

Giai đoạn đầu của sản xuất hàng hoá, cung không đủ cầu, khoa học công nghệ còn lạc hậu, giá thành sản xuất cao. Những người theo quan điểm kinh doanh hướng vào sản xuất cho rằng người tiêu dùng sẽ ưa thích những sản phẩm được bán rẻ hơn với giá thấp. Bởi vậy họ tập trung vào nâng cao hiệu quả sản xuất, mở rộng hệ thống phân phối. Trong thời kỳ mà quan điểm này thống trị, chất lượng dịch vụ của người sản xuất thường không được quan tâm, khả năng cạnh tranh của sản phẩm thấp. Những người cùng hướng vào tập trung tăng quy mô sản xuất, hạ giá thành sản phẩm, làm cho cung vượt cầu. Họ không thể bán được những sản phẩm ngày càng dư thừa, những sản phẩm không thoả mãn được những nhu cầu đa dạng của các nhóm khác hàng khác nhau. Theo thời gian, quan điểm kinh doanh này được thay thế bởi các quan điểm kinh doanh khác tiến bộ hơn.