

บทที่ 5

สรุปผลการศึกษา อภิปรายผลการศึกษา และข้อเสนอแนะ

5.1 สรุปผลการศึกษา

จากการศึกษาแนวโน้มและแนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสาของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ โดยมีวัตถุประสงค์การศึกษาดังนี้

- 1) เพื่อศึกษาบริบทของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสา ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่
- 2) เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาด้านการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสา ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่
- 3) เพื่อศึกษาแนวโน้มความเจริญเติบโตด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสาในระดับท้องถิ่น
- 4) เพื่อศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสาของผู้ประกอบการในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับแนวโน้มความเจริญเติบโตด้านการตลาด

ผลการศึกษสามารถสรุปประเด็นการศึกษาได้ดังนี้

5.1.1 บริบทของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสา ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

จากการศึกษาบริบทของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสา ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ได้ดำเนินการทำวิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อประเมินการวิจัยร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสา กับนักวิจัยและองค์กรในท้องถิ่น โดยพบว่ากลุ่มผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีอาชีพหลักทางการเกษตร ทำสวน ทำไร่ ไร่ข้างและค้าขาย ส่วนอาชีพเสริมได้แก่ กลุ่มอาชีพหัตถกรรมและแปรรูปสินค้า ด้วยความที่อำเภอสารภีเป็นอำเภอที่อยู่ใกล้อำเภอเมืองเชียงใหม่ จึงมีความเจริญและสะดวกในด้านการคมนาคม ผลจากความเจริญของชุมชนส่งผลต่อความหลากหลายทางด้านอาชีพในการประกอบธุรกิจ ซึ่งการเป็นผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมกระดาษสาเป็นอีกทางเลือกหนึ่งของคนในชุมชน โดยในระยะแรกของการประกอบอาชีพดังกล่าวได้มีหน่วยงานทั้งจากภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนให้กับคนในชุมชน ทำให้เกิดกลุ่มผู้ประกอบการทั้งรายเดี่ยวและการรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งในลักษณะ

กลุ่มแม่บ้าน ซึ่งการจากการส่งเสริมของทางภาครัฐ โดยการรวมกลุ่มในลักษณะกลุ่มแม่บ้านจะ
 ได้รับประโยชน์ทางการสนับสนุนในการดำเนินกิจการจากภาครัฐอย่างเป็นทางการโดยมี
 รูปแบบการดำเนินธุรกิจลักษณะของกลุ่มแม่และกลุ่มเทียม โดยปัจจุบันในการดำเนินธุรกิจของ
 ผู้ประกอบการรายเดี่ยวและกลุ่มแม่บ้าน ได้เลิกกิจการแล้วเกินกว่าร้อยละ 50 ส่วนใหญ่
 ผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมกระดาษสามีลักษณะเป็นผู้รับจ้างผลิต เป็นผู้ดำเนินกิจกรรม
 การตลาดเองทั้งหมดและเป็นทั้งผู้รับจ้างผลิตและดำเนินกิจกรรมการตลาดเอง ซึ่งมีส่วนใหญ่มี
 ลูกค้าเฉพาะตลาดภายในประเทศและบางส่วนมีกลุ่มลูกค้าทั้งตลาดในประเทศและกลุ่มลูกค้า
 ต่างประเทศ โดยรูปแบบของเงินทุนของผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมกระดาษสามีลักษณะทั้ง
 แบบการลงทุนด้วยเงินตนเองและการลงทุนด้วยเงินกู้ แต่ปัญหาที่เป็นอุปสรรคสำคัญมากที่สุด
 ประการหนึ่งของกลุ่มผู้ประกอบการคือปัญหาทางการตลาด รวมทั้งทำให้ทราบข้อมูลเพิ่มเติม
 ว่ายังมีบางพื้นที่อื่นที่มีผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสามีด้อยเช่นกัน หากแต่ข้อมูลของ
 ผู้ประกอบการในพื้นที่ดังกล่าวทางผู้วิจัยและหน่วยงานภาครัฐมีไม่มากนัก ได้แก่ ตำบลไชยสถาน
 และตำบลสันทราย เป็นต้น

