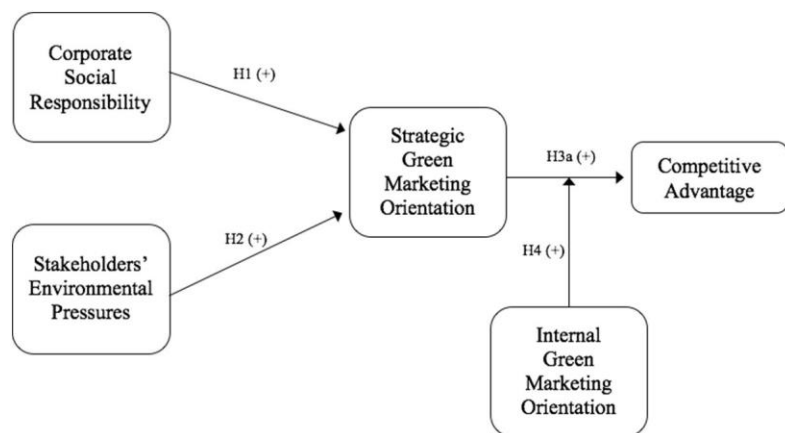


۱- با توجه به بررسی و در نظر گرفتن اصل مقاله بیسی (پیوست) و مفهوم جهت گیری بازاریابی، امکان نادیده گرفتن عوامل موثر بر جهت گیری بازاریابی سبز استراتژیک، وجود ندارد و بنابراین عنوان به شکل ذیل تغییر کند: "عوامل موثر بر جهت گیری بازاریابی استراتژیک و تاثیر جهت گیری بازاریابی استراتژیک بر مزیت رقابتی با در نظر گرفتن نقش تعدیگری جهت گیری بازاریابی سبز داخلی (مورد مطالعه: شرکت مواد غذایی کاله)"

۲- اهداف، فرضیه ها، بیان مساله، اهمیت و ضرورت، مدل مفهومی، متغیرها، تعاریف مفهومی و عملیاتی بر اساس موضوع ارائه شده بازنویسی و بازنگری شوند.

۳- در خود مقاله بیسی، حدود ۱۱ مورد سوابق اصلی پژوهش در قالب یک جدول آورده شده که همسو با موضوع پژوهش است و بعنوان سوابق خارجی با ذکر نتایج بصورت دقیق آورده شود.

۴- مدل مفهومی، به مدل مفهومی ذیل تغییر کند:



۵- تعداد فرضیه ها فرعی بر اساس مدل مفهومی بالا (۴ فرضیه) بازنویسی شوند.