



คู่มือการปฏิบัติงานของเจ้าหน้าที่  
ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด  
ฝ่ายยุทธศาสตร์และพัฒนาธุรกิจการตลาด  
สำนักธุรกิจการตลาด

โดยมีรายละเอียดประกอบด้วย

1. ชื่องาน ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด
  - งานวิจัยการตลาด
  - งานส่งเสริมการตลาด
2. วิธีการขั้นตอนการปฏิบัติงาน
3. ระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน
4. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง



ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด โทรศัพท์ 0 2282 3243 ต่อ 8702 และ 8703 E-mail :1718research@gmail.com

# ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด

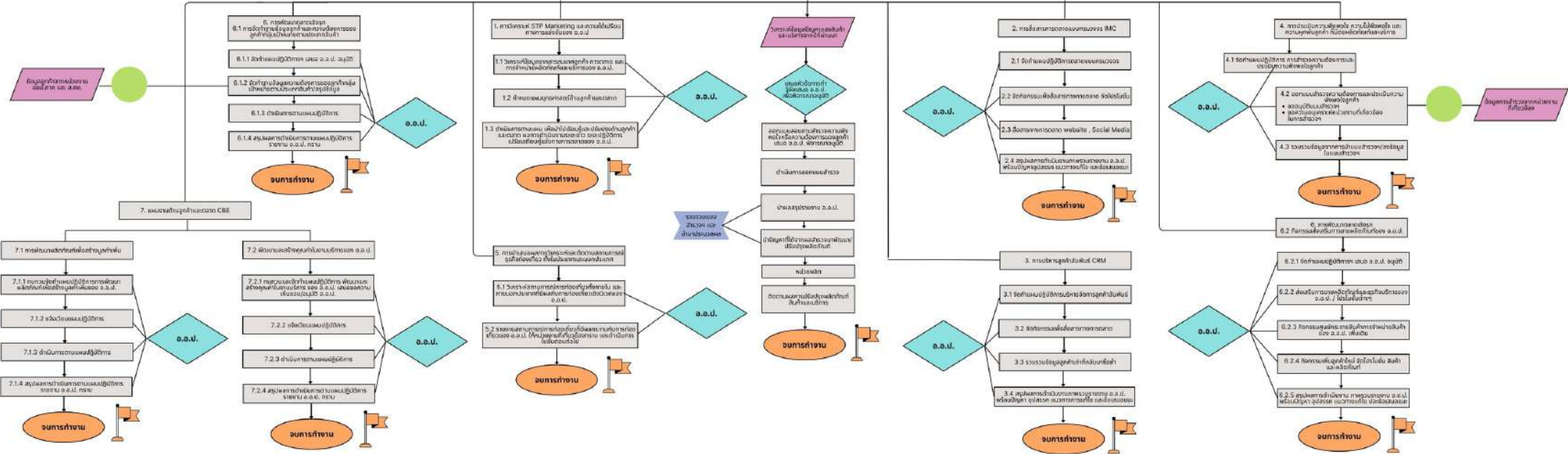
เริ่มต้น

ปฏิบัติงานตามผังงาน  
นี้จนจบจนหาย

- 1. การวางแผน STP Marketing และวางแผนโปรโมต
- 2. การวิเคราะห์ตลาดและแผนการขยาย IMC
- 3. การบริหารจัดการในเชิง CRM
- 4. การประเมินผลและพิจารณา ความคุ้มค่าของ และวางแผน
- 5. การวิเคราะห์และพิจารณาความคุ้มค่าของ
- 6. การประเมินผลและพิจารณา
- 6.1 การประเมินผลและพิจารณา
- 6.2 การประเมินผลและพิจารณา
- 7. แผนงานด้านกลยุทธ์และงาน CBE
- 7.1 การประเมินผลและพิจารณา
- 7.2 การประเมินผลและพิจารณา