5.1.2 เพื่อศึกษาสภาพและปัญหาด้านการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์ หัตถกรรมกระดาษสา ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

ในเบื้องต้นการศึกษาสภาพและปัญหาด้านการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการได้
 ดำเนินการวิจัยแบบมีส่วนร่วมเพื่อประเมินการวิจัยร่วมกันระหว่างกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์
 หัตถกรรมกระดาษสาแก่นักวิจัยและองค์กรในท้องถิ่น ใช้การวิเคราะห์การบริหารจัดการด้าน
 การตลาดโดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis โดยนักวิจัยจะเป็นผู้ทำการสัมภาษณ์ สังเกตและสนทนา
 กลุ่ม เพื่อบันทึกข้อมูลที่ได้จากกลุ่มผู้ประกอบการ อันประกอบด้วยข้อมูลลักษณะพื้นฐานทางด้าน
 สังคมและเศรษฐกิจของกลุ่มผู้ประกอบการ ข้อมูลสภาพการณ์ของผู้ประกอบการผลิตหัตถกรรม
 กระดาษสาที่เกิดจากการส่งเสริมของภาครัฐ เมื่อผ่านพ้นช่วงการส่งเสริมของภาครัฐไปแล้ว
 สามารถสรุปผลการศึกษาดังกล่าวตามหลักทฤษฎี SWOT Analysis ได้ดังนี้

1) จุดแข็ง (Strength) พบว่าสภาพทั่วไปด้านการบริหารจัดการผู้ประกอบการ
 บางส่วนมีความสามารถในการรับรู้ความรู้ใหม่ๆ ได้อย่างรวดเร็วและการปรับตัวให้เข้ากับการ
 เปลี่ยนแปลงได้ดี ทำเลที่ตั้งชุมชนของผู้ประกอบการตั้งอยู่ใกล้เขตเมือง การคมนาคมขนส่ง
 สะดวกและผู้ประกอบการบางส่วนมีความพร้อมทางการจัดตั้งกลุ่มและเงินทุน

2) จุดอ่อน (Weakness) พบว่าผู้ประกอบการประสบปัญหาด้านการผลิต เนื่องจากวัตถุดิบไม่ได้ผลิตเอง ไม่มีในพื้นที่ ทำให้ต้องซื้อกระดาษจากพื้นที่อื่นส่งผลต่อต้นทุนการผลิต ผลิตไม่ทันตามคำสั่งซื้อ เสี่ยงความเสี่ยงเรื่องการขาดทุน ปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียน ทำให้ผู้ประกอบการบางรายต้องไปกู้ยืมระบบ ปัญหาการออกแบบผลิตภัณฑ์เนื่องจากไม่มีความชำนาญด้านการออกแบบ ปัญหาด้านมลพิษจากน้ำเสียอันเนื่องมาจากกระบวนการผลิตกระดาษสา ปัญหาด้านการตลาด ไม่ได้สร้างตราสินค้าของตนเองทำให้ไม่ค่อยเป็นที่รู้จัก ปัญหาถูกลอกเลียนแบบผลงานทำให้เกิดความท้อใจในการดำเนินธุรกิจ ปัญหาด้านการพัฒนาด้านทักษะของแรงงาน ไม่สามารถผลิตทันตามคำสั่งซื้อได้ หากตรงกับช่วงฤดูกาลเก็บเกี่ยวผลผลิตทางการเกษตรและปัญหาด้านการรวมกลุ่มของกลุ่มแม่บ้าน บางกลุ่มมีลักษณะเป็นกลุ่มเทียมคือการจัดตั้งในรูปแบบกลุ่มแต่ดำเนินการในรูปแบบเอกชน

