

۱- در بیان مساله مشخص نشد چه موضوعی باعث شد محقق برای انجام این تحقیق ترغیب شود. مثلاً یک موضوع در شرکت، اظهارات مدیران یا کارکنان، روئیت رویدادی توسط محقق و...

۲- درمورد انتخاب دو متغیر چشم انداز و پاداش هیچ دلیلی ذکر نشده. این دو متغیر مولفه های بازاریابی داخلی هستند یا خیر؟ باید دقیقاً توضیح داده شود و تعریف شوند. مثلاً باید ارتباط مدیریت منابع انسانی و بازاریابی ذکر و پاداش بعنوان جزئی از نظام جبران خدمت در نظر گرفته شود. و اینکه چرا چشم انداز را انتخاب کرده و ماموریت سازمانی را انتخاب نکرده. هیچ توضیحی ندادند.

۳- مولفه های دو متغیر چشم انداز و پاداش باید مانند مولفه های بهبود و توسعه بازاریابی داخلی مشخص شود.

۴- برای بررسی اثر هرمتغیر در معادلات ساختاری حداقل سه سوال باید در نظر بگیرند، چرا مثلاً برای چشم انداز ۲ تا سوال را کافی دانستند!

۵- از واژه دستیابی در عنوان وقتی می توان استفاده کرد که تمامی متغیرهای موثر بر متغیر مستقل مورد تحلیل قرار گیرند و عمدتاً از طریق تحقیقات کیفی - کمی صورت می گیرد.

نتیجه: یا اقدامات اصلاحی فوق انجام دهند یا بهتر است عنوان تحقیق بیانگر ارتباط بین بهبود و توسعه بازاریابی داخلی و رضایت مشتری شود.