยไปยังสหรัฐอเมริกา

จากข้อมูลของ International Trade Center พบว่า ในปี พ.ศ. 2568 มูลค่าการส่งออกสินค้าส่งออกสำคัญของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาส่งออกส่วนใหญ่เพิ่มขึ้นจากปี พ.ศ. 2567 โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเครื่องจักรและเครื่องใช้กล เครื่องจักรไฟฟ้า พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก อุปกรณ์ทางทัศนศาสตร์ และเฟอร์นิเจอร์ ซึ่งมีอัตราการขยายตัวเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน ดังแสดงในตารางที่ 2 อย่างไรก็ตาม มีสินค้าบางรายการที่มูลค่าการส่งออกลดลง ได้แก่ ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง และของทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า ซึ่งมีมูลค่าการส่งออกลดลงร้อยละ 2.88 และ 5.57 ตามลำดับ

ทั้งนี้ การลดลงของการส่งออกสินค้ากลุ่มเหล็กและเหล็กกล้าสามารถอธิบายได้จากอัตราภาษีศุลกากรที่สูง โดยมีการจัดเก็บภาษีสูงถึงร้อยละ 43.4 ซึ่งสูงกว่าสินค้าในกลุ่มอื่น ส่งผลให้การส่งออกสินค้าในกลุ่มดังกล่าวลดลง ขณะที่การลดลงของการส่งออกสินค้ากลุ่มไข่มุกและรัตนชาติเป็นผลมาจากความต้องการสินค้าเครื่องประดับในตลาดสหรัฐอเมริกาที่ลดลง

เมื่อพิจารณาเฉพาะช่วง 5 เดือนสุดท้ายของปี พบว่า สินค้าส่วนใหญ่มีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น ยกเว้นสินค้ากลุ่มยางและของทำด้วยยาง และกลุ่มยานยนต์และส่วนประกอบที่มีมูลค่าการส่งออกลดลงในช่วงเวลาดังกล่าว อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาร่วมกับข้อมูลทั้งปี พบว่าการลดลงในช่วง 5 เดือนสุดท้ายเกิดจากการเร่งส่งออกในช่วงก่อนการจัดเก็บภาษีตอบโต้เพื่อหลีกเลี่ยงภาษีที่เพิ่มขึ้นในอนาคต

**ตารางที่ 1** มูลค่าการส่งออกสินค้าส่งออกสำคัญของไทยเปรียบเทียบกับระหว่างปี 2567 และ 2568

พิกัด ศุลกากร	รายการ	ตลอดทั้งปี			เดือนสิงหาคม-ธันวาคม		
		มูลค่า (ล้านดอลลาร์ สหรัฐ)		การ เปลี่ยนแปลง ปลง (ร้อยละ)	มูลค่า (ล้านดอลลาร์ สหรัฐ)		การ เปลี่ยนแปลง ปลง (ร้อยละ)
		2567	2568		2567	2568	
84	เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กลฯ	15,728.65	31,284.07	98.90	6,939.56	17,872.75	157.55
85	เครื่องจักรไฟฟ้า และอุปกรณ์ไฟฟ้า	23,055.97	32,419.04	40.61	10,227.02	15,119.53	47.84
40	ยางและของทำด้วยยาง	5,499.94	5,683.56	3.34	2,361.54	2,174.02	-7.94
87	ยานบกนอกรถที่เดินบนราง รถไฟหรือรางรถราง ส่วนประกอบ และอุปกรณ์ประกอบของยาน ดังกล่าว	2,592.82	2,679.64	3.35	1,221.79	1,058.62	-13.35
39	พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก	1,454.98	2,064.07	41.86	664.34	994.09	49.63
90	อุปกรณ์และเครื่องอุปกรณ์ที่ใช้ ในทางทัศนศาสตร์ฯ	1,765.74	2,056.55	16.47	793.40	835.33	5.28
94	เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเตียง พูก ฐานรองพูก เบาะฯ	1,239.58	1,612.31	30.07	592.63	788.22	33.00
71	ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง รัตน ชาติหรือกึ่งรัตนชาติฯ	1,835.31	1,782.38	-2.88	769.53	598.88	-22.18
73	ของทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า	1,179.79	1,114.02	-5.57	463.44	510.72	10.20
23	กากและเศษที่เหลือจาก อุตสาหกรรมผลิตอาหารฯ	859.27	1,043.59	21.45	389.31	419.78	7.83