## งานส่งเสริมการตลาด

## งานวิจัยการตลาด



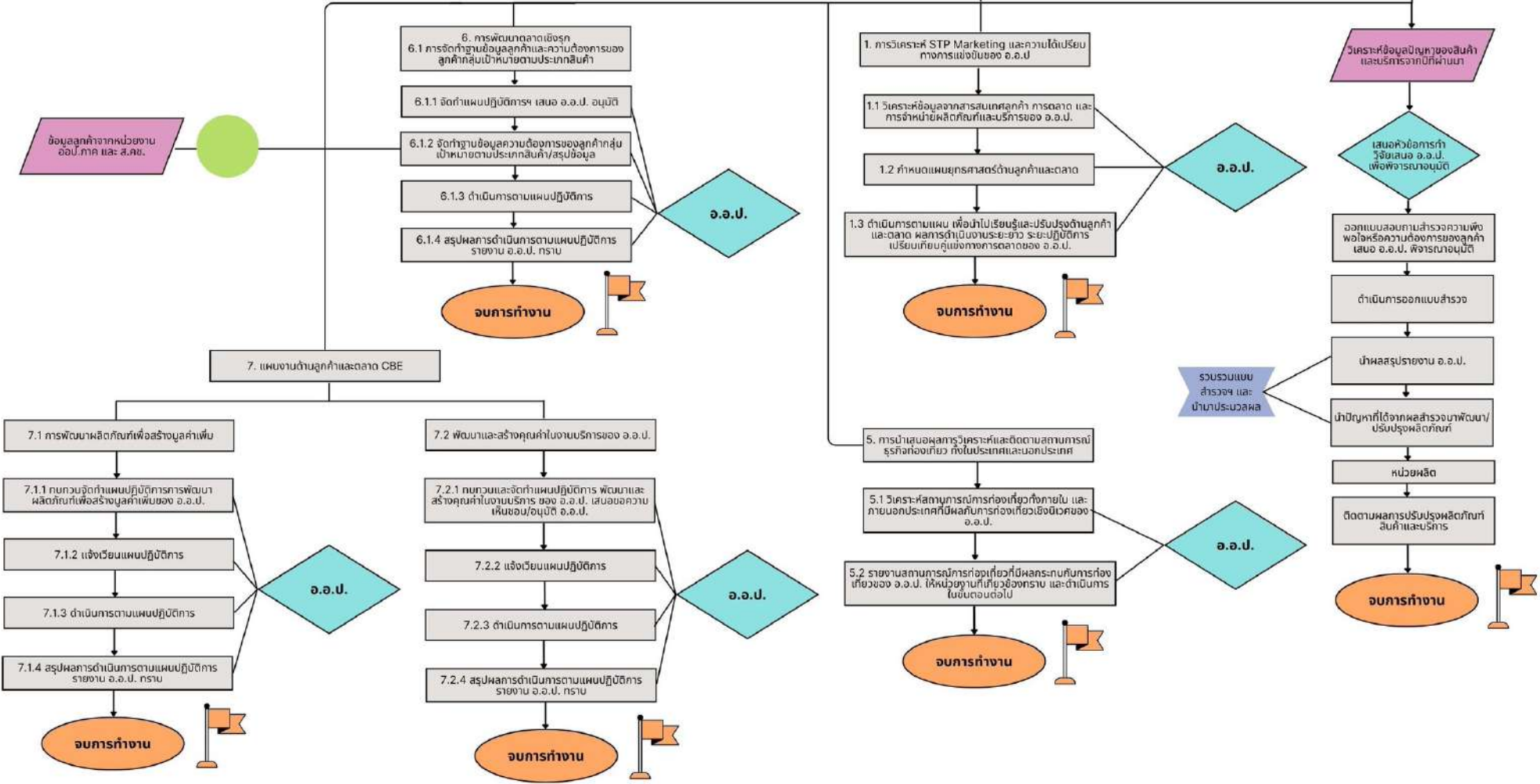
# ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด

เริ่มต้น

ปฏิบัติตามแผนที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย

1. การวิเคราะห์ STP Marketing และความได้เปรียบทางการแข่งขันของ อ.อ.ป.
2. การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร IMC
3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ CRM
4. การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้า ที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ
5. การนำเสนอผลการวิเคราะห์และติดตามสถานการณ์ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ทั้งในประเทศและนอกประเทศ
6. การพัฒนาตลาดเชิงรุก
  - 6.1 การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าและความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตามประเภทสินค้า
  - 6.2 กิจกรรมส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของ อ.อ.ป.
7. แผนงานด้านลูกค้าและตลาด CBE
  - 7.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
  - 7.2 พัฒนาและสร้างคุณค่าในขานบริการของ อ.อ.ป.

