

## รายงานตลาดวัสดุก่อสร้างและกระเบื้องในประเทศศรีลังกาและมัลดีฟส์

### ภาพรวมอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างและตลาดกระเบื้องในประเทศศรีลังกาและมัลดีฟส์

#### ประเทศศรีลังกา

ภาคการก่อสร้างของศรีลังกามีสัญญาณฟื้นตัวอย่างต่อเนื่อง หลังจากเผชิญภาวะชะลอตัวในช่วงวิกฤตเศรษฐกิจ โดยดัชนีผู้จัดการฝ่ายจัดซื้อภาคการก่อสร้าง (Construction PMI) อยู่ที่ระดับ 60.0 ในเดือนมิถุนายน 2569 สะท้อนว่ากิจกรรมก่อสร้างยังคงขยายตัว โดยผู้ประกอบการส่วนใหญ่ระบุว่า การขยายตัวดังกล่าวมาจากการดำเนินโครงการที่ได้รับการว่าจ้างในช่วงก่อนหน้านี้

การฟื้นตัวของภาคก่อสร้างเป็นปัจจัยสนับสนุนความต้องการวัสดุก่อสร้างหลายประเภท โดยเฉพาะวัสดุสำหรับการก่อสร้างที่อยู่อาศัย อาคารพาณิชย์ โรงแรม และการปรับปรุงอาคาร

ตลาดกระเบื้องของศรีลังกาประกอบด้วยสินค้าจากผู้ผลิตภายในประเทศและสินค้านำเข้า โดยข้อมูลการค้าระหว่างประเทศปี 2567 ในหมวด HS 690790 ซึ่งครอบคลุมกระเบื้องเซรามิกที่ไม่ได้เคลือบบางประเภทพบว่า ศรีลังกานำเข้าสินค้ามูลค่าประมาณ 46.43 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยมีอินเดียและจีนเป็นแหล่งนำเข้าหลัก ขณะที่ไทยส่งออกสินค้าหมวดดังกล่าวมายังศรีลังกามีมูลค่าประมาณ 0.73 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ซึ่งยังมีสัดส่วนค่อนข้างน้อยเมื่อเทียบกับแหล่งนำเข้าหลัก

ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนว่า ตลาดกระเบื้องของศรีลังกามีการแข่งขันสูง โดยสินค้าจากอินเดียมีความได้เปรียบด้านระยะทาง ต้นทุนขนส่ง และความเชื่อมโยงทางการค้า ขณะที่สินค้าจากจีนมีจุดแข็งด้านราคาและความหลากหลายของผลิตภัณฑ์ สำหรับผู้ประกอบการไทย โอกาสทางการตลาดจึงรวมถึงการนำเสนอสินค้าที่มีคุณภาพและการออกแบบที่แตกต่าง การส่งมอบอย่างสม่ำเสมอ ตลอดจนบริการที่ตอบสนองความต้องการของโครงการก่อสร้างและตกแต่งระดับกลางถึงระดับบน

#### ข้อมูลสถิติการนำเข้า (HS Code 6907: Unglazed Ceramic Flags And Paving, Hearth Or Wall Tiles; Unglazed Ceramic Mosaic Cubes And Similar Products)

จากข้อมูล Global Trade Atlas ในปี 2568 ศรีลังกานำเข้าสินค้ากลุ่มพิภักตุลการกร 6907 มูลค่ารวม 53.37 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 14.39 จากปีก่อนหน้า โดยจำแนกตามประเภทสินค้าได้ดังนี้

| สินค้า (HS Code) | มูลค่า (USD) | อัตราขยายตัว (เพิ่ม/ลด (%)) | สัดส่วนตลาด (%) |
|------------------|--------------|-----------------------------|-----------------|
| 1. 690721        | 32,334,038   | -1.14                       | 60.58           |
| 2. 690722        | 13,669,916   | +87.11                      | 25.61           |
| 3. 690723        | 6,309,441    | +15.16                      | 11.82           |
| 4. 690740        | 1,003,770    | -11.91                      | 1.88            |
| 5. 690730        | 53,796       | +107.08                     | 0.10            |
| รวม              | 53,370,962   | +14.39                      | 100.00          |

#### หมายเหตุ:

690721 กระเบื้องเซรามิกสำหรับปูพื้นหรือปูผนังที่มีค่าสัมประสิทธิ์การดูดซึมน้ำโดยน้ำหนักไม่เกินร้อยละ 0.5

690722 กระเบื้องเซรามิกสำหรับปูพื้นหรือปูผนังที่มีค่าสัมประสิทธิ์การดูดซึมน้ำโดยน้ำหนักเกินร้อยละ 0.5 แต่ไม่เกินร้อยละ 10

690723 กระเบื้องเซรามิกสำหรับปูพื้นหรือปูผนังที่มีค่าสัมประสิทธิ์การดูดซึมน้ำโดยน้ำหนักเกินร้อยละ 10

690740 เซรามิกสำหรับงานตกแต่งขั้นสุดท้าย

690730 โมเสกเซรามิกและผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกัน นอกเหนือจากสินค้าตามพิภักตุลการกร 690740

แหล่งนำเข้าสินค้า 10 อันดับแรกของศรีลังกาในปี 2568 มีดังนี้

| ประเทศ                  | มูลค่า (USD) | อัตรายายตัว (เพิ่ม/ลด (%)) | สัดส่วนตลาด (%) |
|-------------------------|--------------|----------------------------|-----------------|
| 1. อินเดีย              | 44,348,681   | +24.04                     | 83.10           |
| 2. จีน                  | 8,033,396    | -20.95                     | 15.05           |
| 3. อิตาลี               | 483,731      | +24.37                     | 0.91            |
| 4. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ | 361,430      | +94.76                     | 0.68            |
| 5. เวียดนาม             | 70,533       | +157.70                    | 0.13            |
| 6. เนเธอร์แลนด์         | 19,929       | +0.63                      | 0.04            |
| 7. สเปน                 | 18,950       | +43.71                     | 0.04            |
| 8. ไทย                  | 16,218       | +2,168.70                  | 0.03            |
| 9. ญี่ปุ่น              | 14,840       | +6.33                      | 0.03            |
| 10. สิงคโปร์            | 2,077        | +1,736.56                  | 0.00            |