3) โอกาส (Opportunity) พบว่าภาครัฐให้การสนับสนุนในด้านต่างๆ อย่างมาก เพื่อให้เกิดธุรกิจและผู้ประกอบการในช่วงเมื่อประมาณปี 2538-2545 และบางพื้นที่หน่วยงานภาครัฐยังให้การสนับสนุนอยู่คงจะเห็นได้จากเทศบาลตำบลหนองผึ้ง ได้นำโครงการพัฒนากระดาษสาเข้าบรรจุเป็นยุทธศาสตร์ของชุมชน ตั้งแต่ปี 2552-2554 แม้จะตั้งงบประมาณไม่มากนัก แต่สะท้อนให้เห็นว่าโครงการดังกล่าวยังมีประโยชน์ต่อคนในชุมชนอยู่

4) อุปสรรค (Threat) พบว่าภาวะเศรษฐกิจของประเทศไทยและของโลกมีความผันผวนมาก โดยเฉพาะในช่วงภาวะเศรษฐกิจตกต่ำสะท้อนให้เห็นอย่างชัดเจนว่าสินค้ากระดาษสาจัดเป็นสินค้าฟุ่มเฟือยทำให้ลูกค้ายกเลิกหรือลดคำสั่งซื้อลงอย่างมาก ค่าเงินบาทแข็งค่าในช่วงที่ผ่านมา ทำให้ลูกค้าต่างประเทศหันไปสั่งซื้อสินค้าจากทางประเทศเพื่อนบ้านซึ่งราคาถูกกว่า การเปลี่ยนรัฐบาลและเปลี่ยนนายกองค์การบริหารส่วนตำบลคนใหม่ ทำให้นโยบายการสนับสนุนกลุ่มแม่บ้านเปลี่ยนแปลงไป ทำให้ไม่มีการสนับสนุนการดำเนินงานอย่างต่อเนื่อง สภาพแวดล้อมทางภูมิศาสตร์ในชุมชนเอื้อต่อการประกอบอาชีพด้านการเกษตรเป็นอาชีพหลัก ดังนั้นอาชีพทางการเกษตรจึงเป็นอาชีพหลักซึ่งคนในท้องถิ่นมีความชำนาญ ส่วนงานด้านหัตถกรรมกระดาษสาเป็นเพียงอาชีพเสริม และมีช่องทางที่เป็นความถนัดของคนในชุมชนอย่างแท้จริง การส่งเสริมและความช่วยเหลือภาครัฐมีน้อยลง เนื่องจากมุ่งไปที่การพัฒนาการตลาดพื้นที่ที่มีความโดดเด่นมากกว่าเป็นหลัก บางกิจการของกลุ่มยังไม่ได้เข้าเป็นสินค้า OTOP จึงไม่มีความช่วยเหลือของรัฐเท่าที่ควร ปัญหาการลอกเลียนแบบ การตัดราคาสินค้าจากคู่แข่ง คนในชุมชนมีทางเลือกในการเลือกประกอบอาชีพอื่นที่หารายได้ที่ดีกว่าทำให้ขาดแคลนแรงงานในการผลิต

หลังจากนั้นนักวิจัยได้จัดทำโครงการเพื่อประชุมเชิงปฏิบัติการร่วมกับผู้ประกอบการในท้องถิ่นเพื่อบันทึกข้อมูลเกี่ยวกับกลยุทธ์กระบวนการบริหารจัดการด้านการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการสามารถสรุปผลการศึกษาตามหลักทฤษฎีส่วนประสมการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการในปัจจุบัน ดังรายละเอียดดังนี้

1) กลยุทธ์ด้านผลิตภัณฑ์ พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่ผลิตสินค้าตามตลาดและคำสั่งของลูกค้า โดยพยายามสร้างและปรับปรุงสินค้าให้มีความหลากหลายอยู่เสมอ วัตถุประสงค์ในการผลิตบางส่วนจะได้อาจมาจากสมาชิกในกลุ่มเป็นวัสดุเหลือใช้ในห้องครัว กระบวนการผลิตบางขั้นตอนพยายามผลิตเองเพื่อลดต้นทุนการผลิต และพยายามรักษาคุณภาพของผลิตภัณฑ์

