

บทที่ 1

บทนำ

การค้นคว้าแบบอิสระเรื่อง “การพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพโดยการพัฒนางานประยุกต์แบบรวดเร็ว” โดยในบทนี้จะกล่าวถึงความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา ซึ่งเป็นแรงจูงใจที่นำมาสู่การค้นคว้าแบบอิสระ พร้อมทั้งแสดงวัตถุประสงค์ของการศึกษา ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา ขอบเขตการศึกษา วิธีการวิจัย และนิยามศัพท์ เพื่อนำไปสู่การบรรลุผลสำเร็จในการค้นคว้าแบบอิสระ และท้ายสุดได้นำเสนอเครื่องมือและอุปกรณ์ที่ใช้ในการค้นคว้าแบบอิสระในครั้งนี้

1.1 ความเป็นมาและความสำคัญของปัญหา

ธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เป็นธุรกิจผลิตผลิตภัณฑ์ที่จำเป็นต่อการดำรงชีวิต และผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุประสงค์เพื่อสุขภาพอนามัย โดยดำเนินธุรกิจตามแนวทางของวิสาหกิจขนาดกลางและขนาดย่อม หรือ เอสเอ็มอี (Small and Medium Enterprises : SMEs) คือ ธุรกิจเล็กๆ ที่ก่อตั้งโดยบุคคลคนเดียวหรือกลุ่มบุคคลไม่กี่คน มีสินทรัพย์ของกิจการค่อนข้างจำกัด และบริหารงานอย่างอิสระด้วยตัวเจ้าของเอง ธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ เป็นธุรกิจที่มีโอกาสในการทำกำไรและมีอัตราการขยายตัวค่อนข้างสูง จากการคาดการณ์ของ บริษัท ศูนย์วิจัยกสิกรไทย จำกัด (2550: ออนไลน์) คาดว่า อนาคตธุรกิจจำหน่ายผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ ในประเทศไทยโดยรวมยังคงขยายตัวได้ในช่วงระยะเวลา 3 – 5 ปี ต่อไป เนื่องมาจากผู้บริโภคส่วนใหญ่ให้ความสำคัญในการดูแลสุขภาพกันมากยิ่งขึ้น รวมทั้งมีผู้ประกอบการรายใหม่เข้าสู่ตลาดเพิ่มขึ้นอย่างต่อเนื่อง ทำให้ธุรกิจมีแนวโน้มการเติบโตอยู่ในเกณฑ์สูงและมีการแข่งขันรุนแรง

ปัจจุบันเทคโนโลยีสารสนเทศได้รับความนิยมนอย่างรวดเร็วและมีบทบาทต่อการดำเนินธุรกิจ ผู้ประกอบการจึงมีแนวคิดที่จะนำเอาเทคโนโลยีมาช่วยในการบริหารจัดการ แต่เนื่องด้วยโครงสร้างของธุรกิจเป็นธุรกิจขนาดเล็ก เงินลงทุนมีค่อนข้างจำกัดและซอฟต์แวร์ที่มีอยู่ในตลาดส่วนใหญ่มีราคาสูงและซับซ้อนมากเกินไปผู้ประกอบการธุรกิจจะนำมาใช้ได้โดยง่าย การตลาดของธุรกิจในปัจจุบันคือ การบอกต่อ ธุรกิจจึงคิดที่จะตอบแทนบุญคุณลูกค้าที่เป็นฝ่ายแนะนำผลิตภัณฑ์หรือบริการเป็นการคืนกำไรให้แก่ลูกค้า และผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพต้องการการขาย