ที่มา: International trade center (2569)

จากตารางที่ 1 จะเห็นได้ว่า สินค้าที่มีอัตราการเติบโตสูง ได้แก่ เครื่องจักร เครื่องจักรไฟฟ้า และพลาสติก โดยมีอัตราการเติบโตมากกว่าร้อยละ 40 ขึ้นไป แสดงให้เห็นว่าแม้จะมีมาตรการภาษีตอบโต้ แต่มูลค่าการส่งออกของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาในภาพรวมยังคงขยายตัว

## 2. ผลการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

จากการวิเคราะห์ส่วนแบ่งการตลาดของสินค้าไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา พบว่า สินค้าส่วนใหญ่ของไทยมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า สอดคล้องกับมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น

โดยเฉพาะสินค้าในกลุ่มเครื่องจักร เครื่องจักรไฟฟ้า พลาสติก และกากและเศษที่เหลือจากอุตสาหกรรมผลิตอาหาร ซึ่งมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นอย่างชัดเจน

อย่างไรก็ตาม สินค้ากลุ่มเฟอร์นิเจอร์มีส่วนแบ่งการตลาดลดลงเมื่อพิจารณาข้อมูลตลอดทั้งปี แต่เมื่อพิจารณาเฉพาะช่วง 5 เดือนสุดท้ายพบว่าส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น สะท้อนให้เห็นถึงการเปลี่ยนแปลงของโครงสร้างการแข่งขันในช่วงหลังการประกาศมาตรการภาษีต่อไป

**ตารางที่ 2** สัดส่วนการนำเข้าสินค้าไทยต่อสินค้านำเข้าทั้งหมดของอเมริกา (ร้อยละ)

พิกัด ศุลกากร	รายการ	RCA			
		ตลอดทั้งปี		เดือนสิงหาคม- ธันวาคม	
		2567	2568	2567	2568
84	เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กลา	1.5070	1.7464	1.4815	1.8264
85	เครื่องจักรไฟฟ้า และอุปกรณ์ไฟฟ้า	2.4148	2.3437	2.2844	2.0780
40	ยางและของทำด้วยยาง	7.7142	5.7127	7.6704	4.5235
87	ยานบกนอกจากรถที่เดินบนรางรถไฟหรือรางรถราง ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของยานดังกล่าว	0.3371	0.2944	0.3734	0.2405
39	พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก	0.9464	1.0354	1.0002	1.0386
90	อุปกรณ์และเครื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในทางทัศนศาสตร์ฯ	0.7198	0.6076	0.7326	0.5049
94	เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเตียง พูก ฐานรองพูก เบาะฯ	0.8685	0.8986	0.9471	0.9145
71	ไหมธรรมชาติหรือไหมเกลี้ยง รัตนชาติหรือกึ่งรัตน ชาติฯ	1.0412	0.4293	0.8033	0.6141
73	ของทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า	1.1403	0.9357	1.0274	0.9603
23	กากและเศษที่เหลือจากอุตสาหกรรมผลิตอาหารฯ	8.0174	7.1510	8.2065	5.9593

ที่มา: คำนวณโดยผู้วิจัย

จากตารางที่ 2 พบว่า สินค้ากลุ่มกากและเศษที่เหลือจากอุตสาหกรรมผลิตอาหารมีส่วนแบ่งการตลาดสูงที่สุด และเพิ่มขึ้นจากร้อยละ 15.75 เป็นร้อยละ 19.26 แสดงให้เห็นว่าสินค้ากลุ่มดังกล่าวมีความสามารถในการแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกาสูง ขณะที่สินค้าในกลุ่มเครื่องจักรและเครื่องจักรไฟฟ้ามีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นเช่นเดียวกัน

### 3. ผลการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ (RCA)

จากการวิเคราะห์ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่า เมื่อพิจารณาข้อมูลตลอดทั้งปี สินค้าในกลุ่มเครื่องจักร เครื่องใช้กล พลาสติก และเฟอร์นิเจอร์ มีความได้เปรียบในการแข่งขันเพิ่มขึ้น ขณะที่สินค้าในกลุ่มอื่น ๆ ส่วนใหญ่มีค่าดัชนี RCA ลดลง