แหล่งที่มา: Global Trade Atlas

สำหรับช่วง 8 เดือนแรกของปี 2569 (มกราคม-สิงหาคม) ศรีลังกานำเข้าสินค้ากลุ่มพืชผัก ผลการ 6907 มูลค่ารวม 31.50 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 4.93 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยจำแนกตามประเภทสินค้าได้ดังนี้

| สินค้า (HS Code) | มูลค่า (USD) | อัตรายายตัว (เพิ่ม/ลด (%)) | สัดส่วนตลาด (%) |
|------------------|--------------|----------------------------|-----------------|
| 1. 690721        | 18,879,957   | -6.45                      | 59.93           |
| 2. 690722        | 8,878,966    | +8.31                      | 28.18           |
| 3. 690723        | 3,700,921    | -3.32                      | 11.75           |
| 4. 690740        | 32,035       | -96.42                     | 0.10            |
| 5. 690730        | 11,283       | -66.85                     | 0.04            |
| รวม              | 31,503,161   | -4.93                      | 100.00          |

แหล่งนำเข้าสินค้า 10 อันดับแรกของศรีลังกา ในช่วงมกราคม-สิงหาคม 2569 มีดังนี้

| ประเทศ                  | มูลค่า (USD) | อัตรายายตัว (เพิ่ม/ลด (%)) | สัดส่วนตลาด (%) |
|-------------------------|--------------|----------------------------|-----------------|
| 1. อินเดีย              | 26,798,955   | -1.83                      | 85.07           |
| 2. จีน                  | 4,366,848    | -18.01                     | 13.86           |
| 3. อิตาลี               | 219,886      | +41.67                     | 0.70            |
| 4. เวียดนาม             | 48,782       | +11.78                     | 0.15            |
| 5. สหรัฐอาหรับเอมิเรตส์ | 29,942       | -88.66                     | 0.10            |
| 6. อินโดนีเซีย          | 19,266       | +9,999                     | 0.06            |
| 7. สเปน                 | 14,901       | +6.37                      | 0.05            |
| 8. ฮังการี              | 2,707        | +209.54                    | 0.01            |
| 9. ไทย                  | 1,543        | +15.70                     | 0.00            |
| 10. สิงคโปร์            | 283          | -85.73                     | 0.00            |

แหล่งที่มา: Global Trade Atlas

## ประเทศมัลดีฟส์

เศรษฐกิจมัลดีฟส์มีความเชื่อมโยงอย่างใกล้ชิดกับภาคการท่องเที่ยว การพัฒนารีสอร์ต และการก่อสร้างที่อยู่อาศัย โดยข้อมูลของ Maldives Monetary Authority ระบุว่า มูลค่าเพิ่มของภาคก่อสร้างขยายตัวร้อยละ 3.7 ในปี 2568 หลังจากหดตัวร้อยละ 1.7 ในปี 2567 ขณะที่ภาคอสังหาริมทรัพย์ขยายตัวร้อยละ 3.1 ในปี 2568

นอกจากนี้ ในปี 2568 การนำเข้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างเพิ่มขึ้นร้อยละ 11 และสินเชื่อจากธนาคารพาณิชย์แก่ภาคก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้นร้อยละ 13 เมื่อเทียบกับปีก่อน โดยได้รับแรงสนับสนุนจากการพัฒนารีสอร์ต โครงการที่อยู่อาศัย และโครงการพัฒนาอสังหาริมทรัพย์

ตลาดมัลดีฟส์มีลักษณะแตกต่างจากศรีลังกา เนื่องจากเป็นประเทศหมู่เกาะและมีฐานเศรษฐกิจที่พึ่งพาภาคการท่องเที่ยวสูง ความต้องการกระเบื้องและวัสดุตกแต่งจึงมีความสัมพันธ์อย่างมากกับโครงการรีสอร์ท โรงแรม วิลล่า ที่พักระดับหรู และโครงการที่อยู่อาศัยในเขตเมือง

ในปี 2567 มัลดีฟส์นำเข้าสินค้าหมวด HS 690790 มูลค่าประมาณ 14.64 ล้านดอลลาร์สหรัฐ โดยจีนส่งออกสินค้าหมวดดังกล่าวมายังมัลดีฟส์มูลค่าประมาณ 5.67 ล้านดอลลาร์สหรัฐ อินเดียประมาณ 5.49 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ศรีลังกาประมาณ 0.65 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และไทยประมาณ 0.55 ล้านดอลลาร์สหรัฐ

ข้อมูลดังกล่าวสะท้อนว่า สินค้าไทยมีฐานตลาดในมัลดีฟส์อยู่แล้ว แม้ยังมีสัดส่วนไม่สูงเมื่อเทียบกับจีนและอินเดีย จึงมีโอกาสต่อยอดจากฐานตลาดเดิม โดยเฉพาะกลุ่มรีสอร์ท โรงแรม และโครงการอสังหาริมทรัพย์ที่ให้ความสำคัญกับคุณภาพและการออกแบบ

โครงการขนาดใหญ่ที่ช่วยสนับสนุนความต้องการวัสดุก่อสร้าง ได้แก่ Project Ayla ซึ่งรัฐบาลมัลดีฟส์ประกาศในปี 2569 เป็นโครงการพัฒนาเมืองอย่างยั่งยืน มูลค่าประมาณ 790 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ครอบคลุมที่อยู่อาศัย รีสอร์ทระดับหรู มารินา บริการสุขภาพ และการศึกษา โดยตั้งเป้าหมายให้โครงการแล้วเสร็จในปี 2571

ขณะเดียวกัน รัฐบาลและสถาบันการเงินยังเดินหน้าโครงการที่อยู่อาศัยภายใต้ Maldives Housing Development Scheme ซึ่งเดิมครอบคลุมที่อยู่อาศัยประมาณ 3,260 ยูนิตใน Hulhumalé และ Vilimalé และมีการประกาศเพิ่มเติมอีก 710 ยูนิตในเดือนมิถุนายน 2569

## ข้อมูลสถิติการนำเข้า (HS Code 6907: Unglazed Ceramic Flags And Paving, Hearth Or Wall Tiles; Unglazed Ceramic Mosaic Cubes And Similar Products)

จากข้อมูล Global Trade Atlas ในปี 2568 มัลดีฟส์นำเข้าสินค้ากลุ่มพิกัดศุลกากร 6907 มูลค่ารวม 12.27 ล้านดอลลาร์สหรัฐ ลดลงร้อยละ 4.35 จากปีก่อน โดยจำแนกตามประเภทสินค้าได้ดังนี้

| สินค้า (HS Code) | มูลค่า (USD) | อัตราขยายตัว (เพิ่ม/ลด (%)) | สัดส่วนตลาด (%) |
|------------------|--------------|-----------------------------|-----------------|
| 1. 690721        | 8,845,960    | -6.70                       | 72.08           |
| 2. 690722        | 1,912,732    | +55.22                      | 15.59           |
| 3. 690723        | 1,320,613    | -20.67                      | 10.76           |
| 4. 690740        | 111,072      | -35.06                      | 0.91            |
| 5. 690730        | 82,022       | -70.84                      | 0.67            |
| รวม              | 12,272,401   | -4.35                       | 100.00          |