ต่อเนื่อง แต่เนื่องจากการดำเนินธุรกิจโดยทั่วไปยังมีการบริหารจัดการที่ไม่เป็นระบบ ข้อมูลต่างๆ อยู่ในสภาพที่ยากต่อการนำไปใช้ให้เกิดประโยชน์ต่อธุรกิจ จึงทำให้ผลิตภัณฑ์ยังไม่เป็นที่รู้จักต่อกลุ่มผู้บริโภค รวมทั้งการติดต่อสื่อสารกับลูกค้ายังมีความล่าช้า ทำให้ไม่สามารถรับรู้ความต้องการที่แท้จริงของลูกค้าได้ และไม่สามารถตอบสนองความต้องการของลูกค้าด้วยผลิตภัณฑ์หรือบริการที่เหมาะสมกับลูกค้าได้ จึงส่งผลเป็นอย่างมากต่อการแข่งขันและการอยู่รอดในตลาด เป็นเหตุให้ธุรกิจต้องมีการปรับตัวสรรหาวิธีการในการรักษาลูกค้า เพิ่มจำนวนลูกค้าและขยายความสัมพันธ์กับลูกค้าที่มีอยู่ กลยุทธ์หนึ่ง คือ การจัดการลูกค้าสัมพันธ์ หรือ ซีอาร์เอ็ม (Customer Relationship Management : CRM) เป็นการสร้างความสัมพันธ์และประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้าทำให้ลูกค้าเกิดความพึงพอใจ นำมาซึ่งความภักดีและผลกำไรที่เพิ่มขึ้น

ด้วยเหตุผลนี้จึงมีการพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ (Electronic Customer Relationship Management : E-CRM) มีเป้าหมายเพื่อรักษาลูกค้าเดิมเอาไว้ขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นและสร้างเสริมความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าได้ง่ายขึ้น จากเดิมการตลาดของธุรกิจเป็น การบอกต่อ คือ ลูกค้าแนะนำบุคคลอื่นเข้ามาสมัครสมาชิกและซื้อผลิตภัณฑ์ ดังนั้นหากธุรกิจมีระบบที่ช่วยบันทึกข้อมูลการบอกต่อของลูกค้า ซึ่งจะช่วยเหลืออำนวยการบอกต่อของลูกค้าให้ง่ายขึ้นและลูกค้าก็ยังได้รับรางวัลและส่วนลดเป็นการตอบแทน รวมทั้งมีระบบที่สนับสนุนการขายต่อเนื่อง และมีระบบที่ช่วยให้การติดต่อสื่อสารกับลูกค้ามีความสะดวกรวดเร็วขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการประกอบธุรกิจในปัจจุบันให้สามารถแข่งขันและดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน โดยระบบที่พัฒนาเป็นโมดูลหนึ่งที่ต่อพ่วงกับระบบพาณิชย์อิเล็กทรอนิกส์ (E-Commerce) โดยที่ระบบไม่มีความซับซ้อนมาก สามารถนำไปใช้งานง่ายและใช้เทคโนโลยีที่เป็นแบบโค้ดเปิด (Open Source) ซึ่งกลุ่มผู้ประกอบการเอสเอ็มอีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่สนใจระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ สามารถนำไปปรับใช้ให้เข้ากับธุรกิจของตนได้

ทั้งนี้ในการพัฒนาระบบ เนื่องจากผู้ที่เกี่ยวข้องมีระดับความคุ้นเคยกับการใช้เทคโนโลยีสารสนเทศแตกต่างกันมากและไม่มีความชัดเจนเกี่ยวกับความต้องการของระบบ จึงมีแนวคิดที่จะใช้กระบวนการพัฒนางานประยุกต์แบบรวดเร็ว (Rapid Application Development : RAD) สร้างตัวต้นแบบ (Prototyping) ก่อนการพัฒนาระบบจริง ซึ่งเป็นเทคนิคหรือวิธีการหนึ่ง ที่สามารถเข้ามาช่วยในขั้นตอนของการรวบรวมความต้องการของระบบได้ โดยเฉพาะอย่างยิ่งการออกแบบส่วนต่อประสานกับผู้ใช้ ด้วยเหตุผลนี้จึงต้องการพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพโดยการพัฒนางานประยุกต์แบบรวดเร็ว

1.2 วัตถุประสงค์ของการศึกษา

เพื่อพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับเอสเอ็มอีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