เมื่อพิจารณาข้อมูลเฉพาะช่วง 5 เดือนสุดท้าย พบว่า สินค้าในกลุ่มเครื่องจักรและพลาสติกมีค่าดัชนี RCA เพิ่มขึ้น ขณะที่สินค้าในกลุ่มอื่น ๆ มีค่าดัชนี RCA ลดลง สะท้อนให้เห็นว่าความสามารถในการแข่งขันเชิงเปรียบเทียบของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาในภาพรวมมีแนวโน้มลดลง

#### ตารางที่ 3 ดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏระหว่างปี 2567 และ 2568

พิกัด ศุลกากร	รายการ	RCA			
		ตลอดทั้งปี		เดือนสิงหาคม-ธันวาคม	
		2567	2568	2567	2568
84	เครื่องปฏิกรณ์นิวเคลียร์บอยเลอร์ เครื่องจักร เครื่องใช้กล	1.5070	1.7464	1.4815	1.8264
85	เครื่องจักรไฟฟ้า และอุปกรณ์ไฟฟ้า	2.4148	2.3437	2.2844	2.0780
40	ยางและของทำด้วยยาง	7.7142	5.7127	7.6704	4.5235
87	ยานบกนอกจากรถที่เดินบนรางรถไฟหรือรางรถราง ส่วนประกอบและอุปกรณ์ประกอบของยานดังกล่าว	0.3371	0.2944	0.3734	0.2405
39	พลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก	0.9464	1.0354	1.0002	1.0386
90	อุปกรณ์และเครื่องอุปกรณ์ที่ใช้ในทางทัศนศาสตร์ฯ	0.7198	0.6076	0.7326	0.5049
94	เฟอร์นิเจอร์ เครื่องเตียง พูก ฐานรองพูก เบาะฯ	0.8685	0.8986	0.9471	0.9145
71	ไข่มุกธรรมชาติหรือไข่มุกเลี้ยง รัตนชาติหรือกึ่งรัตน ชาติฯ	1.0412	0.4293	0.8033	0.6141
73	ของทำด้วยเหล็กหรือเหล็กกล้า	1.1403	0.9357	1.0274	0.9603
23	กากและเศษที่เหลือจากอุตสาหกรรมผลิตอาหารฯ	8.0174	7.1510	8.2065	5.9593

จากตารางที่ 3 ในปี พ.ศ. 2568 สินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบอย่างมาก ได้แก่ ยางและของทำด้วยยาง และกากและเศษที่เหลือจากอุตสาหกรรมผลิตอาหาร สินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบปานกลาง ได้แก่ เครื่องจักรไฟฟ้า และสินค้าที่ไทยมีความได้เปรียบ

โดยเปรียบเทียบเล็กน้อย ได้แก่ เครื่องจักรและเครื่องใช้กล และพลาสติกและของที่ทำด้วยพลาสติก ขณะที่สินค้าในกลุ่มอื่นไม่มีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ

#### 4. สรุปผลการวิเคราะห์ความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกา

จากการวิเคราะห์มูลค่าการส่งออก ส่วนแบ่งการตลาด และดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่า มาตรการภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกาไม่ได้ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกของไทยลดลงในภาพรวม เนื่องจากสินค้าส่วนใหญ่ยังคงมีมูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้น

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาในภาพรวมมีแนวโน้มลดลง เนื่องจากแม้ไทยจะได้เปรียบด้านภาษีเมื่อเทียบกับจีน แต่ไม่ได้มีความได้เปรียบเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่นที่ส่งออกลินค้าคล้ายคลึงกันไปยังสหรัฐอเมริกา และในบางกรณีไทยยังเสียเปรียบด้านภาษีเมื่อเทียบกับประเทศที่ได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีจากสหรัฐอเมริกา

