

السمات الوظيفية التسويقية في المنظمات الخيرية واجهت الخصائص السابقة انتقادات حادة إذ أنها لم تساعد على التمييز بشكل واضح بين الخدمات والسلع كونها تبحث في الإطار العام للخدمات ال في طبيعة فكانت أهمية التمييز بشكل واضح ما بين الخدمات والسلع، آخر لتعريف الخدمات وهو اتجاه الفروق الوظيفية ما بين السلع والخدمات، الفروق الوظيفية والخصائص التي تميز بين تسويق السلع والخدمات: 1- الخدمات ال يمكن تسويقها. 5- منافذ التوزيع للخدمات - لو وجدت - تكون قصيرة. - 0 المعايير ال يمكن أن تكون واضحة بسبب غياب الإنتاج الكبير. -4 ال يوجد تغليف. -2 ضعف تأثير العرض والطلب بسبب صفة عدم الملموسية. -6 الخدمات ال يمكن وصفها عن طريق العينة. -7 تستمد الرمزية من تنفيذ الخدمات ال من ملكيتها. ومن الفروق الوظيفية والخصائص التي تميز بين تسويق الخدمات الربحية -1 يتم التسويق لمن ال يأخذ الخدمة. -5 اختالف طبيعة ما سيحصل عليه من يدفع قيمة الخدمة. -0 ضعف السلطة الإدارية على كثير من العاملين والمتبرعين والمستفيدين بسبب أنهم ال يتقاضون راتب من المنظمة الخيرية.