### หมายเหตุ:

690721 กระเบื้องเซรามิกสำหรับปูพื้นหรือปูผนังที่มีค่าสัมประสิทธิ์การดูดซึมน้ำโดยน้ำหนักไม่เกินร้อยละ 0.5

690722 กระเบื้องเซรามิกสำหรับปูพื้นหรือปูผนังที่มีค่าสัมประสิทธิ์การดูดซึมน้ำโดยน้ำหนักเกินร้อยละ 0.5 แต่ไม่เกินร้อยละ 10

690723 กระเบื้องเซรามิกสำหรับปูพื้นหรือปูผนังที่มีค่าสัมประสิทธิ์การดูดซึมน้ำโดยน้ำหนักเกินร้อยละ 10

690740 เซรามิกสำหรับงานตกแต่งขั้นสุดท้าย

690730 โมเสกเซรามิกและผลิตภัณฑ์ที่คล้ายกัน นอกเหนือจากสินค้าตามพิกัด 690740

แหล่งนำเข้าสินค้า 10 อันดับแรกของมัลดีฟส์ในปี 2568 มีดังนี้

| ประเทศ         | มูลค่า (USD) | อัตรายายตัว (เพิ่ม/ลด (%)) | สัดส่วนตลาด (%) |
|----------------|--------------|----------------------------|-----------------|
| 1. จีน         | 5,003,688    | -13.64                     | 40.77           |
| 2. อินเดีย     | 4,183,312    | -10.95                     | 34.09           |
| 3. สเปน        | 1,388,246    | +180.34                    | 11.31           |
| 4. ศรีลังกา    | 762,915      | +33.42                     | 6.22            |
| 5. อินโดนีเซีย | 320,540      | +70.05                     | 2.61            |
| 6. ไทย         | 225,707      | -55.13                     | 1.84            |
| 7. อิตาลี      | 199,776      | -2.21                      | 1.63            |
| 8. มาเลเซีย    | 81,742       | +15.39                     | 0.67            |
| 9. เยอรมนี     | 42,642       | -59.57                     | 0.35            |
| 10. แอฟริกาใต้ | 36,783       | -0.77                      | 0.30            |

แหล่งที่มา: Global Trade Atlas

สำหรับช่วง 8 เดือนแรกของปี 2569 (มกราคม-สิงหาคม) มัลดีฟส์นำเข้าสินค้ากลุ่มพืชผักสด 6907 มูลค่ารวม 8.13 ล้านดอลลาร์สหรัฐ เพิ่มขึ้นร้อยละ 24.14 เมื่อเทียบกับช่วงเดียวกันของปีก่อน โดยจำแนกตามประเภทสินค้าได้ดังนี้

| สินค้า (HS Code) | มูลค่า (USD) | อัตรายายตัว (เพิ่ม/ลด (%)) | สัดส่วนตลาด (%) |
|------------------|--------------|----------------------------|-----------------|
| 1. 690721        | 5,209,309    | +24.27                     | 64.10           |
| 2. 690722        | 1,508,980    | +20.73                     | 18.57           |
| 3. 690723        | 605,414      | -35.60                     | 7.45            |
| 4. 690740        | 583,375      | +550.29                    | 7.18            |
| 5. 690730        | 220,021      | +193.01                    | 2.71            |
| รวม              | 8,127,099    | +24.14                     | 100.00          |

แหล่งนำเข้าสินค้า 10 อันดับแรกของมัลดีฟส์ในช่วงมกราคม-สิงหาคม 2569 มีดังนี้

| ประเทศ         | มูลค่า (USD) | อัตรายายตัว (เพิ่ม/ลด (%)) | สัดส่วนตลาด (%) |
|----------------|--------------|----------------------------|-----------------|
| 1. จีน         | 3,958,939    | +24.14                     | 48.71           |
| 2. อินเดีย     | 1,788,399    | +43.27                     | 22.01           |
| 3. สเปน        | 1,145,784    | -30.14                     | 14.10           |
| 4. ศรีลังกา    | 474,376      | +540.19                    | 5.84            |
| 5. อิตาลี      | 466,014      | -14.03                     | 5.73            |
| 6. อินโดนีเซีย | 145,820      | +442.06                    | 1.79            |
| 7. ไทย         | 72,380       | +12.31                     | 0.89            |
| 8. ตุรกี       | 35,557       | -46.19                     | 0.44            |
| 9. โมร็อกโก    | 13,745       | +9,999                     | 0.17            |
| 10. ออสเตรเลีย | 12,547       | -                          | 0.15            |

แหล่งที่มา: Global Trade Atlas

## กฎระเบียบ ข้อกำหนดการนำเข้า มาตรฐานผลิตภัณฑ์ หรือการรับรองที่เกี่ยวข้องกับผลิตภัณฑ์วัสดุก่อสร้าง

### ประเทศศรีลังกา

ผู้ประกอบการที่ต้องการส่งออกวัสดุก่อสร้างและกระเบื้องไปยังศรีลังกาควรตรวจสอบพิกัดศุลกากรและอัตราภาษีจาก Sri Lanka Customs ตามพิกัดสินค้าที่ถูกต้อง เนื่องจากอัตราภาษีและมาตรการที่เกี่ยวข้องอาจแตกต่างกันตามชนิด ขนาด การใช้งาน และรายละเอียดของสินค้า

สำหรับกระเบื้องเซรามิกและกระเบื้องพอร์ซเลน สินค้าบางรายการอยู่ภายใต้ Import Inspection Scheme ของ Sri Lanka Standards Institution (SLSI) และเชื่อมโยงกับมาตรฐาน SLS 1181 – Specification for Ceramic Tiles รวมถึงพิกัด HS 6907 หลายรายการ

ดังนั้น ผู้ส่งออกควรเตรียมเอกสารทางเทคนิคของสินค้าให้ครบถ้วน เช่น

- รายละเอียดและข้อมูลจำเพาะของผลิตภัณฑ์
- ขนาดและประเภทของกระเบื้อง
- ผลการทดสอบคุณสมบัติที่เกี่ยวข้อง
- เอกสารแสดงแหล่งกำเนิดสินค้า
- Commercial Invoice
- Packing List
- Bill of Lading หรือ Air Waybill
- เอกสารที่เกี่ยวข้องกับการตรวจสอบและการนำเข้า