#### อภิปรายผล

จากผลการศึกษา พบว่า มาตรการภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกาไม่ได้ส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญ เนื่องจากสินค้าส่งออกสำคัญของไทยส่วนใหญ่ยังคงมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้น และมีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นในหลายกลุ่มสินค้า สะท้อนให้เห็นว่าในระยะสั้น ผู้ส่งออกไทยยังสามารถปรับตัวและรักษาปริมาณการส่งออกในตลาดสหรัฐอเมริกาได้ ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Amiti, Redding and Weinstein (2019) ที่พบว่า ภาระจากมาตรการกำแพงภาษีของสหรัฐอเมริกาส่วนใหญ่ตกอยู่กับผู้นำเข้าและผู้บริโภคในสหรัฐอเมริกา มากกว่าผู้ส่งออกในต่างประเทศ และสอดคล้องกับ Yang et al. (2024) ที่พบว่าราคา FOB ของผู้ส่งออกไม่ได้รับผลกระทบจากภาษีของสหรัฐอเมริกาอย่างมีนัยสำคัญ

อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาข้อมูลเฉพาะช่วง 5 เดือนสุดท้าย พบว่าสินค้าบางประเภท เช่น ยางและผลิตภัณฑ์ยาง และยานยนต์และส่วนประกอบ มีมูลค่าการส่งออกลดลง ซึ่งสามารถอธิบายได้จากการเร่งส่งออกก่อนการบังคับใช้มาตรการภาษีตอบโต้ เพื่อหลีกเลี่ยงภาษีที่เพิ่มขึ้นในอนาคต ผลการศึกษานี้สอดคล้องกับการศึกษาของ Pattararangrong and Suwanprasert (2025) และ Hayakawa (2026) ที่พบว่าผู้ส่งออกมีแนวโน้มเร่งส่งออกก่อนการปรับขึ้นภาษี ส่งผลให้มูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นในช่วงก่อนการจัดเก็บภาษี และลดลงในช่วงหลังจากมาตรการเริ่มมีผลบังคับใช้

ในด้านส่วนแบ่งการตลาด พบว่าสินค้าไทยส่วนใหญ่มีส่วนแบ่งการตลาดเพิ่มขึ้นในตลาดสหรัฐอเมริกา ซึ่งสอดคล้องกับมูลค่าการส่งออกที่เพิ่มขึ้น แสดงให้เห็นว่าสินค้าไทยยังสามารถแข่งขันในตลาดสหรัฐอเมริกาได้ แม้ว่าจะมีมาตรการภาษีตอบโต้ก็ตาม อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่าความสามารถในการแข่งขันของไทยในภาพรวมมีแนวโน้มลดลง ซึ่งสะท้อนให้เห็นว่า แม้สินค้าไทยจะยังสามารถส่งออกได้ในปริมาณมาก แต่ความได้เปรียบเชิงโครงสร้างในการแข่งขันกลับลดลง

ผลการศึกษาดังกล่าว สามารถอธิบายได้จากแนวคิดทางเศรษฐศาสตร์การค้าระหว่างประเทศที่อธิบายว่า ภาษีศุลกากรส่งผลกระทบต่อราคาสินค้าในประเทศผู้นำเข้าสูงขึ้น และปริมาณการนำเข้าลดลง (Balassa, 1965) อย่างไรก็ตาม หากประเทศผู้ส่งออกไม่ได้เป็นประเทศเดียวที่ได้รับผลกระทบจากภาษี แต่ประเทศคู่แข่งได้รับอัตราภาษีที่ใกล้เคียงกัน หรือบางประเทศได้รับสิทธิพิเศษทางภาษี ก็อาจทำให้โครงสร้างการแข่งขันเปลี่ยนแปลงไป โดยประเทศที่มีอัตราภาษีต่ำกว่าจะมีความได้เปรียบในการแข่งขันมากกว่า

ผลการศึกษานี้ สอดคล้องกับการศึกษาของ Olawore et al. (2025) ที่พบว่า การเพิ่มขึ้นของภาษีศุลกากรส่งผลกระทบต่อการค้าระหว่างประเทศ และประเทศกำลังพัฒนาจะได้รับผลกระทบมากกว่าประเทศพัฒนาแล้ว นอกจากนี้ ยังสอดคล้องกับการศึกษาของ Poramacom (2002) และ Suwannarat et al. (2019) ที่พบว่า ความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาแตกต่างกันไปในแต่ละสินค้า โดยบางอุตสาหกรรมมีความได้เปรียบ ขณะที่บางอุตสาหกรรมไม่มีความได้เปรียบอย่างชัดเจน