2) กลยุทธ์ด้านราคา พบว่าการตั้งราคาขึ้นอยู่กับรูปแบบและคุณภาพของตัวสินค้า และผู้ประกอบการบางรายตั้งราคาต่ำกว่าคู่แข่ง

3) กลยุทธ์ด้านช่องทางการจัดจำหน่าย พบว่าผู้ประกอบการพยายามขายสินค้าในหลายช่องทางทั้งการนำสินค้าออกงานแสดงสินค้าต่างๆ ที่ทางภาครัฐบาลส่งเสริม เช่น งานแสดงสินค้าที่ศูนย์ส่งเสริมอุตสาหกรรมจังหวัด แสดงสินค้าในงาน OTOP และที่ศูนย์แสดงสินค้าเมืองทองธานี ตามสถานที่ราชการต่าง ถนนคนเดิน ทุกเย็นวันอาทิตย์ พยายามขายลูกค้าต่างจังหวัดและต่างประเทศด้วย จำหน่ายจะผ่านพ่อค้าคนกลางซึ่งจะรับสินค้าไปจำหน่ายต่อ โดยนำไปจำหน่ายบนห้างสรรพสินค้า ร้านค้าในจตุจักร และฝากขายผ่านทางเว็บไซต์ในอินเทอร์เน็ต

4) กลยุทธ์ด้านการส่งเสริมการตลาด พบว่าผู้ประกอบการส่วนใหญ่มีการส่งเสริมการตลาดในรูปแบบต่างๆ เช่น การให้ส่วนลดปริมาณการซื้อสำหรับกลุ่มลูกค้าที่เป็นพ่อค้าส่งและพ่อค้าปลีก การให้ของแถม การใช้กลยุทธ์การสื่อสารทางการตลาดแบบปากต่อปาก การแนะนำบัตรและส่วนลดในการสั่งซื้อครั้งต่อไป การให้ส่วนลดตามฤดูกาล การนำไปโฆษณาลงในสื่อวิทยุชุมชนและการให้เครดิตการค้า

โดยปัญหาที่ผู้ประกอบการสินค้าหัตถกรรมกระดาษสาทั้งรายเดี่ยวและกลุ่มแม่บ้านพบมากที่สุดคือปัญหาด้านต้นทุนการผลิตสินค้า โดยเฉพาะปัญหาด้านเงินทุนหมุนเวียน ปัญหาเรื่องหนี้สูญ รองลงมาคือปัญหาด้านการตัดราคาจากคู่แข่ง ปัญหาด้านช่องทางการจัดจำหน่ายและปัญหาด้านแรงงาน โดยเรื่องที่ผู้ประกอบการต้องการความช่วยเหลือจากภาครัฐได้แก่การส่งเสริมด้านเงินทุน ช่องทางการจำหน่ายผลิตภัณฑ์และความรู้ด้านการพัฒนาผลิตภัณฑ์

5.1.3 เพื่อศึกษาแนวโน้มความเจริญเติบโตด้านการตลาดของผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษ ในระดับท้องถิ่น

สภาพการณ์ของผู้ประกอบการผลิตหัตถกรรมกระดาษที่เกิดจากการส่งเสริมของภาครัฐ เมื่อผ่านพ้นช่วงการส่งเสริมของภาครัฐไปแล้ว ปัจจุบันปัจจัยในด้านต่างๆ มีผลกระทบต่อ ยอดคำสั่งซื้อกระดาษที่ลดลงอย่างมาก หากเมื่อนำมาอิงกับแนวความคิดทฤษฎีของวงจรชีวิตผลิตภัณฑ์ (Product Life Cycle-PLC) ปัจจุบันผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษ ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ อยู่ในขั้นเจริญเติบโตเต็มที่ แต่เป็นลักษณะการเติบโตในอัตราที่ลดลง ดังจะเห็นได้จากการที่ผู้ประกอบการส่วนใหญ่ได้เลิกกิจการไปหลายราย หากแต่ยังคงมีผู้ประกอบการบางรายยังสามารถดำเนินธุรกิจได้ โดยการปรับตัว โดยการรักษาคุณภาพการผลิต พยายามรักษาลูกค้าเดิม พยายามสร้างตลาดลูกค้าใหม่ และต่อ ยอดองค์ความรู้