นอกจากนี้ ควรตรวจสอบข้อกำหนดของผู้นำเข้าและเจ้าของโครงการเพิ่มเติม เพราะโครงการโรงแรม รีสอร์ท และอาคารระดับพรีเมียมอาจกำหนดมาตรฐานผลิตภัณฑ์และคุณสมบัติทางเทคนิคที่สูงกว่าข้อกำหนดทั่วไป

### ภาษีและอากรนำเข้า

การนำเข้ากระเบื้องเข้าสู่ศรีลังกาต้องพิจารณาตามพิกัดศุลกากร (HS Code) รายการย่อย เนื่องจากอัตราภาษีและอากรอาจแตกต่างกันตามประเภทสินค้า แหล่งกำเนิด และสิทธิพิเศษทางการค้า ตัวอย่างเช่น กระเบื้องผนังในพิกัด HS 6907.21.10 ตามตารางพิกัดของ Sri Lanka Customs ระบุ General Duty ที่ 20% หรือ 150 รูปีศรีลังกาต่อตารางเมตร แล้วแต่ว่าจำนวนใดสูงกว่า พร้อมรายการภาษี/อากรอื่น ได้แก่ VAT 18%, PAL 10%, Cess 35% หรือ 520 รูปีต่อตารางเมตร แล้วแต่ว่าจำนวนใดสูงกว่า และ SSCL 2.5% ทั้งนี้ การคำนวณภาษีจริงไม่ได้หมายความว่าสามารถนำอัตราเหล่านี้มาบวกกันโดยตรง เนื่องจากภาษีแต่ละประเภทอาจมีฐานในการคำนวณแตกต่างกัน ผู้ประกอบการจึงควรตรวจสอบ HS Code และอัตราที่ใช้ ณ วันที่นำเข้าจาก Sri Lanka Customs Import Tariff ก่อนเสนอราคาและคำนวณต้นทุนสินค้า

**ข้อควรระวังด้านภาษี:** อัตราภาษีศุลกากรของศรีลังกาอาจเปลี่ยนแปลงตามประกาศและพิกัดสินค้า จึงควรตรวจสอบอัตราที่ใช้จริงจาก Sri Lanka Customs ก่อนเสนอราคาในแต่ละ shipment โดยเฉพาะกระเบื้องในกลุ่ม HS 6907

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบข้อมูลภาษีนำเข้าเพิ่มเติมได้ทางเว็บไซต์ Sri Lanka Customs:

<https://www.customs.gov.lk/customs-tariff/import-tariff/>

## ประเทศมัลดีฟส์

การนำเข้าวัสดุก่อสร้างมายังมัลดีฟส์อยู่ภายใต้กฎหมายและระเบียบด้านการนำเข้าและส่งออกของประเทศ โดยหน่วยงาน **Ministry of Economic Development, Transport & Trade** เผยแพร่กฎหมายและระเบียบที่เกี่ยวข้อง รวมถึง Export Import Act และ Regulation on Export, Import & Re-Export ตลอดจนประกาศแก้ไขเพิ่มเติมที่ออกในปี 2026

สำหรับผู้ส่งออกไทย ควรตรวจสอบเป็นรายผลิตภัณฑ์และรายพิกัด HS เนื่องจากภาษีและเงื่อนไขการนำเข้าอาจแตกต่างกันตามประเภทสินค้าและมาตรการที่ใช้ในช่วงเวลานั้น

นอกจากข้อกำหนดของภาครัฐแล้ว วัสดุก่อสร้างที่ใช้ในโครงการรีสอร์ท โรงแรม และโครงการอสังหาริมทรัพย์ มักต้องผ่านข้อกำหนดของเจ้าของโครงการหรือที่ปรึกษาโครงการเพิ่มเติม เช่น

- ความทนทานและการดูดซึมน้ำ
- ความต้านทานคราบและสารเคมี
- คุณสมบัติกันลื่น
- ความเหมาะสมสำหรับพื้นที่เปียก
- ความคงทนต่อสภาพแวดล้อมชายทะเล
- ความสม่ำเสมอของสีและขนาด
- มาตรฐานด้านสุขอนามัยและความปลอดภัย
- เอกสารทางเทคนิคและผลการทดสอบ

สำหรับโครงการระดับนานาชาติ ผู้ซื้ออาจกำหนดให้ผลิตภัณฑ์อ้างอิงมาตรฐานสากล เช่น ISO, EN หรือ ASTM ทั้งนี้ข้อกำหนดดังกล่าวควรพิจารณาเป็น ข้อกำหนดของโครงการหรือผู้ซื้อ แยกจากข้อกำหนดทางกฎหมายของประเทศ

### ภาษีและการนำเข้า

การนำเข้าสินค้ากระเบื้องมายังประเทศมัลดีฟส์จะใช้อัตราภาษีตาม พิกัดศุลกากร (HS Code) ของสินค้าแต่ละประเภท โดยตารางพิกัดศุลกากรของมัลดีฟส์มีการแสดงอัตราภาษีหลายประเภท ได้แก่ MFN Rate, SAFTA Rate, CMFTA และ TMPTA ซึ่งเป็นอัตราที่แตกต่างกันตามประเทศแหล่งกำเนิดสินค้าและความตกลงทางการค้าที่เกี่ยวข้อง

สำหรับ กระเบื้องที่มีแหล่งกำเนิดจากประเทศไทย โดยทั่วไปให้พิจารณา MFN Rate (Most-Favoured-Nation Rate) เป็นหลัก เนื่องจากประเทศไทยไม่ได้อยู่ภายใต้ความตกลง SAFTA, China-Maldives Free Trade Agreement (CMFTA) หรือ Türkiye-Maldives Preferential Trade Agreement (TMPTA)

ในกลุ่ม Chapter 69 – Ceramic Products อัตรา MFN แตกต่างกันไปตามพิกัด HS Code รายย่อย โดยอาจพบอัตรา ร้อยละ 0, 5 หรือ 10 ดังนั้นจึงไม่สามารถระบุได้ว่ากระเบื้องจากประเทศไทยทุกประเภทจะได้รับอัตราภาษีนำเข้าเท่ากัน

ทั้งนี้ ผู้ประกอบการสามารถตรวจสอบข้อมูลภาษีนำเข้าเพิ่มเติมได้ทางเว็บไซต์ Maldives Customs Service: <https://customs.gov.mv/eServices/Tariff>