1.3 ประโยชน์ที่ได้รับจากการศึกษา

จากการศึกษาคาดว่าจะได้รับประโยชน์ดังต่อไปนี้

- 1) ได้ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพที่สามารถให้บริการแก่ลูกค้า
- 2) ได้รับความรู้จากการศึกษาการจัดการลูกค้าสัมพันธ์นำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาปรับปรุงแก้ไขปัญหาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพให้มีประสิทธิภาพมากยิ่งขึ้น
- 3) ได้รับความรู้จากการศึกษาการพัฒนางานประยุกต์แบบรวดเร็วเพื่อนำมาเป็นแนวทางในการพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับเอสเอ็มอีเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ

1.4 ขอบเขตการศึกษา

เพื่อให้การศึกษารั้งนี้บรรลุวัตถุประสงค์ จึงกำหนดขอบเขตการศึกษาและพัฒนา ดังนี้

- 1) ข้อมูลด้านธุรกิจ การจำหน่ายน้ำมันรำข้าว ตรา นิวซีไรซ์ ของ บริษัทลาว-ไทย อะโกร อินดัสตรี เช่น ข้อมูลบริษัท ข้อมูลลูกค้า เป็นต้น
- 2) พัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยใช้กระบวนการพัฒนางานประยุกต์แบบรวดเร็ว สร้างตัวต้นแบบก่อนการพัฒนาระบบจริง โดยระบบที่พัฒนามีเป้าหมายเพื่อรักษาลูกค้าเดิมเอาไว้ ขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น และสร้างเสริมความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าได้ง่ายขึ้น เพื่อให้บรรลุเป้าหมายจึงมีระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ที่มีองค์ประกอบ ดังตารางที่ 1.1 ดังนี้

ตารางที่ 1.1 เป้าหมายและลักษณะของระบบ

เป้าหมาย	ลักษณะของระบบ
1. รักษาลูกค้าเดิมเอาไว้	- ระบบฐานข้อมูลลูกค้า โดยข้อมูลที่จัดเก็บในฐานข้อมูล ได้แก่ ข้อมูลประวัติส่วนตัวของลูกค้า ข้อมูลการสั่งซื้อของลูกค้า ข้อมูลข่าวสาร ข้อมูลผลิตภัณฑ์ เป็นต้น

ตารางที่ 1.1 เป้าหมายและลักษณะของระบบ (ต่อ)

เป้าหมาย	ลักษณะของระบบ
	- ระบบสนับสนุนการขายต่อเนื่องในลักษณะลูกค้าที่มีการซื้อผลิตภัณฑ์ต่อเนื่อง ตามระยะเวลาของการสั่งซื้อ เช่น การสั่งซื้อต่อเนื่อง 6 เดือน หรือ 1 ปี ก่อนใกล้ระยะการซื้อครบกำหนดจะมีการส่งข้อความแบบอัตโนมัติไปยังลูกค้าเกี่ยวกับ โปรโมชันและสอบถามว่าต้องการสั่งซื้อผลิตภัณฑ์ต่อหรือไม่ - มีการประชาสัมพันธ์ข้อมูลข่าวสารเกี่ยวกับผลิตภัณฑ์ หรือ โปรโมชันต่างๆ ที่ทันสมัย ผ่านทาง เว็บไซต์ (Website) อีเมล (E-mail) และข้อความสั้น (SMS) - ระบบรวบรวมคำตอบสำหรับคำถามที่พบบ่อย (FAQ) เพื่อให้ลูกค้าสามารถหาคำตอบด้วยตนเองได้
2. ขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้น	- ระบบการตลาดต่อเนื่อง ระบบจะรองรับการได้ลูกค้าใหม่จากการบอกต่อของลูกค้าเดิม ในลักษณะที่มีการบันทึกข้อมูลการบอกต่อหรือแนะนำบุคคลอื่นเข้ามาสมัครสมาชิกและซื้อผลิตภัณฑ์ อีกทั้งลูกค้าจะได้รับรางวัลหรือส่วนลดเพื่อเป็นการตอบแทน