## งานส่งเสริมการตลาด



# ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด

เริ่มต้น

ปฏิบัติงานตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย

1. การวิเคราะห์ STP Marketing และความได้เปรียบทางการแข่งขันของ อ.อ.ป.
2. การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร IMC
3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ CRM
4. การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้า ที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ
5. การค้นหาและพัฒนาวิเคราะห์และจัดตามสถานการณ์ธุรกิจที่เกี่ยวข้อง ที่มีในประเทศและนอกประเทศ
6. การพัฒนาตลาดเชิงรุก
  - 6.1 การจัดทำฐานข้อมูลลูกค้าและความต้องการของลูกค้ากลุ่มเป้าหมายตามประเทศสินค้า
  - 6.2 กิจกรรมส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของ อ.อ.ป.
7. แผนงานด้านลูกค้าและตลาด CBE
  - 7.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม
  - 7.2 พัฒนาและสร้างคุณค่าในงานบริการของ อ.อ.ป.

# งานวิจัยการตลาด

วิเคราะห์ข้อมูลปัญหาของสินค้าและบริการจากปีที่ผ่านมา

เสนอหัวข้อการทำวิจัยเสนอ อ.อ.ป. เพื่อพิจารณาอนุมัติ

ออกแบบสอบถามสำรวจความพึงพอใจหรือความต้องการของลูกค้า เสนอ อ.อ.ป. พิจารณาอนุมัติ

ดำเนินการออกแบบสำรวจ

นำผลสรุปรายงาน อ.อ.ป.

รวบรวมแบบสำรวจ และ นำมาประมวลผล

นำปัญหาที่ได้จากผลสำรวจมาพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์

หน่วยผลิต

ติดตามผลการปรับปรุงผลิตภัณฑ์ สินค้าและบริการ

จบการทำงาน

2. การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร IMC

2.1 จัดทำแผนปฏิบัติการการตลาดแบบครบวงจร

2.2 จัดกิจกรรมเพื่อสื่อสารทางการตลาด จัดไปรษณียบัตร

2.3 สื่อสารทางการตลาด website , Social Media

2.4 สรุปผลการดำเนินงานภาพรวมรายงาน อ.อ.ป. พร้อมปัญหาอุปสรรค แนวทางแก้ไข และข้อเสนอแนะ

จบการทำงาน

อ.อ.ป.

3. การบริหารลูกค้าสัมพันธ์ CRM

3.1 จัดทำแผนปฏิบัติการบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์

3.2 จัดกิจกรรมเพื่อสื่อสารทางการตลาด

3.3 รวบรวมข้อมูลลูกค้าเก่าที่กลับมาซื้อซ้ำ

3.4 สรุปผลการดำเนินงานภาพรวมรายงาน อ.อ.ป. พร้อมปัญหา อุปสรรค แนวทางการแก้ไข และข้อเสนอแนะ

จบการทำงาน

อ.อ.ป.

4. การประเมินความพึงพอใจ ความไม่พึงพอใจ และความผูกพันลูกค้า ที่มีต่อผลิตภัณฑ์และบริการ

4.1 จัดทำแผนปฏิบัติการ การสำรวจความต้องการและประเมินความพึงพอใจลูกค้า

4.2 ออกแบบสำรวจความต้องการและประเมินความพึงพอใจลูกค้า

- ขออนุมัติแบบสำรวจฯ
- ขอความอนุเคราะห์หน่วยงานที่เกี่ยวข้องในการสำรวจฯ

4.3 รวบรวมข้อมูลจากการนำแบบสำรวจฯ/ลงข้อมูลในแบบสำรวจฯ

จบการทำงาน

อ.อ.ป.

ข้อมูลการสำรวจจากหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง

6. การพัฒนาตลาดเชิงรุก

6.2 กิจกรรมส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์ของ อ.อ.ป.