## ข้อมูลเกี่ยวกับงานแสดงสินค้า สมาคมการค้า

### และกิจกรรมจับคู่ธุรกิจที่เกี่ยวข้องกับอุตสาหกรรมก่อสร้างและตกแต่งอาคาร

#### ประเทศศรีลังกา

##### Build SL 2026 – Housing & Construction International Expo

งาน Build SL 2026 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 22-24 พฤษภาคม 2569 ณ BMICH กรุงโคลัมโบ โดย Chamber of Construction Industry of Sri Lanka (CCI) เป็นผู้จัดงาน งานครอบคลุมผลิตภัณฑ์ บริการ และเทคโนโลยีด้านการก่อสร้างและที่อยู่อาศัย รวมถึงกิจกรรมสร้างเครือข่ายทางธุรกิจและการพบปะผู้ประกอบการในอุตสาหกรรมงานดังกล่าวเหมาะสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการ

- พบผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่าย
- สำรวจคู่แข่งและผลิตภัณฑ์ในตลาด
- แนะนำสินค้าใหม่
- พบผู้รับเหมาและผู้พัฒนาโครงการ
- สร้างความสัมพันธ์กับบริษัทก่อสร้างและตกแต่งภายใน

#### ประเทศมัลดีฟส์

##### Maldives Build Expo 2026

ครั้งที่ 2 จัดขึ้นระหว่างวันที่ 16-19 เมษายน 2569 ณ Hulhumalé Central Park ครอบคลุมสินค้าและบริการด้านอาคาร การก่อสร้าง การตกแต่งภายใน และวัสดุสำหรับรีสอร์ท รวมถึงกิจกรรมสร้างเครือข่ายและการนำเสนอผลิตภัณฑ์ รูปแบบงานส่งเสริมให้ผู้ผลิตต่างประเทศสามารถพบผู้รับเหมา ผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย นักออกแบบและผู้เกี่ยวข้องกับการโครงการโรงแรมและรีสอร์ทได้โดยตรง

##### Construction Industry Forum 2026

จัดวันที่ 18 สิงหาคม 2569 ณ Hulhumalé เป็นเวทีหารือระหว่างภาครัฐและเอกชนเกี่ยวกับปัญหาและทิศทางอุตสาหกรรมก่อสร้างของมัลดีฟส์

##### FHAM 2026 - Food & Hospitality Asia Maldives 2026

จัดวันที่ 7-9 กันยายน 2569 ณ Manhattan Grand Hotel, Hulhumalé โดยมีผู้ประกอบการด้านโรงแรม รีสอร์ท ช็อปปิงและแบรินด์ต่างประเทศเข้าร่วม

แม้ FHAM จะไม่ใช่งานกระเบื้องโดยตรง แต่มีประโยชน์ต่อผู้ผลิตสินค้ากลุ่ม Hotel/Resort Interior, Bathroom, Flooring และ Decorative Materials

##### Hotel Asia Maldives 2026

จัดวันที่ 28-30 กันยายน 2569 ณ Hulhumalé เป็นงาน B2B ด้านโรงแรม รีสอร์ท ร้านอาหาร และ Hospitality ซึ่งมีความเกี่ยวข้องกับผู้ผลิตกระเบื้องอย่างมาก เนื่องจากผู้เข้าชมงานประกอบด้วย Resort Operators, Hotel Suppliers และผู้ซื้อวัสดุและอุปกรณ์สำหรับ Hospitality

นอกจากนี้ ยังมีงานที่น่าสนใจอื่นที่มีกำหนดจัดในช่วงเดือนตุลาคม – พฤศจิกายน 2569 ได้แก่

- Maldives Expo 2026 กำหนดจัดระหว่างวันที่ 23 – 31 ตุลาคม 2569 ณ Hulhumale Central Park
- Southern Maldives Business Expo กำหนดจัดระหว่างวันที่ 12 – 15 พฤศจิกายน 2569 ณ Addu City, Maldives

## ข้อมูลเกี่ยวกับผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย หรือช่องทางการจำหน่ายวัสดุก่อสร้างที่สำคัญในแต่ละประเทศ

### ประเทศศรีลังกา

โครงสร้างตลาดศรีลังกาประกอบด้วยทั้งผู้ผลิตภายในประเทศ ผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย ร้านค้าปลีกวัสดุก่อสร้าง และผู้รับเหมาที่จัดซื้อโดยตรงสำหรับโครงการ

ช่องทางสำคัญ ได้แก่

- ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายกระเบื้อง เหมาะสำหรับผู้ผลิตไทยที่ต้องการเข้าตลาดโดยไม่ต้องสร้างเครือข่ายการขายเองทั้งหมด

- ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์และผู้รับเหมารายใหญ่ เหมาะกับสินค้าที่ต้องการขายเป็นโครงการ เช่น กระเบื้องพื้น กระเบื้องผนัง สุขภัณฑ์ และวัสดุตกแต่ง

- ร้านค้าปลีกและเครือข่ายตัวแทนจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง เหมาะกับสินค้าที่มี SKU หลากหลาย และต้องการกระจายไปยังผู้บริโภคทั่วไป

- บริษัทออกแบบและตกแต่งภายใน เป็นช่องทางสำคัญสำหรับสินค้ากลุ่มพรีเมียมและสินค้าที่มีความโดดเด่นด้านดีไซน์

อย่างไรก็ดี เนื่องจากอินเดียและจีนเป็นแหล่งนำเข้าหลักของศรีลังกา ผู้ประกอบการไทยควรพิจารณารูปแบบการเข้าสู่ตลาดที่สร้างความแตกต่างจากสินค้าราคาประหยัด เช่น การเน้นการออกแบบ คุณภาพ ความสม่ำเสมอของสินค้า และบริการหลังการขาย

สำหรับรายชื่อผู้นำเข้าและจำหน่ายสินค้ากระเบื้องและวัสดุก่อสร้างในศรีลังกา ได้แก่

#### 1. Tile Collection (Pvt) Ltd

ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายกระเบื้องเซรามิกและพอร์ซเลน ดำเนินธุรกิจมาตั้งแต่ปี 2002 และระบุว่าเป็นหนึ่งในผู้นำเข้ากระเบื้องรายสำคัญของศรีลังกา มีเครือข่ายจัดจำหน่ายทั่วประเทศ

โทร. +94 11 224 9160, +94 77 772 8662

อีเมล dr@tile.lk, md@tile.lk

ที่อยู่ No. 413, Dehiyagatha, Ja-Ela, Sri Lanka

#### 2. Synergy Ventures (Pvt) Ltd

ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายผลิตภัณฑ์กระเบื้อง สุขภัณฑ์ และวัสดุตกแต่งภายใน มีทั้งตลาดค้าปลีกและโครงการ และระบุว่าเป็นผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายกระเบื้องจากต่างประเทศในศรีลังกา