ดังนั้น จึงสามารถสรุปได้ว่า มาตรการภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกาไม่ได้ส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกของไทยอย่างชัดเจนในระยะสั้น แต่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยในเชิงโครงสร้างในระยะยาว เนื่องจากประเทศไทยไม่ได้มีความได้เปรียบด้านอัตราภาษีเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งสำคัญ และบางประเทศได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีจากสหรัฐอเมริกา ซึ่งทำให้ความสามารถในการแข่งขันของไทยในตลาดสหรัฐอเมริกาลดลง แม้ว่ามูลค่าการส่งออกและส่วนแบ่งการตลาดของบางสินค้าจะเพิ่มขึ้นก็ตาม

## สรุป/ข้อเสนอแนะ

ผลการวิจัย พบว่า มาตรการภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกาไม่ได้ส่งผลกระทบต่อมูลค่าการส่งออกของไทยไปยังสหรัฐอเมริกาอย่างชัดเจนในระยะสั้น เนื่องจากสินค้าส่งออกสำคัญ

ของไทยส่วนใหญ่ยังคงมีมูลค่าการส่งออกเพิ่มขึ้นจากปีก่อนหน้า และหลายรายการมีส่วนแบ่งการตลาดในตลาดสหรัฐอเมริกาเพิ่มขึ้น อย่างไรก็ตาม เมื่อพิจารณาความสามารถในการแข่งขันผ่านดัชนีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบที่ปรากฏ พบว่าความสามารถในการแข่งขันของไทยในภาพรวมมีแนวโน้มลดลง แม้ไทยจะได้เปรียบด้านภาษีเมื่อเทียบกับจีน แต่ไม่ได้มีความได้เปรียบอย่างชัดเจนเมื่อเทียบกับประเทศคู่แข่งอื่น และในบางกรณีไทยยังเสียเปรียบจากการที่ประเทศคู่แข่งได้รับอัตราภาษีต่ำกว่า หรือได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีจากสหรัฐอเมริกา สะท้อนให้เห็นว่าภาษีตอบโต้ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยในเชิงโครงสร้างมากกว่าผลต่อมูลค่าการส่งออกโดยตรง

**ข้อเสนอแนะในการนำผลการวิจัยไปใช้**

1. ภาครัฐควรติดตามและประเมินผลกระทบของมาตรการภาษีตอบโต้ของประเทศคู่ค้าอย่างใกล้ชิด โดยเฉพาะในกลุ่มสินค้าส่งออกสำคัญที่พึ่งพาดตลาดสหรัฐอเมริกาสูง เพื่อให้สามารถกำหนดมาตรการรองรับและช่วยเหลือผู้ประกอบการได้อย่างเหมาะสมและทันท่วงที
2. หน่วยงานที่เกี่ยวข้องควรให้ความสำคัญกับการเจรจาการค้าและการใช้กลไกทางการค้าระหว่างประเทศ เพื่อรักษาความสามารถในการแข่งขันของสินค้าไทย โดยเฉพาะในกรณีที่ประเทศคู่แข่งได้รับอัตราภาษีต่ำกว่า หรือได้รับสิทธิพิเศษทางภาษีมากกว่าไทย
3. ผู้ประกอบการไทยควรปรับกลยุทธ์การส่งออก โดยไม่พึ่งพาดตลาดสหรัฐอเมริกาเพียงตลาดเดียว แต่ควรกระจายความเสี่ยงไปยังตลาดอื่นควบคู่กัน รวมถึงพัฒนาคุณภาพสินค้า เทคโนโลยีการผลิต และการสร้างมูลค่าเพิ่ม เพื่อเสริมสร้างความสามารถในการแข่งขันในระยะยาว
4. ภาครัฐและภาคเอกชนควรร่วมกันส่งเสริมการพัฒนาขีดความสามารถในการแข่งขันของอุตสาหกรรมที่มีศักยภาพ โดยเฉพาะกลุ่มสินค้าที่ไทยยังมีความได้เปรียบโดยเปรียบเทียบ เช่น ยางและของทำด้วยยาง และกากและเศษที่เหลือจากอุตสาหกรรมผลิตอาหาร เพื่อใช้เป็นฐานในการรักษาและขยายตลาดส่งออกในอนาคต

