

بجد المستهلكون سهولة أكبر في تقييم السلع بالمقارنة مع الخدمات، فالسلع التي يمكن تلمسها ومشاهدتها وتجربتها توفر للمستهلك فرصة أكبر لتقييم خواصها وعناصرها قياساً إلى خدمة غير ملموسة، لكن ليس من السهل إعطاء مثل هذه التقييمات للخدمات. والتي لا يمكن تلمسها والتمتع بها إلا بعد الانتفاع بها، لأن الخدمة قد تتضمن خواص يصعب تقييمها حتى بعد الانتفاع بها. وعلى الرغم من أن وسائل خدمة الواجهة الأمامية والقائمين على تقديم الخدمة هي عناصر مرئية بما فيه الكفاية، إلا أن هذه التسهيلات هي عناصر تشغيلية ضرورية وكننتيجة لذلك، فإن من الصعب نسبياً تحديد طبيعة الخدمة