

McCarthy) ولم يتطرق إطلاقاً للخدمات التي تتسم جاء ، (Tangibles) بدليل أنه تحدث عن المزيج التسويقي للسلع الملموسة بنموذج محدث للمزيج التسويقي، عندما ذكر أن هذا المزيج ليس بالضرورة واحد لجميع المؤسسات، حيث أن بإمكان المؤسسة أن المزيج التسويقي التقليدي قد يصلح في جوانب منه لقطاع (McCarthy) أن تكيفه حسب أوضاعها وإمكاناتها. وأضاف توصيل ومن (Service) الخدمات قدر تعلق الأمر بالعناصر الملموسة في الخدمة، وهي العناصر التي تسهل عملية تقديم الخدمة ذكر صراحة أن المزيج التسويقي التقليدي يصلح فقط للمؤسسات الربحية. بينما نجد أن هناك (Borden) المفيد الإشارة إلى أن (مؤسسات في قطاع الخدمات لا تسعى إلى الربح (مثل مؤسسات الخدمة العامة).