โทร. +94 11 259 9938, +94 77 320 4552

อีเมล shabir@synergyventures.lk

ที่อยู่ 44A, Dickmans Road, Colombo 5, Sri Lanka

#### 3. Lanka Tiles PLC

ผู้ผลิตและจำหน่ายกระเบื้องปูพื้นและกระเบื้องผนัง ทั้งตลาดในประเทศและต่างประเทศ เหมาะสำหรับการติดต่อในลักษณะคู่ค้าทางธุรกิจหรือการศึกษาช่องทางตลาด

โทร. +94 11 280 8520, +94 11 452 6700, +94 77 732 1580

อีเมล info@lankatiles.com

ที่อยู่ 215, Nawala Road, Narahenpita, Colombo 05, Sri Lanka.

#### 4. Royal Ceramics Lanka PLC (Rocell)

ผู้ผลิตกระเบื้องปูพื้น กระเบื้องผนัง สุขภัณฑ์ และผลิตภัณฑ์สำหรับห้องน้ำ เป็นผู้ประกอบการรายสำคัญของอุตสาหกรรมเซรามิกศรีลังกา

โทร. +94 76 622 3344, +94 11 479 9400, +94 11 479 3400, +94 11 233 3758

อีเมล info@rcl.lc

ที่อยู่ No. 20, R. A. De Mel Mawatha, Colombo 03.

## 5. Ceramic World (Pvt) Ltd

ผู้ประกอบการด้านกระเบื้องเซรามิกและพอร์ซเลน ครอบคลุมกระเบื้องปูพื้น ผนัง ห้องครัว ห้องน้ำ และพื้นที่ภายนอกอาคาร

โทร. +94 11 250 5499

ที่อยู่ Biyagama Export Processing Zone, Walgama, Biyagama, Sri Lanka

## 6. Asian Ceramic – Akurana

ร้านค้า/ผู้จำหน่ายกระเบื้องที่มีการนำเข้ากระเบื้องจากอินเดียและจีน และจำหน่ายผลิตภัณฑ์ของแบรนด์กระเบื้องในตลาดศรีลังกา

โทร. +94 81 494 4685

ที่อยู่ No. 169/167, Matale Road, Akurana, Sri Lanka

## ประเทศมัลดีฟส์

ตลาดมัลดีฟส์มีลักษณะพึ่งพาผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายมากกว่าการสร้างเครือข่ายร้านค้าขนาดใหญ่ เนื่องจากลักษณะทางภูมิศาสตร์ของประเทศ

สำหรับรายชื่อผู้นำเข้าและจำหน่ายสินค้ากระเบื้องและวัสดุก่อสร้างในมัลดีฟส์ ได้แก่

### 1. Nalahiya Trading Pvt Ltd

ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายวัสดุก่อสร้างในมัลดีฟส์ มีสินค้าหลากหลายประเภท ได้แก่ กระเบื้อง กระเบื้องพอร์ซเลนแผ่นใหญ่ ประตุ หินแกรนิต ซีเมนต์ ทราาย เหล็ก ไม้อัด กระจก และวัสดุฮาร์ดแวร์ สำหรับงานก่อสร้างและตกแต่งอาคาร

โทร. +960 333 1999

อีเมล [info@nalahiyatrading.com](mailto:info@nalahiyatrading.com)

ที่อยู่ 6th Floor, G. Hiyakuri, Alikilegefaanu Magu, Malé, Maldives

เว็บไซต์ <https://nalahiyatrading.com/>

### 2. COSMO BY EXCO

ผู้จัดจำหน่ายสินค้าเพื่อการก่อสร้างและตกแต่งอาคาร ให้บริการทั้งตลาดค้าส่งและค้าปลีก มีสินค้ากลุ่มกระเบื้อง วัสดุปูพื้น กาวสำหรับกระเบื้อง สุขภัณฑ์ แผ่นผนัง และวัสดุตกแต่งภายใน เหมาะสำหรับผู้ประกอบการไทยที่ต้องการเสนอสินค้าเพื่อจำหน่ายในตลาดทั่วไปและตลาดโครงการ

โทร. +960 938 3003

อีเมล [cosmo@exco.mv](mailto:cosmo@exco.mv)

ที่อยู่ H. Shaam, Sosun Magu, Malé, Maldives

เว็บไซต์ <https://cosmo.mv/>

### 3. Leo Stores and Supply

ผู้จัดหาและจำหน่ายวัสดุก่อสร้าง ฮาร์ดแวร์ วัสดุสำหรับงานโครงการ และอุปกรณ์ที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง โดยให้บริการจัดหาสินค้าแก่ผู้รับเหมาและโครงการต่าง ๆ ในมัลดีฟส์

โทร. +960 955 5462

อีเมล [supplies@leotrading.mv](mailto:supplies@leotrading.mv)

ที่อยู่ Ground Floor, Leo Office Complex, Hulhumalé Plot 10693 (M3-60), Haivakaru Magu, Hulhumalé, Maldives

เว็บไซต์ <https://www.leostore.mv/>

#### 4. Exportza Maldives

บริษัทจัดหาและกระจายสินค้าในมัลดีฟส์ ให้บริการจัดหาวัสดุก่อสร้างและสินค้าตามความต้องการของลูกค้า รวมถึงประสานงานกับผู้ผลิตและผู้จัดจำหน่ายจากต่างประเทศ จึงสามารถพิจารณาเป็นช่องทางสำหรับผู้ส่งออกไทยที่ต้องการเสนอสินค้าให้แก่ตลาดโครงการ

โทร./WhatsApp +960 767 5072

อีเมล sales@exportzamaldives.com

ที่อยู่ Loniziyaarai Magu, Malé 20151, Maldives

เว็บไซต์ <https://exportzamaldives.com/>

#### โอกาสทางการค้าและแนวโน้มการเติบโตของภาคก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์ในศรีลังกาและมัลดีฟส์

##### ประเทศศรีลังกา

โอกาสทางการค้าของศรีลังกามีความสัมพันธ์กับการฟื้นตัวของภาคก่อสร้างและการลงทุนในโครงการที่อยู่อาศัย อาคารพาณิชย์ โรงแรม และการปรับปรุงอาคาร