ตารางที่ 1.1 เป้าหมายและลักษณะของระบบ (ต่อ)

เป้าหมาย	ลักษณะของระบบ
3. สร้างเสริมความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าได้ง่ายขึ้น	- ลูกค้าสามารถค้นหาข้อมูลผลิตภัณฑ์ได้รวดเร็วและมองเห็นรูปภาพผลิตภัณฑ์ได้อย่างชัดเจน - ลูกค้าสามารถติดต่อ สอบถาม และแลกเปลี่ยนความคิดเห็นผ่านทาง ระบบสนทนาออนไลน์ (Chat) เว็บไซต์ และเว็บบอร์ด (Web Board)

1.5 วิธีการวิจัย

เพื่อให้การทำวิจัยสำเร็จตามแผนที่กำหนดจึงออกแบบวิธีการดำเนินการวิจัยดังนี้

- 1) ศึกษาทฤษฎีและหลักของการจัดการลูกค้าสัมพันธ์จากหนังสือและเอกสารที่เกี่ยวข้อง
- 2) ศึกษาและหาแนวทางเกี่ยวกับการพัฒนาระบบจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ รวมถึงการศึกษากระบวนการ เทคนิคและวิธีการต่างๆ ของการพัฒนางานประยุกต์แบบรวดเร็ว
- 3) วิเคราะห์คุณลักษณะของระบบที่ต้องการและรวบรวมความต้องการของระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ โดยวิเคราะห์ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- 4) วิเคราะห์และออกแบบระบบเบื้องต้นด้วยด้วยสถาปัตยกรรมที่ผลักดันโดยแบบซอฟต์แวร์ คือ พัฒนาตัวแบบซอฟต์แวร์ โดยตัวแบบซอฟต์แวร์ที่ต้องพัฒนาขึ้นมาประกอบด้วยตัวแบบซอฟต์แวร์ที่ต้องพัฒนาขึ้นมาได้แก่ ตัวแบบเชิงธุรกิจ ตัวแบบเชิงวิเคราะห์ และตัวแบบการออกแบบ
- 5) การพัฒนาระบบ ในขั้นตอนนี้เป็นการพัฒนาระบบด้วยการพัฒนางานประยุกต์แบบรวดเร็ว โดยทำการพัฒนาระบบตามตัวแบบซอฟต์แวร์ที่ได้จากการวิเคราะห์และออกแบบระบบเบื้องต้นด้วยด้วยสถาปัตยกรรมที่ผลักดันโดยแบบซอฟต์แวร์ มาสร้างตัวต้นแบบ ซึ่งในขั้นตอนนี้ได้กำหนดขั้นตอนในการดำเนินงานดังนี้
 - สร้างตัวต้นแบบ
 - ทำการทดสอบตัวต้นแบบ
 - หาข้อสรุปตัวต้นแบบร่วมกับผู้ใช้งานระบบ

- 6) การนำระบบไปใช้งานจริง ในขั้นตอนนี้จะนำตัวต้นที่ผ่านการยอมรับจากผู้ใช้งานระบบ มาปรับแต่งอีกเล็กน้อยเพื่อนำมาใช้งานจริง
- 7) ทดสอบระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- 8) ติดตั้งพร้อมใช้งานระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ
- 9) จัดทำเอกสารประกอบการค้นคว้าอิสระและคู่มือการใช้งาน

1.6 นิยามศัพท์

ความหมายของคำที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพ โดยการพัฒนาจนประยุกต์แบบรวดเร็ว ที่สำคัญได้แก่

ธุรกิจ หมายถึง บริษัทลาว-ไทย อะโกรอินดัสตรี 117 ม.1 ต.ห้วยไร่ อ.เมือง จ.อำนาจเจริญ 37000

ผลิตภัณฑ์สุขภาพ หมายถึง น้ำมันรำข้าว ตรา นิวซีไรซ์ เป็นผลิตภัณฑ์ที่มีวัตถุประสงค์การใช้เพื่อสุขภาพอนามัย