5.1.4 แนวทางการพัฒนาด้านการตลาดของกลุ่มผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษ ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่

ปัจจุบันผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษ ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ส่วนใหญ่ได้เลิกกิจการไปหลายราย หากแต่ยังคงมีผู้ประกอบการบางรายและบางกลุ่มยังสามารถดำเนินธุรกิจได้ ดังนั้นจากวัตถุประสงค์ของการวิจัยในการศึกษาแนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษของผู้ประกอบการในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับแนวโน้มความเจริญเติบโตด้านการตลาดในปัจจุบัน โดยสภาพการณ์ของผู้ประกอบการผลิตหัตถกรรมกระดาษที่เกิดจากการส่งเสริมของภาครัฐ เมื่อผ่านพ้นช่วงการส่งเสริมของภาครัฐไปแล้ว ผู้ประกอบการควรมีการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์เพื่อพัฒนาและตอบสนองความต้องการของลูกค้า โดยการติดตามข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ ควรเพิ่มเติมความรู้ด้านกลยุทธ์การพัฒนาตลาด คำนึงถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์มากกว่าการแข่งขันทางด้านราคากับผู้ประกอบการรายใหญ่ นำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างช่องทางจัดจำหน่ายของตนเอง ไม่ควรคิดเพียงเป็นผู้รับจ้างผลิตจากชุมชนอื่นเท่านั้น และหน่วยงานภาครัฐส่วนท้องถิ่นควรส่งเสริมแนวทางการพัฒนาการตลาดและการปรับปรุงสินค้าหัตถกรรมกระดาษให้ผู้ประกอบการในชุมชนที่ ยังคงให้ความสนใจในการประกอบธุรกิจดังกล่าวอย่างต่อเนื่อง

5.2 อภิปรายผลการศึกษา

จากการดำเนินการศึกษาแนวโน้มและแนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสาของผู้ประกอบการ ในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ พบว่าผลจากความเจริญของชุมชนส่งผลต่อความหลากหลายทางด้านอาชีพในการประกอบธุรกิจ โดยในระยะแรกของการประกอบอาชีพดังกล่าวได้มีหน่วยงานทั้งจากภาครัฐและเอกชนเข้ามาส่งเสริมและสนับสนุนให้กับคนในชุมชน ทำให้เกิดกลุ่มผู้ประกอบการทั้งรายเดี่ยวและการรวมกลุ่มเพื่อจัดตั้งกลุ่มแม่บ้านในลักษณะของกลุ่มแม่และกลุ่มเทียม ซึ่งเกิดจากการส่งเสริมของทางภาครัฐ โดยการรวมกลุ่มในลักษณะกลุ่มแม่บ้านจะได้รับประโยชน์ทางการสนับสนุนจากภาครัฐ ซึ่งในความเป็นจริงบางกลุ่มแม่บ้านการจัดตั้งกระทำในรูปของกลุ่มแต่การดำเนินงานกลับดำเนินงานในรูปแบบของเอกชนในการวิเคราะห์การบริหารจัดการด้านการตลาดโดยใช้ทฤษฎี SWOT Analysis พบว่าปัจจัยภายนอกทั้งจากปัญหาเศรษฐกิจของโลก ปัญหาการว่างงานที่เพิ่มสูงขึ้น ปัญหาสภาพแวดล้อมของโลกที่เปลี่ยนแปลงไป และปัญหาความผันผวนทางการเมืองภายในประเทศล้วนส่งผลในด้านลบต่อควรรดำเนินธุรกิจเห็นได้จากยอดคำสั่งซื้อที่ลดลงอย่างมาก ผู้ประกอบการไม่รู้จะขายสินค้าให้กับใครเพราะทำการตลาดเองไม่เป็น ส่งผลต่อสภาพการณ์ของผู้ประกอบการผลิตหัตถกรรมกระดาษสาในปัจจุบันได้เลิกกิจการแล้วเกินกว่าครึ่ง ย่อมเป็นการสะท้อนให้เห็นภาพแนวทางการส่งเสริมอาชีพของภาครัฐและหน่วยงานส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องว่า การส่งเสริมอาชีพให้กับชุมชนเพียงแค่สอนให้ทำได้เพียงอย่างเดียว คงไม่เพียงพอต่อการต่อยอดทางธุรกิจ ในส่วนภาครัฐและหน่วยงานส่วนท้องถิ่นที่เกี่ยวข้องควรมีการส่งเสริมทางการตลาดต่อเนื่องไปด้ว่าหลังจากผลิตได้แล้วจะนำไปขายที่ไหน ควรจะทำการตลาดต่ออย่างไรให้ขายสินค้าได้ มีกลยุทธ์การขายอย่างไร และจะพัฒนาสินค้าเหล่านี้ไปในทิศทางไหน สามารถปรับปรุงเป็นผลิตภัณฑ์ที่หลากหลายได้หรือไม่ ซึ่งสิ่งเหล่านี้ต่างหากที่จะทำให้ผู้ประกอบการงานหัตถกรรมท้องถิ่นสามารถดำเนินการธุรกิจได้ด้วยตนเองและเกิดการบูรณาการต่อยอดองค์ความรู้ที่ทางภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องวางรากฐานไว้ ดำเนินการต่อไปได้ มิใช่รอแต่เพียงความช่วยเหลือจากภาครัฐและหน่วยงานที่เกี่ยวข้องเพียงอย่างเดียวเท่านั้น ซึ่งสิ่งเหล่านี้เองน่าจะเป็นแนวทางการพัฒนาอาชีพของชุมชนอย่างมั่นคงและยั่งยืน

