

۱- عنوان تحقیق خوب است فقط در ترجمه انگلیسی مورد مطالعه اشتباه موردی ترجمه شده است.

۲- در بیان مساله مشخص نشد چه موضوعی باعث شد محقق برای انجام این تحقیق ترغیب شود. در بخش اهمیت به اثر بازاریابی و پروسی بر کارایی و اثربخشی اشاره شد. جایش در بیان مساله است. همچنین در بیان مساله دقیق بیان شود مثلاً یک اتفاق در فروشگاههای زنجیره ای تر بحث بازاریابی و پروسی، اظهارات مدیران، کارکنان و مشتریان فروشگاهها، رویت رویدادی توسط محقق که منجر به ترغیب محقق به انجام تحقیق شد، بیان شود.

۳- موضوع تحقیق خوب است اما هیچ نوآوری در انجام آن دیده نمی شود. مولفه های در نظر گرفته شده دقیقاً عین تحقیقی است که در ژوهانسبورگ (۲۰۱۷) انجام شده. بهتر است از مجموع تحقیقات پیشین تلفیقی ایجاد شود یا با استفاده از بومی سازی در ایران نوآوری ایجاد شود.

۳- توزیع پرسشنامه چگونه است حضوری یا از طریق فضای مجازی؟ با توجه به عنوان بهتر است مشخص شود و دلیل آن ذکر شود.