

### บรรณานุกรม

ชนิดา อัครโยธิน. (2560). การตลาดออนไลน์ที่มีผลต่อพฤติกรรมการซื้อสินค้าออนไลน์ของผู้บริโภค. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://www.ba-abstract.ru.ac.th> [สืบค้นเมื่อวันที่ 09 ธันวาคม 2563].

จันทร์จิรา ตลับแก้ว. (2559). การจำแนกประสบการณ์ผู้ใช้ด้านความรู้สึกกับการแสวงหาสารสนเทศบนเว็บ. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <http://opac.vru.ac.th> [สืบค้นเมื่อวันที่ 09 ธันวาคม 2563].

อรปรียา คำแพง (2560). การศึกษาพฤติกรรมการใช้งานของผู้เข้าชมเว็บไซต์มหาวิทยาลัยราชภัฏกำแพงเพชร. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://research.kpru.ac.th/th/> [สืบค้นเมื่อวันที่ 09 ธันวาคม 2563].

สุตถนอม ต้นเจริญ. (2561). แนวทางการพัฒนาคุณภาพสินค้า OTOP ของวิสาหกิจชุมชน จังหวัดสมุทรสงคราม ปีที่ 7 ฉบับที่ 2. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.tci-thaijo.org> [สืบค้นเมื่อวันที่ 09 ธันวาคม 2563].

รัฐพล สังคะสุข. (2560). การพัฒนาช่องทางจัดจำหน่ายสินค้าเครือข่ายวิสาหกิจชุมชนผ่านระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์. [ออนไลน์]. เข้าถึงได้จาก : <https://www.tci-thaijo.org> [สืบค้นเมื่อวันที่ 09 ธันวาคม 2563].