Construction PMI ที่ระดับ 60.0 ในเดือนมิถุนายน 2569 สะท้อนว่ากิจกรรมก่อสร้างยังคงขยายตัวและผู้ประกอบการยังเห็นหน้าโครงการที่ได้รับการว่าจ้างก่อนหน้านี้

สำหรับสินค้ากระเบื้อง การแข่งขันจากอินเดียและจีนเป็นปัจจัยสำคัญ เนื่องจากทั้งสองประเทศเป็นแหล่งนำเข้าหลักของศรีลังกา

ดังนั้น กลุ่มสินค้าที่มีโอกาส ได้แก่

- กระเบื้องพอร์ซเลน
- กระเบื้องขนาดใหญ่
- กระเบื้องลวดลายและดีไซน์เฉพาะ
- กระเบื้องสำหรับโรงแรมและโครงการที่อยู่อาศัยระดับกลางถึงบน
- กระเบื้องสำหรับพื้นที่ภายนอก
- กระเบื้องกันลื่น
- วัสดุสำหรับงานตกแต่งและปรับปรุงอาคาร

##### ประเทศมัลดีฟส์

มัลดีฟส์มีปัจจัยสนับสนุนตลาดวัสดุก่อสร้างจากการขยายตัวของภาคก่อสร้าง อสังหาริมทรัพย์ และการลงทุนในโครงการรีสอร์ทและที่อยู่อาศัย โดยเฉพาะโครงการที่ต้องใช้วัสดุคุณภาพสูง

การนำเข้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้างเพิ่มขึ้น 11% ในปี 2568 ขณะที่สินเชื่อก่อสร้างและอสังหาริมทรัพย์เพิ่มขึ้น 13% สะท้อนการขยายตัวของกิจกรรมการลงทุนในภาคดังกล่าว

โครงการ Ayla มูลค่าประมาณ 790 ล้านดอลลาร์สหรัฐ และโครงการที่อยู่อาศัยใน Hulhumalé และ Vilimalé เป็นตัวอย่างของโครงการที่สร้างความต้องการวัสดุก่อสร้างและตกแต่งในช่วงหลายปีข้างหน้า

กลุ่มสินค้าที่มีโอกาส ได้แก่

- กระเบื้องพอร์ซเลนและกระเบื้องเซรามิกคุณภาพสูง
- กระเบื้องสำหรับรีสอร์ทและโรงแรม
- กระเบื้องห้องน้ำและพื้นที่เปียก
- กระเบื้องกันลื่นสำหรับสระว่ายน้ำและพื้นที่ภายนอก
- กระเบื้องสำหรับพื้นที่ชายทะเล
- กระเบื้องลายหินอ่อนและวัสดุตกแต่งระดับพรีเมียม
- สุขภัณฑ์และอุปกรณ์ห้องน้ำ
- วัสดุตกแต่งภายในที่มีน้ำหนักและปริมาณเหมาะสมกับการขนส่ง

## คำแนะนำและข้อเสนอแนะในการเข้าสู่ตลาด

### ศรีลังกา: เน้นการสร้าง ความแตกต่าง

ตลาดศรีลังกามีคู่แข่งจากอินเดียและจีนอย่างชัดเจน ผู้ประกอบการไทยจึงควรหลีกเลี่ยงการใช้ราคาเป็นปัจจัยแข่งขันเพียงอย่างเดียว และควรนำเสนอจุดเด่นที่ตลาดสามารถรับรู้ได้ เช่น

- คุณภาพและมาตรฐานสินค้า
- การออกแบบที่แตกต่าง
- ความสม่ำเสมอของสีและขนาด
- ความสามารถในการผลิตตามแบบ
- การจัดส่งสินค้าเป็นล็อตสำหรับโครงการ
- การสนับสนุนด้านเทคนิค
- การรับประกันสินค้า
- การพัฒนาสินค้าร่วมกับนักออกแบบหรือผู้พัฒนาโครงการ

### มัลดีฟส์: เน้นตลาดโครงการ

สำหรับมัลดีฟส์ การเข้าสู่ตลาดผ่านโครงการอาจมีความเหมาะสม เนื่องจากความต้องการวัสดุก่อสร้างจำนวนมากมาจากรีสอร์ต โรงแรม ที่อยู่อาศัย และโครงการพัฒนาใหม่

ผู้ประกอบการไทยควรให้ความสำคัญกับการสร้างความสัมพันธ์กับ

- ผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่าย
- ผู้รับเหมาหลัก
- ผู้รับเหมางานตกแต่ง
- บริษัทออกแบบ
- ผู้พัฒนาอสังหาริมทรัพย์
- เจ้าของโรงแรมและรีสอร์ท
- บริษัทบริหารโครงการ

### พัฒนาผลิตภัณฑ์ให้เหมาะกับตลาด

สำหรับมัลดีฟส์ ควรให้ความสำคัญกับคุณสมบัติที่เหมาะสมกับสภาพแวดล้อมของเกาะและรีสอร์ท เช่น การกันชื้น ความทนทาน พื้นที่ยืดหยุ่น การใช้งานกลางแจ้ง และความทนต่อสภาพแวดล้อมชายทะเล

สำหรับศรีลังกา ควรให้ความสำคัญกับผลิตภัณฑ์ที่สามารถตอบโจทย์ทั้งตลาดที่อยู่อาศัยและตลาดโครงการ โดยแบ่งกลุ่มสินค้าให้ชัดเจนตั้งแต่ระดับราคาที่แข่งขันได้ไปจนถึงสินค้าพรีเมียม

### ใช้ตัวแทนท้องถิ่นเป็นจุดเริ่มต้น

ผู้ประกอบการที่ยังไม่มีเครือข่ายในสองประเทศควรเริ่มต้นด้วยการคัดเลือกผู้นำเข้าหรือผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่นที่มีเครือข่ายกับโครงการก่อสร้างอยู่แล้ว ก่อนพิจารณาการลงทุนตั้งสำนักงานหรือคลังสินค้าโดยตรง

คู่ค้าที่เหมาะสมควรมีคุณสมบัติ เช่น

- มีประสบการณ์นำเข้าวัสดุก่อสร้าง
- มีฐานลูกค้าโรงแรมและรีสอร์ท
- มีความสัมพันธ์กับผู้รับเหมาและผู้พัฒนาโครงการ
- มีพื้นที่จัดเก็บสินค้า
- สามารถให้บริการหลังการขาย
- มีทีมขายและทีมเทคนิค
- มีประวัติการชำระเงินและการดำเนินธุรกิจที่ตรวจสอบได้

## เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและกิจกรรมอุตสาหกรรม

การเข้าร่วมงาน Build SL ในศรีลังกา และ Maldives Build Expo ในมัลดีฟส์ เป็นช่องทางในการพบคู่ค้า และสำรวจตลาดโดยตรง