5.3 ข้อเสนอแนะ

แนวทางการพัฒนาการตลาดผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสาของผู้ประกอบการในเขตอำเภอสารภี จังหวัดเชียงใหม่ ให้สอดคล้องกับแนวโน้มความเจริญเติบโตด้านการตลาดในปัจจุบัน ผู้ประกอบการควรมีการปรับตัว บูรณาการองค์ความรู้และต่อยอดทางธุรกิจ โดยการศึกษาหาความรู้เพิ่มเติมโดยเฉพาะในเรื่องของการบริหารต้นทุนในการผลิตและกลยุทธ์การตลาด ควรให้ความสำคัญกับการรักษากลุ่มลูกค้าเดิมไว้ ควรมีการปรับปรุงรูปแบบผลิตภัณฑ์ โดยการติดตามข้อมูลข่าวสารในปัจจุบันอย่างสม่ำเสมอ โดยคำนึงถึงการสร้างมูลค่าเพิ่มให้กับผลิตภัณฑ์มากกว่าการแข่งขันทางด้านราคา พยายามนำทรัพยากรที่มีอยู่ในท้องถิ่นมาสร้างมูลค่าให้กับผลิตภัณฑ์ ควรส่งเสริมให้ผู้ประกอบการสร้างช่องทางการจัดจำหน่ายของตนเอง ไม่คิดเพียงเป็นผู้รับจ้างผลิตให้ชุมชนอื่นเท่านั้น หน่วยงานภาครัฐส่วนท้องถิ่นควรส่งเสริมและพัฒนาองค์ความรู้ด้านการตลาดให้ผู้ประกอบการผลิตภัณฑ์หัตถกรรมกระดาษสาต่อเนื่อง เพื่อให้เกิดการต่อยอดทางธุรกิจและการพัฒนาองค์ความรู้สู่ภูมิปัญญาดั้งเดิม และผู้ประกอบการเองควรคำนึงถึงการสร้างเครือข่ายทางด้านธุรกิจเพื่อการพัฒนาแนวทางการเจริญเติบโตอย่างยั่งยืนต่อไป