ผู้ประกอบการ หมายถึง ผู้ที่คิดริเริ่มดำเนินธุรกิจขึ้นมาเป็นของตนเอง มีการวางแผนการดำเนินงาน และดำเนินธุรกิจทุกด้านด้วยตนเอง เพื่อมุ่งหวังผลกำไรที่เกิดจากผลการดำเนินงานของธุรกิจตนเอง

ข้อมูล หมายถึง ข้อเท็จจริงหรือเหตุการณ์ต่างๆ ที่เกิดขึ้น อาจจะเป็นตัวเลข ตัวอักษร หรือสัญลักษณ์ก็ได้ เช่น ข้อมูลบริษัท ข้อมูลลูกค้า เป็นต้น

การจัดการลูกค้าสัมพันธ์หรือซีอาร์เอ็ม หมายถึง กลยุทธ์ทางธุรกิจที่มีแบบแผนที่ใช้สร้างประสบการณ์ที่ดีและรักษาความสัมพันธ์กับลูกค้า ในลักษณะที่ก่อให้เกิดผลกำไร และเป็นความสัมพันธ์แบบยั่งยืน

ระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์ หมายถึง โปรแกรมที่ช่วยสร้างความสัมพันธ์กับลูกค้าผ่านทางอินเทอร์เน็ต มีการผสมผสานการใช้งานเทคโนโลยี บุคลากร และกระบวนการขายผลิตภัณฑ์หรือบริการเข้าด้วยกัน

โอเพนซอร์สหรือโค้ดเปิด หมายถึง ประเภทของโปรแกรม ที่เปิดเผยคำสั่งที่ใช้สร้างโปรแกรมนั้นๆ โดยมีจุดมุ่งหมายให้คนอื่นๆ สามารถนำไปแก้ไขปรับปรุงเป็นของตัวเองได้ โดยไม่ผิดกฎหมายลิขสิทธิ์

กระบวนการพัฒนางานประยุกต์แบบรวดเร็ว หมายถึง เป็นวิธีการที่ปรับระยะในวงจรการพัฒนาระบบให้มีขั้นตอนการทำงานที่รวบรัดมากขึ้น เน้นการใช้เครื่องมือ และเทคนิคต่างๆ เพื่อช่วยให้การพัฒนาระบบมีความรวดเร็วขึ้น

ตัวต้นแบบ หมายถึง ระบบการทำงานที่ไม่ใช่เพียงแค่ความคิดที่อยู่บนกระดาษ แต่เป็นการจัดสร้างระบบทดลองหรือระบบต้นแบบก่อนการพัฒนาระบบทั้งหมดขึ้นมาแล้วให้ผู้ใช้งานระบบทำการทดสอบหาข้อบกพร่องและประเมินค่าของระบบ นำไปปรับปรุง และทดสอบประเมินใหม่ววนซ้ำไปเรื่อยๆ จนกว่าจะเป็นที่ยอมรับของผู้ใช้จากนั้นจึงนำไปปรับเปลี่ยนเป็นระบบจริง

1.7 สถานที่และอุปกรณ์ที่ใช้ในการดำเนินการวิจัย

1.7.1 สถานที่ดำเนินการวิจัย

ดำเนินการค้นคว้าแบบอิสระ โดยใช้สถานที่ต่างๆ ดังนี้

- 1) ภาควิชาวิทยาการคอมพิวเตอร์ คณะวิทยาศาสตร์ มหาวิทยาลัยเชียงใหม่
- 2) สำนักหอสมุดมหาวิทยาลัยเชียงใหม่

1.7.2 อุปกรณ์ในการดำเนินการวิจัย

การค้นคว้าแบบอิสระนี้เป็นงานพัฒนา จึงจำเป็นต้องใช้อุปกรณ์ทั้งที่เป็นฮาร์ดแวร์ และซอฟต์แวร์ ดังนี้