6.2.1 จัดทำแผนปฏิบัติการฯ เสนอ อ.อ.ป. อนุมัติ

6.2.2 ส่งเสริมการขายผลิตภัณฑ์และธุรกิจบริการของ อ.อ.ป. / ไปรษณียบัตรต่างๆ

6.2.3 กิจกรรมศูนย์กระจายสินค้าการจำหน่ายสินค้าของ อ.อ.ป. เป็นต้น

6.2.4 กิจกรรมเพิ่มลูกค้าใหม่ จัดไปรษณียบัตร สินค้า และผลิตภัณฑ์

6.2.5 สรุปผลการดำเนินงาน ภาพรวมรายงาน อ.อ.ป. พร้อมปัญหา อุปสรรค แนวทางการแก้ไข ข้อเสนอแนะ

จบการทำงาน

อ.อ.ป.

## 1. ชื่องาน ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด

ตามคำสั่งองค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ ที่ 125/2560 ลงวันที่ 31 สิงหาคม พ.ศ. 2560  
เรื่อง กำหนดส่วนงาน หน้าที่ความรับผิดชอบ และกรอบอัตรากำลังขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้

ได้กำหนดให้**ส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด** มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินการศึกษา วิเคราะห์ วิจัย สืบค้นเก็บรวบรวมข้อมูล ทิศทางการทำไม้เศรษฐกิจ และธุรกิจบริการ ตลอดจนความต้องการของลูกค้าในรูปแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ไม้ และธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดนโยบาย การผลิตสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการนำผลการวิจัยมาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ การศึกษาวิเคราะห์และประยุกต์ใช้เทคโนโลยี เพื่อพัฒนางานด้านธุรกิจการตลาดให้ทันสมัย การพัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดสินค้าและบริการ เผยแพร่ประชาสัมพันธ์สินค้าและผลิตภัณฑ์ไม้และธุรกิจบริการให้เป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึง การสื่อสารประชาสัมพันธ์ผลศึกษา วิเคราะห์ วิจัยการตลาดไม้เศรษฐกิจและธุรกิจบริการให้หน่วยงานสายการผลิตและอุตสาหกรรมไม้ เพื่อเป็นกรอบและทิศทางในการดำเนินงาน สืบค้นและประเมินผลความพึงพอใจในสินค้าและบริการ และปฏิบัติงานอื่นตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย ซึ่งส่วนวิจัยพัฒนาธุรกิจการตลาด ได้แบ่งออกเป็น 2 งาน มีหน้าที่รับผิดชอบแต่ละงาน ดังนี้

**1.1 งานวิจัยการตลาด** มีหน้าที่รับผิดชอบการดำเนินงานด้านศึกษาวิเคราะห์ วิจัย สืบค้นเก็บรวบรวมข้อมูล ทิศทางการตลาดไม้เศรษฐกิจ และธุรกิจบริการ ตลอดจนความต้องการของลูกค้า ในรูปแบบสินค้า ผลิตภัณฑ์ไม้ และธุรกิจบริการที่เกี่ยวข้อง เพื่อเป็นข้อมูลสนับสนุนการกำหนดนโยบายการผลิตสินค้าและบริการให้มีประสิทธิภาพ รวมถึงการนำผลการวิจัยมาพัฒนารูปแบบผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ การศึกษาวิเคราะห์และประยุกต์ใช้เทคโนโลยีเพื่อพัฒนางานด้านธุรกิจการตลาดให้ทันสมัย และปฏิบัติงานอื่นตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย

**1.2 งานส่งเสริมการตลาด** มีหน้าที่รับผิดชอบดำเนินการส่งเสริมการตลาด สินค้าและบริการ พัฒนาช่องทางการสื่อสารการตลาดสินค้าและบริการให้เป็นที่รู้จักอย่างทั่วถึง การสื่อสารประชาสัมพันธ์ผลศึกษา วิเคราะห์ วิจัยการตลาดไม้เศรษฐกิจและธุรกิจบริการ ให้หน่วยงานสายการผลิตและอุตสาหกรรมไม้เพื่อเป็นกรอบและทิศทางในการดำเนินงาน สืบค้นและประเมินผลความพึงพอใจในสินค้าและบริการ และปฏิบัติงานอื่นตามที่ผู้บังคับบัญชามอบหมาย