นอกจากการออกบูธ ผู้ประกอบการควรใช้กิจกรรมเหล่านี้เพื่อจัด **Business Matching** ล่วงหน้า โดยกำหนดกลุ่มเป้าหมาย เช่น ผู้นำเข้า ผู้จัดจำหน่าย ผู้รับเหมาหลัก ผู้พัฒนารีสอร์ต และบริษัทออกแบบ

## แนวทางเข้าสู่ตลาดที่เหมาะสม

| ระยะ      | แนวทาง                                             |
|-----------|----------------------------------------------------|
| ระยะที่ 1 | ศึกษาพิกัดสินค้า ภาษี มาตรฐาน และราคาคู่แข่ง       |
| ระยะที่ 2 | คัดเลือกผู้นำเข้าและผู้จัดจำหน่ายท้องถิ่น          |
| ระยะที่ 3 | ส่งตัวอย่างและเอกสารทางเทคนิคให้คู่ค้า             |
| ระยะที่ 4 | ทดลองขายและเข้าร่วมประมูล/เสนอราคาสำหรับโครงการ    |
| ระยะที่ 5 | เข้าร่วมงานแสดงสินค้าและ Business Matching         |
| ระยะที่ 6 | สร้างฐานลูกค้าโครงการและพิจารณาสต็อกสินค้าในประเทศ |
| ระยะที่ 7 | ขยายกลุ่มผลิตภัณฑ์และพิจารณาการทำตลาดโดยตรง        |

## บทสรุป

ศรีลังกาและมัลดีฟส์เป็นตลาดที่มีลักษณะแตกต่างกัน แต่มีโอกาสำหรับผู้ประกอบการไทยในอุตสาหกรรมวัสดุก่อสร้างและกระเบื้อง

**ศรีลังกา** เป็นตลาดขนาดใหญ่กว่าและมีฐานการนำเข้าที่ชัดเจน แต่การแข่งขันจากอินเดียและจีนอยู่ในระดับสูง ผู้ประกอบการไทยจึงควรให้ความสำคัญกับคุณภาพ การออกแบบ ความแตกต่างของผลิตภัณฑ์ และการสร้างเครือข่ายกับผู้นำเข้าและผู้พัฒนาโครงการ ขณะที่ภาคก่อสร้างยังมีสัญญาณการขยายตัวในปี 2569

**มัลดีฟส์** เป็นตลาดขนาดเล็กกว่าแต่มีลักษณะเฉพาะ โดยความต้องการจำนวนมากเชื่อมโยงกับโครงการรีสอร์ท โรงแรม ที่อยู่อาศัย และอสังหาริมทรัพย์ การเติบโตของภาคก่อสร้างและการนำเข้าสินค้าที่เกี่ยวข้องกับการก่อสร้าง รวมถึงโครงการพัฒนาขนาดใหญ่ ทำให้ตลาดยังมีความต้องการวัสดุก่อสร้างและวัสดุตกแต่งอย่างต่อเนื่อง

ในด้านกระเบื้อง ไทยมีสถานะในตลาดมัลดีฟส์อยู่แล้ว โดยปี 2567 มีมูลค่าการนำเข้าจากไทยในหมวด HS 690790 ประมาณ 550,690 ดอลลาร์สหรัฐ ขณะที่ศรีลังกามีมูลค่านำเข้าจากไทยในหมวดเดียวกันค่อนข้างต่ำเมื่อเทียบกับอินเดียและจีน ซึ่งสะท้อนว่าทั้งสองตลาดมีลักษณะโอกาสที่แตกต่างกัน

โดยภาพรวม กลยุทธ์ที่ควรให้ความสำคัญคือ การเลือกคู่ค้าในท้องถิ่น การเจาะตลาดโครงการ การนำเสนอสินค้าที่แตกต่าง การควบคุมต้นทุนโลจิสติกส์ และการเตรียมเอกสารมาตรฐานให้พร้อม เพื่อให้ผู้ประกอบการไทยสามารถแข่งขันได้อย่างยั่งยืนในตลาดทั้งสองประเทศ

## แหล่งอ้างอิง

1. Central Bank of Sri Lanka (CBSL). *Construction PMI – June 2026*.  
<https://www.cbsl.gov.lk/en/node/20666>
2. Sri Lanka Customs. *Customs Import Tariff – 2026*.  
<https://www.customs.gov.lk/customs-tariff/import-tariff/>
3. Sri Lanka Standards Institution (SLSI). *Quality Assurance Items Covered Under Import Inspection Scheme*.  
<https://slsi.lk/web/wp-content/uploads/2024/04/OA-ITEMS-COVERED-UNDER-IMPORT-INSPECTION-SCHEME.pdf>
4. World Bank – World Integrated Trade Solution (WITS). *Sri Lanka Imports – HS 690790, 2024*.  
<https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/LKA/year/2024/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/690790>
5. Chamber of Construction Industry of Sri Lanka. *Build SL 2026 – Housing & Construction International Expo*.  
<https://buildsl.com/>
6. Chamber of Construction Industry of Sri Lanka. *Official Website*.  
<https://www.ccisrilanka.org/>
7. Maldives Monetary Authority (MMA). *Annual Report 2025*.  
<https://www.mma.gov.mv/documents/Annual%20Report/2025/Annual%20Report%202025.pdf>
8. Government of Maldives – President’s Office. *Project Ayla*.  
<https://presidency.gov.mv/Press/Article/36092>
9. Government of Maldives – President’s Office. *Affordable Housing Projects*.  
<https://presidency.gov.mv/Press/Article/36425>
10. Ministry of Economic Development, Transport & Trade – Maldives. *Laws and Regulations*.  
<https://trade.gov.mv/en/laws-and-regulations/>
11. World Bank – World Integrated Trade Solution (WITS). *Maldives Imports – HS 690790, 2024*.  
<https://wits.worldbank.org/trade/comtrade/en/country/MDV/year/2024/tradeflow/Imports/partner/ALL/product/690790>
12. Maldives National Association of Construction Industry (MNACI). *Official Website*.  
<https://www.mnaci.org/>
13. Maldives Build Expo. *Build Expo Maldives 2026*.  
<https://www.saexhibitions.com/buildex>
14. JAAH City Centre. *Tiles and Sanitaryware Distribution in Maldives*.  
<https://jaah.mv/>
15. Global Trade Atlas. *Import Statistics for HS 6907: Sri Lanka and Maldives, 2025 and January–August 2026*