مراحل تطور الافكار في مجال التسويف

المرحلة الاولى : مراحل تطور الافكار في مجال التسويق

يأخذ التسويق مكانة وحيز متساوي مع بقية الوظائف الاخرى والبحث بالتمويل والتنضيم والانتاج

المرحلة الثانية : يأخذ التسويق نصف مساحة المنظمة وتأخذ باقي الوظائف المساحة الباقية بالتساوي وبهذه المرحلة تظهر لنا الاهمية الكبيرة للتسويق عن باقي الوظائف الاخرى .

المرحلة الثالثة :

يصبح التسويق قلب المنظمة وتحيط به بقية الوظائف الاخرى , وبهذه المرحلة تتطور اهمية التسويق ويأخذ دوره المركزي ويصبح الوظيفة الاساسية والجوهرية .

المرحلة الرابعة :

تعد ناتجة من الجمع بين المرحلتين الاولى والثانية مع فرق واحد وهو ان الضيف ( المستهلك ) هو الهدف الاساسي حيث تقوم الوظائف الاربعة مجتمعة بأشباع حاجاته وان عدم وجوده يعني ان المنتوج يبقى للخزن فقط

والعائق في هذه المرحلة هو ان التسويق عاد وتساوى مع بقية الوظائف سبق وان اتفق عليها الخبراء في مجال التسويق بأنها حالة غير صحيحة

المرحلة الرابعة ( الضيف (المستهلك ) يعتبر في المركز الاساسي للمنظمة )

المرحلة الخامسة :.

تعد ناتجة من الجمع بين المرحلتين الثالثة والرابعة ولهذه المرحلة \*\*\* ميكانيكية التسويق حيث ليمثلة الضيف قلب المنظمة ويخيط به التسويق ثم باقي الوظائف الاخرى حيث يتم الانتقال من خارج المنظمة والوظائف الاخرى باقي الوظائف الاخرى حيث يتم الانتقال من خارج المنظمة والوظائف الاخرى