1) ฮาร์ดแวร์

- เครื่องคอมพิวเตอร์แม่ข่าย ติดตั้งระบบปฏิบัติการลินุกซ์ (Linux) จำนวน 1 เครื่องมีความเร็วของซีพียู ไม่ต่ำกว่า 1.6 กิกะเฮิร์ต มีหน่วยความจำหลักไม่น้อยกว่า 1 กิกะไบต์ ขนาดความจุของฮาร์ดดิสก์ไม่น้อยกว่า 250 กิกะไบต์
- เครื่องคอมพิวเตอร์ส่วนบุคคล ติดตั้งระบบปฏิบัติการไมโครซอฟท์วินโดวส์ จำนวน 1 เครื่อง มีความเร็วของซีพียู ไม่ต่ำกว่า 1.6 กิกะเฮิร์ต มีหน่วยความจำหลักไม่น้อยกว่า 1 กิกะไบต์ ขนาดความจุของฮาร์ดดิสก์ไม่น้อยกว่า 120 กิกะไบต์

2) ซอฟต์แวร์

- ระบบปฏิบัติการไมโครซอฟท์วินโดวส์ 2007 (Microsoft Windows 2007)
- โปรแกรมอโดบี ดรีมเวฟเวอร์ ซีเอส 3 (Adobe Dreamweaver CS3) ใช้ในการสร้างเว็บเพจ
- ภาษาพีเอชพี เวอร์ชัน 5.1.6 (PHP 5.1.6 : Personal Home Page Tool) ใช้ในการเขียนโปรแกรม

- โปรแกรมอาพาเซ่ เว็บเซิร์ฟเวอร์ (Apache Web Server) ใช้ในการจำลองเซิร์ฟเวอร์ในการทดสอบโปรแกรม
- โปรแกรมพีเอชพีมายแอคมิน (PHPMyAdmin) ใช้เป็นระบบจัดการบริหารฐานข้อมูล (MySQL)
- ระบบจัดการฐานข้อมูลมายเอสคิวแอล

ดังนั้นการพัฒนากระบวนการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพโดยการพัฒนางานประยุกต์แบบรวดเร็ว จึงมีความสำคัญเพื่อช่วยในด้านการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ซึ่งเป็นการเชื่อมความสัมพันธ์และสร้างประสบการณ์ที่ดีกับลูกค้า โดยมีเป้าหมายเพื่อรักษาลูกค้าเดิมเอาไว้ขยายฐานลูกค้าให้กว้างขึ้นและสร้างเสริมความเข้าใจในตัวผลิตภัณฑ์ต่อลูกค้าได้ง่ายขึ้น ซึ่งจะทำให้กระบวนการต่างๆ ภายใน บริษัท ลา-ไทย อะโกรอินดัสตรี ดำเนินการได้อย่างสอดคล้องรวมทั้งเอื้อประโยชน์ในด้านติดต่อสื่อสารกับลูกค้าให้มีความสะดวกรวดเร็วขึ้น ซึ่งเป็นประโยชน์อย่างยิ่งในการประกอบธุรกิจในปัจจุบันให้สามารถแข่งขันและดำเนินธุรกิจต่อไปได้อย่างยั่งยืน

ในบทต่อไปจะกล่าวถึงทฤษฎีและงานวิจัยที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบการจัดการลูกค้าสัมพันธ์อิเล็กทรอนิกส์สำหรับผลิตภัณฑ์เพื่อสุขภาพโดยการพัฒนางานประยุกต์แบบรวดเร็ว โดยการรวบรวมองค์ความรู้ต่างๆ ที่เกี่ยวข้องกับการพัฒนาระบบ เช่น แนวคิดและทฤษฎีที่เกี่ยวข้องกับการจัดการลูกค้าสัมพันธ์ ผลิตภัณฑ์สุขภาพ วงจรการพัฒนาระบบ สถาปัตยกรรมที่หลักคั่นโดยแบบซอฟต์แวร์ การพัฒนางานประยุกต์แบบรวดเร็ว เป็นต้น รวมถึงงานวิจัยที่เกี่ยวข้อง ซึ่งจะได้กล่าวต่อไป