## 2. วิธีการขั้นตอนการปฏิบัติงาน

2.1 วิธีการขั้นตอนการปฏิบัติงาน	3. ระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน
<p><b>งานวิจัยการตลาด</b></p> <p><u>-การสำรวจประเมินความพึงพอใจ ไม่พึงพอใจ</u></p> <p>วิเคราะห์ข้อมูลปัญหาของสินค้าและบริการ จากปีที่ผ่านมา เสนอหัวข้อการทำวิจัยเสนอ อ.อ.ป. เพื่อพิจารณาอนุมัติ ออกแบบสอบถามการสำรวจเสนอ อ.อ.ป. อนุมัติใช้ ออกแบบสัมภาษณ์ลูกค้า ขออนุมัติใช้ และอนุมัติเดินทาง ดำเนินการออกสำรวจ รวบรวมแบบสำรวจ นำมาประมวลผล นำผลมาสรุปรายงาน อ.อ.ป. นำปัญหาที่ได้จากผลการสำรวจมาพัฒนา/ปรับปรุงผลิตภัณฑ์ ติดตามผลการปรับปรุงผลิตภัณฑ์สินค้าและบริการ สรุปผลการดำเนินงาน พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ</p> <p><u>- การสื่อสารการตลาดแบบครบวงจร (IMC)</u></p> <p>จัดทำแผนปฏิบัติการการตลาดแบบครบวงจร จัดกิจกรรมเพื่อนสื่อสารทางการตลาด จัดโปรโมชั่น ลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook, TikTok ป้ายไว้นิล ติดตามรายงานผลการดำเนินงาน อ.อ.ป. ภายในวันที่ 5 หลังสิ้นสุดไตรมาส สรุปผลการดำเนินงาน พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ</p> <p><u>- การบริหารจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM)</u></p> <p>จัดทำแผนปฏิบัติการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ (CRM) จัดกิจกรรมเพื่อนสื่อสารทางการตลาด จัดโปรโมชั่น ลงโฆษณาประชาสัมพันธ์ผ่านสื่อต่าง ๆ เช่น Facebook, TikTok ป้ายไว้นิล ติดตามรายงานผลการดำเนินงาน อ.อ.ป. ภายในวันที่ 5 หลังสิ้นสุดไตรมาส สรุปผลการดำเนินงาน พร้อมระบุปัญหา อุปสรรค ข้อเสนอแนะ</p> <p><u>- การกำหนดราคาสินค้า และค่าบริการ</u></p> <p>รับเรื่องการกำหนดราคา และค่าบริการจาก ออป.ภาค ตรวจสอบความถูกต้องของการคำนวณ จัดทำบันทึก/พิจารณาเสนอ อ.อ.ป.</p>	<p>8 ชั่วโมง</p> <p>8 ชั่วโมง</p> <p>1 อาทิตย์</p> <p>1 อาทิตย์</p> <p>9 เดือน</p> <p>1 เดือน</p> <p>1 อาทิตย์</p> <p>3 เดือน</p> <p>ทุกไตรมาส</p> <p>1 เดือน</p> <p>2 อาทิตย์</p> <p>9 เดือน</p> <p>9 เดือน</p> <p>ทุกไตรมาส</p> <p>1 เดือน</p> <p>2 อาทิตย์</p> <p>9 เดือน</p> <p>9 เดือน</p> <p>ทุกไตรมาส</p> <p>1 เดือน</p> <p>10 นาที</p>