**ข้อเสนอแนะสำหรับการวิจัยครั้งต่อไป**

1. ควรมีการศึกษาวิจัยในระดับพิกัดศุลกากรที่ละเอียดมากขึ้น เช่น ระดับ 4 หลัก หรือ 6 หลัก เพื่อให้เห็นผลกระทบของภาษีตอบโต้ต่อสินค้าแต่ละประเภทได้ชัดเจนและจำเพาะมากขึ้น
2. ควรศึกษาปัจจัยอื่นที่ส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยร่วมกับปัจจัยด้านภาษี เช่น ต้นทุนการผลิต อัตราแลกเปลี่ยน ห่วงโซ่อุปทาน และสิทธิพิเศษทางการค้า เพื่อให้สามารถอธิบายการเปลี่ยนแปลงของความสามารถในการแข่งขันได้อย่างรอบด้านมากขึ้น
3. ควรใช้เครื่องมือวิเคราะห์เพิ่มเติม เช่น แบบจำลองแรงดึงดูดทางการค้า หรือการวิเคราะห์เชิงเศรษฐมิติ เพื่อแยกผลกระทบของภาษีตอบโต้โดยตรงออกจากปัจจัยแวดล้อมอื่น และเพิ่มความแม่นยำในการอธิบายผล

การศึกษา 4. ควรมีการศึกษาติดตามผลในระยะยาว เพื่อประเมินว่ามาตรการภาษีตอบโต้ของสหรัฐอเมริกาจะส่งผลกระทบต่อความสามารถในการแข่งขันของไทยอย่างต่อเนื่องหรือไม่ โดยเฉพาะในกรณีที่นโยบายการค้าระหว่างประเทศมีการเปลี่ยนแปลงในอนาคต

## เอกสารอ้างอิง

- จรรย์ จันทรสาขา และคณะ. (2568). *ภาษีทรัมป์ 2.0 กับความท้าทายต่อภาคการส่งออกไทย*. เรียกใช้เมื่อ 10 มกราคม 2569 จาก <https://www.pier.or.th>
- ณัชพล นาคนาม. (2564). ผลกระทบของการถูกยกเลิกระบบสิทธิพิเศษทางภาษีที่มีต่อการส่งออกของไทย. ใน *วิทยานิพนธ์เศรษฐศาสตรมหาบัณฑิต*. จุฬาลงกรณ์มหาวิทยาลัย.
- Amiti, M., Redding, S. J., & Weinstein, D. E. (2019). The impact of the 2018 tariffs on prices and welfare. *Journal of Economic Perspectives*, 33(4), 187-210.
- Balassa, B. (1965). Trade liberalisation and revealed comparative advantage. *The Manchester School*, 33(2), 99-123.
- Erkan, B. (2014). Comparative analysis of the competitiveness in the export of science-based goods regarding Turkey and the EU+13 countries. *International Journal of Business and Social Science*, 5(8), 33-41.
- Hayakawa, K. (2026). Trade effects of US tariffs under Trump 2.0. *The Developing Economies*, 64(1), 1-22.
- Olawore, O. C., Aiki, T. R., Banjo, O. J., Okoh, V. O., & Olafimihan, T. O. (2025). The impact of tariff policies on international trade relations and economic competitiveness: A comparative study of developed and developing economies. *Saudi Journal of Economics and Finance*, 9(7), 253-265.
- Pattararangrong, J., & Suwanprasert, W. (2025). Fast and furious: Daily export responses to the Liberation Day tariff shock. *PIER Discussion Paper*, 244, 1-35.

- Poramacom, N. (2002). Revealed comparative advantage (RCA) and constant market share model (CMS) on Thai natural rubber. *Kasetsart Journal of Social Sciences*, 23(1), 54-60.
- Suwannarat, P., Srimaungton, N., Kuboonya-arags, P., & Sukprasert, A. (2019). The study of competitiveness of Thai exports to the U.S. market. *Journal of Accounting and Management*, 11(1), 211-225.
- Yang, J., Li, Z., Tang, Z., & Wang, X. (2024). The impacts of the U.S. trade war on Chinese exporters. *The Review of Economics and Statistics*, 106(6), 1576-1587.