2.1 วิธีการขั้นตอนการปฏิบัติงาน	3. ระยะเวลาที่ใช้ในการปฏิบัติงาน
<p><b>งานส่งเสริมการตลาด</b></p> <p>1. การดำเนินงานตามนโยบาย</p> <p>1.5 การตลาดแบบ Affiliate Marketing</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-จัดทำแผนปฏิบัติการฯ เสนอร่าง / หส./ หม / ผอส.ธต. อนุมัติแผนฯ / แจ้งเวียน</li> <li>-วางแผนการจัดอบรม เขียนแผน กำหนดเนื้อหา หลักสูตรการอบรม ฯ /การใช้แพลตฟอร์ม</li> <li>-เลือกวิทยากรผู้เชี่ยวชาญมาบรรยาย</li> <li>-กำหนดระยะเวลาอบรม</li> <li>-จัดอบรมโครงการเชิญปฏิบัติการ Affiliate Market และหัวข้อที่ต่อเนื่องกัน</li> <li>-สร้างเครือข่ายพันธมิตรประสานความร่วมมือกับพันธมิตร</li> <li>-ติดตามประเมินผลการดำเนินงานวิเคราะห์การดำเนินงาน</li> <li>-สรุปรายงานผลการดำเนินงาน พร้อมระบุปัญหา/อุปสรรค และข้อเสนอแนะ</li> </ul> <p>2. แผนงานโครงการสำคัญ Flagship Project ประจำปี 2569</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-แผนปฏิบัติการประจำปี 2569 เสนอร่าง หส./หฝ./ผอส.ธต. / ส่ง ส.นผ. เสนอ ออป. อนุมัติ</li> <li>-สรุปรายงานจาก ออป.ภาค การสำรวจบ้านพัก/ห้องพัก / พัฒนาแหล่งท่องเที่ยว สิ่งอำนวยความสะดวก เพื่อเตรียมความพร้อมด้านสถานที่บริการ</li> <li>-ส่งเสริมการขาย สรุปรวบรวมกิจกรรม รายงาน อ.อ.ป. / ประชาสัมพันธ์ลงสื่อโซเชียล</li> <li>-จัดทำโครงการกิจกรรมส่งเสริมการขาย และจัดกิจกรรมจัดแพ็คเกจให้ลูกค้า</li> <li>-ติดตาม และประเมินผล (ตลอดระยะเวลาโครงการฯ) สรุป รายงานผลการดำเนินงานของหน่วยงานภูมิภาค รายไตรมาส รายปี รายงานปัญหา / อุปสรรค / แนวทางแก้ไข</li> </ul> <p>3. โครงการเพิ่มประสิทธิภาพ Customer Service Excellence</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ทบทวนปรับปรุงคู่มือการปฏิบัติงาน Work Manual ข้อตกลงระดับการให้บริการ (SLA) ของ ส.ธต. ในปีที่ผ่านมา</li> </ul>	<p>1 อาทิตย์</p> <p>2 วัน</p> <p>3 วัน (วันละ 6 ชม)</p> <p>3 เดือน (พ.ค. – ก.ค.)</p> <p>2 เดือน (ต.ค. – พ.ย.)</p> <p>ทุกไตรมาส / รายปี สรุปรายไตรมาส = 1 วัน รายปี = 5 วัน (รอข้อมูลและรวบรวมหน่วยงานที่เกี่ยวข้อง) 2 ชม</p> <p>3 เดือน (ม.ค – มี.ค.)</p> <p>รวบรวมสรุปรายไตรมาส / รายปี 1 เดือน</p> <p>รวบรวมสรุปรายไตรมาส / รายปี 1 เดือน</p> <p>6 เดือน (ม.ค. – มิ.ย.)</p>

<p>ประกอบด้วย การกำหนดการจัดทำกระบวนการ/ขั้นตอนการทำงาน/ระยะเวลาในการให้บริการของปีที่ผ่านมา (จากข้อมูลของส่วนภูมิภาค)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- รายงานความคืบหน้า / ทบทวนปรับปรุงร่างคู่มือปฏิบัติงาน การให้บริการ แจ้งเวียนคู่มือ ให้ ออป.ภาค และ ส.คช. ให้ ส.นผ. สรุป รวบรวมรายงาน ออป.</li> <li>- สรุปผลการดำเนินงานตามกระบวนการที่ดำเนินการให้ตาม SLA รายงานผ่าน ส.นผ. / ภายใน 15 ม.ค. 2570</li> </ul> <p>4. การดำเนินงานตามบันทึกข้อตกลงประเมินผลการดำเนินงาน รัฐวิสาหกิจของ อ.อ.ป. และ Core Business Enabler</p> <p>4.1 การพัฒนาผลิตภัณฑ์เพื่อสร้างมูลค่าเพิ่ม</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- สำรวจตลาดและวิเคราะห์ข้อมูล ศึกษาคู่แข่งชั้น Benchmark เก็บข้อมูลเชิงลึก วิเคราะห์แนวโน้มตลาด ออกแบบสำรวจฯ เสนอ หส/หฟ/ ผอส.ชต. เสนอ ออป. อนุมัติ แจ้งเวียน ออป.ภาค</li> <li>- ออกแบบพัฒนาต้นแบบ / ประชุมระดมสมอง / เลือกวัสดุ / หน่วยงานละ 1 ชิ้น เสนอ ออป. อนุมัติ (อป.ภาค) ส.ชต. สรุป รายงานเสนอ ออป. (ผ่าน หส/หฟ/ ผอส.ชต.)</li> <li>- นำผลิตภัณฑ์ต้นแบบทดลองตลาด / ปรับปรุง / ทำ Focus Group และเก็บ FB มาปรับปรุง / ส.ชต. สรุปรายงานเสนอ ออป. (ผ่าน หส/หฟ/ผอส.ชต.)</li> <li>- เปิดตัวผลิตภัณฑ์ / ประชาสัมพันธ์ / ประเมินผลการตอบรับ / จัดทำงานเปิดตัวผลิตภัณฑ์ / สรุปยอดขายและข้อเสนอแนะ / จัดทำ รายงานเสนอ ออป. / ส.ชต. รวบรวมสรุปรายงาน ออป.</li> </ul> <p>4.2 พัฒนาและสร้างคุณค่าในงานบริการ ของ อ.อ.ป.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- ร่างมาตรฐาน / จัดทำ KPI การให้บริการ / เก็บข้อมูล มาตรฐานการให้บริการจัดทำแบบประเมินความพึงพอใจ / Service Standard เสนอร่าง หส/หฟ/ผอส.ชต. เสนอ ออป. แจ้งเวียน</li> <li>- จัดอบรมพนักงานเวิร์กช็อป ฯ ติดตามการให้บริการ เก็บ Feedback ลูกค้า ติดตามบริการทุกหน่วยงาน / Coaching พนักงาน</li> <li>- ประเมินผลคุณภาพบริการ / สรุปผลการดำเนินงานรายไตรมาส / รายปี ระบุปัญหา / อุปสรรค ข้อเสนอแนะ รายงาน ออป. ผ่าน หส/หฟ/ ผอส.ชต. เสนอ ออป.</li> </ul>	<p>รวบรวมสรุปรายไตรมาส / รายปี 1 เดือน</p> <p>3 เดือน (พ.ย. – ธ.ค.) รวบรวมข้อมูลจากภูมิภาค</p> <p>3 เดือน ( ม.ค. – มี.ค.) รวบรวมข้อมูลจากภูมิภาค / วิเคราะห์ ข้อมูลด้วย AI / ข้อมูลใน internet / ทำแบบสอบถามใน Google form 1 วัน</p> <p>3 เดือน (เม.ย. – ก.ค.) ส.ชต. สรุปรวบรวมรายงาน 2 วัน</p> <p>3 เดือน (ก.ค.- ต.ค.) ส.ชต. สรุปรวบรวมรายงาน 2 วัน</p> <p>2 เดือน (พ.ย. – ธ.ค.) ส.ชต. สรุปรวบรวมรายงาน 2 วัน</p> <p>2 วัน</p> <p>2 วัน</p> <p>2 วัน</p> <p>ส.ชต. สรุปผลรายงาน ออป.</p> <p>2 วัน</p> <p>ส.ชต. สรุปผลรายงาน ออป.</p>
---	--

#### 4. กฎหมายที่เกี่ยวข้อง : ไม่มี

ใช้หลักเกณฑ์ที่เกี่ยวข้องในการปฏิบัติงาน

##### 4.1 งานวิจัยการตลาด

- การกำหนดราคาสินค้าผลิตภัณฑ์ไม้ และค่าบริการด้านอุตสาหกรรมไม้ พ.ศ. 2560
- การจ่ายค่าตอบแทนทางการตลาดสำหรับสินค้าขององค์กรอุตสาหกรรมป่าไม้ พ.ศ. 2562

##### 4.2 งานส่งเสริมการตลาด

- การให้ส่วนลด การจ่ายค่าการตลาด และเงื่อนไข การเข้าพักในสถานที่ท่องเที่ยว ขององค์การอุตสาหกรรมป่าไม้ พ.ศ. 2566